



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modern yang semakin berkembang saat ini, serta turut didukung oleh kemajuan teknologi yang semakin canggih, turut pula membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis yang tidak lepas dari adanya persaingan yang semakin ketat. Persaingan bisnis yang semakin ketat pun menuntut setiap pelaku usaha untuk dapat menyesuaikan diri mengikuti perubahan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi bisnis yang baik dan unik dalam memikat hati masyarakat karena pada era modern seperti saat ini masyarakat sudah melek akan teknologi informasi yang ada.

Namun dengan adanya pandemi covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama di sektor ekonomi. *Novel Coronavirus* 2019 (2019-nCoV) atau yang lebih dikenal dengan nama virus corona merupakan virus yang dapat menyebabkan gangguan sistem pernapasan, pneumonia (infeksi paru-paru) yang bersifat akut, dan gagal ginjal. WHO secara resmi memberikan nama COVID-19 (*Coronavirus disease* 2019) untuk virus Corona ini. Di Indonesia, berdasarkan data terbaru pertanggal 28 September 2020 pasien sembuh dari Covid-19 per 28 September 2020 bertambah lagi sebanyak 3.856 kasus. Jumlah total pasien sembuh secara nasional kini mencapai 206.870 kasus.

Dari data Kementerian Kesehatan per hari ini jumlah spesimen yang selesai diperiksa sebanyak 32.189 spesimen dan kumulatifnya mencapai 3.239.244 spesimen. Jumlah kasus aktif Covid-19 di Indonesia sebanyak 61.379. Untuk suspek hari ini sebanyak 131.361 kasus. Pasien positif baru hari ini masih bertambah sebanyak 3.509 kasus dan kumulatifnya mencapai 278.722 kasus. Pada kasus meninggal hari ini sebanyak 87 kasus dan totalnya



mencapai 10.473 kasus. *Positive rate* hari ini berada di angka 14,4%. Per hari ini juga, jumlah orang yang diperiksa sebanyak 27.637 orang dan kumulatifnya sejauh ini sudah mencapai 1.934.863 orang. Untuk sebaran wilayah masih terjadi di 34 provinsi dan 497 kabupaten/kota. Lalu, untuk rincian kasus tiga besar per provinsi, DKI Jakarta menambahkan pasien sembuh terbanyak harian dengan 1.328 kasus dan kumulatifnya mencapai 57.657 kasus. Diikuti Jawa Timur dengan tambahan 378 kasus dan kumulatifnya mencapai 36.323 kasus. Jawa Barat menjadi ketiga terbanyak harian dengan 307 kasus dan kumulatifnya mencapai 13.181 kasus. Dilihat secara kumulatif, Jawa Tengah pada urutan kedua dengan 15.574 kasus termasuk tambahan hari ini sebanyak 201 kasus.

Sementara pada penambahan kasus positif baru hari ini, DKI Jakarta masih mencatat penambahan tertinggi dengan 898 kasus dan kumulatifnya mencapai 71.339 kasus. Kedua terbanyak berada di Jawa Barat dengan tambahan 489 kasus dan kumulatifnya mencapai 21.443 kasus. Ketiga terbanyak harian berada di Jawa Tengah dengan tambahan 304 kasus dan kumulatifnya 21.930 kasus. Namun secara nasional, jumlah kumulatif, Jawa Timur berada di urutan kedua dengan kumulatifnya mencapai 43.174 kasus termasuk tambahan hari ini sebanyak 284 kasus. Untuk kasus kematian harian pasien, Jawa Timur mencatat pasien meninggal terbanyak harian dengan 20 kasus dan kumulatifnya mencapai 3.138 kasus. Aceh pada urutan kedua dengan 12 kasus dan kumulatifnya mencapai 167 kasus. Ketiga harian terbanyak di DKI Jakarta dengan 9 kasus dan kumulatifnya mencapai 1.695 kasus. Pada posisi ketiga terbanyak harian, Bali dengan 9 kasus dan kumulatifnya 263 kasus. Namun secara kumulatif Jawa Tengah kedua terbanyak dengan kumulatifnya mencapai 1.397 kasus termasuk tambahan hari ini sebanyak 8 kasus. Tim Komunikasi Komite Penanganan Corona Virus Disease 2019 dan Pemulihan Ekonomi Nasional ,2020, 28 September)



Gambar 1.1

Jumlah Terpapar COVID-19 Di Indonesia



Sumber : Pasien Sembuh Harian Melampaui Penambahan Kasus Positif Baru (2020, 28 September). *covid19.go.id*. Diakses melalui <https://covid19.go.id/p/berita/pasien-sembuh-harian-melampaui-penambahan-kasus-positif-baru->, 30 September 2020.

Dampak perekonomian ini tidak hanya di rasakan secara domestik, namun juga terjadi secara global. *International Monetary Fund* (IMF) yang memproyeksikan ekonomi global akan tumbuh minus di angka 3%. Di Indonesia, Hal ini tentunya juga memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap pariwisata, sektor perdagangan, industri termasuk Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dan perusahaan. Dampak dari covid-19 secara langsung sudah terlihat dari PHK besar - besaran di beberapa perusahaan, terjadi penutupan beberapa usaha yang berdampak kepada dirumahnya karyawan. Menurut Laporan dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), pandemi covid-19 ini mempengaruhi perekonomian dari sisi penawaran dan permintaan. Di sisi penawaran, perusahaan mengurangi pasokan bahan baku dan tenaga kerja yang tidak sehat serta rantai pasokan yang juga mengalami kendala. Dari sisi permintaan, kurangnya permintaan dan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menurunnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Data dari kementerian koperasi dan Usaha kecil Menengah (UKM) menunjukkan pada tahun 2018 terdapat 64.194.057 UMKM yang ada di Indonesia dan mempekerjakan 116.978.631 tenaga kerja. Indonesia didominasi oleh UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak serius bukan hanya pada aspek produksi dan pendapatan mereka saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dikarenakan pandemi ini.

Para pelaku usaha dan perusahaan yang kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis. Para pelaku usaha dan perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan diri di dalam perkembangan bisnis yang ada karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perkembangan zaman. Terkait Pandemi covid-19, dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang dan mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri dirumah. Hal ini juga berdampak terhadap terbatasnya operasional perusahaan, aktivitas pemasaran langsung seperti seminar dan kegiatan promosi dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibandingkan hari biasa. Perusahaan dituntut lebih banyak membuat inovasi pemasaran dengan tetap menjaga pergerakan manusia untuk tidak berkumpul dan menjaga *social distancing*.

Dengan ini, para pelaku usaha harus dapat menyesuaikan diri mengikuti perkembangan modern ini dengan membuat strategi bertahan yaitu memasarkan produk atau jasa secara *online marketing (digital marketing)* seperti membuka toko online/ berjualan melalui e-



commerce. *E-commerce* merupakan sistem penjualan, pembelian dan memasarkan produk dengan memanfaatkan elektronik (Kotler, Philip dan Armstrong, 2012). Selain melakukan perdagangan e-commerce, para pelaku usaha juga dituntut untuk dapat mengkomunikasikan produk secara intensif dengan melakukan pemasaran produk menggunakan *digital marketing* dan memanfaatkan media sosial untuk dapat menjangkau konsumennya secara langsung dan dapat menekan biaya promosi. *Digital marketing* merupakan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan akses internet, memanfaatkan *social media* maupun perangkat digital lainnya. *Digital Marketing* dapat membantu perusahaan atau pelaku usaha dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka dan mampu memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena adanya keterbatasan waktu bertemu secara tatap muka.

Pandemi Covid-19 ini menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen. Biasanya meskipun sudah ada penjualan *online*, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung ke toko atau pusat perbelanjaan. Namun sekarang ini, karena ada pembatasan dan peraturan pemerintah untuk tidak keluar rumah, maka otomatis konsumen mengalami keterbatasan untuk melakukan pembelian secara langsung. Pelaku usaha juga harus menyesuaikan diri dan mengkondisikan penjualan produk dan jasanya. Perlu adanya perbaikan pelayanan, dan penyesuaian promosi penjualan untuk dapat menarik konsumen. Menurunnya penjualan dan daya beli konsumen juga sangat berpengaruh terhadap bisnis, untuk itu pelaku usaha perlu membangun hubungan baik dan kepercayaan kepada konsumen dengan menerapkan sistem protokol kesehatan di lingkungan usahanya. Salah satu aspek kualitas pelayanan yaitu *relationship marketing* merupakan orientasi bisnis yang terfokus pada menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada dan membangun



hubungan yang erat dan saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen hingga menciptakan transaksi ulang hingga terbentuk kepuasan pelanggan (Kotler, Philip dan Amstrong, 2012). Penelitian ini dilakukan untuk menjawab apa yang dapat dilakukan pelaku usaha untuk dapat mempertahankan bisnis mereka di tengah Pandemi covid-19 yang melanda Dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjabarkan apa saja strategi bertahan yang harus dilakukan oleh pelaku usaha sehingga mereka mampu terus bertahan dan menjadi lebih responsif terhadap perubahan iklim bisnis terutama saat terjadi covid-19. Perusahaan dituntut untuk memiliki suatu keunikan yang dapat memikat konsumen dalam rangka mempertahankan sekaligus merebut pangsa pasar, sehingga produk yang di hasilkan memiliki kesan terhadap konsumen, walaupun ditengah kondisi pandemi konsumen masih tertarik untuk membeli produk.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di era kompetisi bisnis seperti saat ini. Pentingnya kepuasan pelanggan bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi, banyak perusahaan sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka waktu yang panjang, bahkan jika meungkinkan untuk selamanya. Dunia usaha selalu mengalami perkembangan dan perubahan yang cepat, sehingga menuntut perusahaan untuk dapat merespon perubahan-perubahan yang terjadi tersebut dengan cepat dan tepat. Ketidak mampuan perusahaan merespon persaingan atau kondisi pasar yang ada secara tepat dapat menurunkan kepuasan pelanggan bahkan dapat mengakibatkan pelanggan berpindah ke merek lainnya.

Tanpa adanya kepuasan pelanggan, perusahaan tidak akan berkembang dengan baik, bahkan dapat mengalami penurunan usaha yang bisa mengancam eksistensi perusahaan tersebut. Isu penting yang dihadapi perusahaan - perusahaan saat ini adalah bagaimana

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



perusahaan tersebut menarik bagi pelanggan dan mempertahankannya, agar dapat terus bertahan dan berkembang. Membangun rasa kepuasan dalam diri pelanggan bukanlah sesuatu perkara yang mudah untuk dilakukan dengan proses yang instant. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan menentukan strategi yang tepat agar perusahaan tetap mampu bertahan ditengah persaingan. Perusahaan yang unggul adalah yang mampu menyiasati perubahan bisnis dan dapat memanfaatkan peluang - peluang yang ada dengan efektif dan efisien. Melakukan komunikasi pemasaran secara baik dengan pelanggan, akan mengakibatkan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan akan semakin erat dan harmonis. Salah satu strategi komunikasi pemasaran yang baik adalah dengan melakukan promosi penjualan.

Menurut Laksana (2019 : 143) promosi penjualan adalah kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek yang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat promosi lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda. Jadi dengan kata lain promosi penjualan bertujuan untuk mempercepat calon konsumen untuk mencoba dan melakukan pembelian atas produk atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Kotler (2012:153) kualitas layanan yaitu upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Pelayanan menjadi salah satu hal yang di nilai oleh konsumen terkait cepat/tanggapnya kinerja karyawan dan pengadaan fasilitas yang lengkap. Apabila konsumen sudah merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan, maka hal itu akan menjadi pengalaman yang baik juga sehingga membuat konsumen atau pelanggan puas dan cenderung akan kembali melakukan pembelian ulang.

Ha cipta m ilia IBI KKG (Institu tuis dan Informatika Kw ik Kian Gie)

Ha cipta m ilia IBI KKG (Institu tuis dan Informatika Kw ik Kian Gie)

Institu tuis dan Informatika Kw ik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pada dasarnya kualitas layanan dan promosi penjualan bertumpu pada upaya memuaskan keinginan atau permintaan pelanggan berdasarkan harapan pelanggan. Maka dari itu, kualitas pelayanan dan promosi penjualan merupakan elemen penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Seiring berjalannya waktu, masyarakat yang konsumtif mulai menjadi konsumen yang kritis terutama dalam hal yang terkait dengan kepuasannya sebagai konsumen. Pelayanan yang sebenarnya yang diinginkan oleh pelanggan adalah bagaimana karyawan dapat memperlakukan atau memberikan layanan yang baik terhadap pelanggan. Dengan banyaknya masalah dimana karyawan tidak cepat/tanggap dalam memenuhi permintaan atau dalam hal menyelesaikan masalah dari konsumen, serta hal lainnya mengakibatkan banyak konsumen yang akhirnya kecewa dan merasa tidak puas dengan pelayanan yang buruk tersebut, dan masih banyak lagi hal – hal yang membuat pelanggan akhirnya menyimpulkan bahwa mereka tidak puas terhadap pelayanan. Hal tersebut memberikan tekanan tersendiri bagi para pebisnis, sehingga diperlukan strategi untuk dapat menarik perhatian dari pelanggan, terutama dalam hal mencapai kepuasan pelanggan. Kemampuan dan keahlian pebisnis dalam menciptakan strategi – strategi yang baik agar tetap dapat bersaing dengan para kompetitornya di dalam dunia industri tak terlepas juga dari berbagai macam masalah yang timbul, salah satunya adalah persaingan produk sejenis yang banyak di jumpai dimanapun.

Berkaitan dengan masa pandemi covid-19 sekarang ini maka menjaga imunitas merupakan kunci utama agar tidak tertular virus tersebut. Pada dasarnya, tubuh manusia memiliki sistem imun untuk melawan virus dan bakteri penyebab penyakit. Namun ada hal lain yang dapat melemahkan system imun atau daya tahan tubuh seseorang, antara lain

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

penuaan, kurang gizi, penyakit, bahkan obat – obatan tertentu. Oleh karena itu fungsi sistem imun perlu senantiasa di jaga agar daya tahan tubuh kuat.

Menurut ahli gizi Fitri Hidayani, SST, SGz, MKM virus corona dapat dicegah dengan metode PHBS (Perilaku Hidup Bersih dan Sehat). Sebagian besar orang yang terinfeksi virus corona karena memiliki imunitas yang rendah. Oleh karena itu, sangat penting menjaga dan memiliki imunitas yang tinggi, terlebih lagi bagi anda yang sibuk dengan rutinitas di kantor. Ada banyak cara untuk menjaga dan meningkatkan imunitas tubuh yaitu perbanyak makan sayur dan buah, istitahat yang cukup, hindari stress, rokok, alkohol, serta rutin berolahraga. Menurut Amal dan Dartiana (2020, 6 April) ada lima makanan yang dapat meningkatkan imunitas tubuh yaitu:

1. Teh Hitam

Teh hitam memiliki kandungan yang dapat membantu Anda melindungi tubuh dari serangan berbagai jenis virus. Kandungan tersebut di antaranya *polifenol*, *katekin*, dan *alkaloid*. Dari penelitian yang dilakukan oleh Oliveira dan kawan - kawan pada tahun 2015 di Amerika, diketahui bahwa kandungan *polifenol* dalam teh hitam mampu menghambat perkembangbiakan virus. Anda dapat mengonsumsi teh hitam seperti mengonsumsi teh pada umumnya, yakni diseduh.

2. Bawang Putih

Kandungan *allicin* dalam bawang putih membantu imunitas tubuh anda dalam melawan virus influenza, HIV, dan herpes simpleks. Cara mengonsumsinya, dapat dikonsumsi langsung dalam bentuk irisan dadu kecil atau juga dengan diiris dan ditambahkan pada masakan bekal siang Anda di kantor. Namun, agar kandungan *allicin* tetap terjaga, bawang putihnya jangan dimasak sampai hangus atau terlalu matang.





3. Jahe

Jahe memiliki kandungan sitokin yang mendorong sel tubuh untuk mengeluarkan zat penghambat infeksi virus. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Chang dan kawan-kawan tahun 2013, membandingkan antara efek jahe segar dengan jahe kering yang diseduh dengan air panas. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah air panas dengan jahe segar berdampak terhadap kekebalan tubuh. Sedangkan air panas pada jahe kering tidak menimbulkan dampak apa-apa. Pastikan jahe yang anda gunakan untuk membuat air rebusan jahe adalah jahe segar.

4. Kayu Manis

Ekstrak kayu manis yang mengandung zat *cinnamaldehyde* memicu terjadinya efek antivirus, yakni memperlambat pertumbuhan virus. Selain virus, zat-zat dalam kayu manis juga dapat menghambat bakteri dalam makanan. Selain efek antibakteri dan antijamur, kayu manis juga dapat untuk mengatasi masalah pencernaan seperti lambung, diare, dan gangguan nafsu makan. Kayu manis ini dapat kita konsumsi dengan menambahkan bubuk kayu manis sebanyak 0,5-1 sendok teh pada makanan kita sehari-hari, contohnya sebagai tambahan *topping* roti, sereal *oatmeal* atau dapat juga ditambahkan pada teh atau kopi yang kita konsumsi sehari-hari. Dengan begitu, makanan atau minuman tidak hanya bisa memanjakan lidah kita, tapi juga bisa memanjakan indra penciuman kita karena aromanya yang sangat khas.

5. Yoghurt

Kandungan bakteri probiotik dalam yoghurt membantu menghentikan aktivitas virus dalam tubuh kita, sehingga kita bisa lebih cepat sembuh dari sakit. Penelitian yang dilakukan di daerah pedesaan Jepang menemukan bahwa kejadian flu pada anak usia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



sekolah menurun akibat konsumsi yoghurt. Tidak hanya itu, yoghurt juga membantu mengatasi diare dan peradangan dalam tubuh. Saat ini banyak produk yoghurt beredar di pasaran, pastikan Anda memilih yoghurt yang mengandung probiotik. Cara mengetahuinya sangat mudah, yakni dengan menemukan pada label “mengandung *probiotik*” yang tercantum pada kemasan.

Selain yang disebutkan di atas, buah dan sayur seperti jeruk, lemon, pepaya, kiwi, brokoli, bayam, paprika, serta rempah seperti kunyit juga berkhasiat untuk meningkatkan kekebalan tubuh. Namun, perlu anda ingat bahwa mengonsumsi makanan tersebut akan benar-benar berkhasiat bila didukung dengan kebiasaan mengonsumsi gizi seimbang, olahraga yang teratur, tidur yang cukup, dan jauhi stres. Menurut Amal dan Dartiana (2020, 6 April) Cegah infeksi virus corona dengan meningkatkan imunitas tubuh.

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil teh terbaik di dunia. Hampir setengah dari produksi teh diekspor keluar negeri. Bahkan, teh sendiri sangat lekat di hati masyarakat Indonesia untuk konsumsi sepanjang waktu. Maka tak heran apabila kepopulerannya kian meroket karena mudah dikonsumsi dengan beragam usia dan status ekonomi, bahkan telah menjadi budaya di beberapa negara. Kini ada beragam jenis teh di pasaran demi memuaskan selera orang akan aroma serta rasa teh. Umumnya, teh yang dikonsumsi oleh orang Indonesia adalah teh melati dan teh hijau. Namun, ada jenis teh lain yang memiliki manfaat luar biasa dan kini mampu menembus pasar Internasional yang diminati mancanegara yaitu teh hitam. Meskipun sekilas teh hitam nampak kurang populer jika dibandingkan dengan teh hijau atau teh melati namun teh hitam ini memiliki manfaat terhadap kesehatan manusia, antara lain sebagai antioksidan untuk mencegah kanker, menurunkan risiko serangan jantung, mencegah radikal bebas dan dapat melancarkan pencernaan. Teh



ekspornya menyumbang hampir separuh Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Menurut Hartono (2020, 6 Oktober). Ditengah pandemi covid-19 hasil ekspor teh hitam menyumbang hampir separuh Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN).

Salah satu perusahaan yang memasarkan produk teh hitam di Indonesia adalah PT. Cahaya Karunia Persada (CAKAP). PT. Cahaya Karunia PersaCAKAP) adalah perusahaan swasta nasional dengan sistem *Multi Level Marketing* murni yang memasarkan dan mendistribusikan brand atau produk *BlessTea* atau Teh Hitam *Orthodox* pilihan yang terbuat dari tiga pucuk daun teh teratas *Camellia Sinensis varietas Assamica*, serta di proses secara alami dan murni tanpa bahan pengawet yang dipasarkan PT. Cahaya Karunia Persada yang beralamat di jalan Daan Mogot, Km 14,5 Jakarta Barat. PT. Cahaya Karunia Persada merupakan perusahaan resmi yang telah terdaftar dalam beberapa data berikut sehingga lebih dipercaya oleh masyarakat Indonesia dan serta juga agar lebih optimal dalam memberikan layanan kepada masyarakat dan seluruh pelanggan di Indonesia terutama pengguna produk *BlessTea* :

1. Akte Pendirian Perusahaan : 28 Januari 2008
2. NPWP : No 02.671.040.0.034.000
3. SIUPL : No 20/PDN.2/SIUPL-T/8/2009
4. Anggota APLI : No 0152/05/13
5. BPOM MD 867909003245, 867909002245, 667909001245
6. Sertifikat halal MUI : No 00120066931113

PT. Cahaya Karunia Persada juga memiliki media pemasaran online yaitu situs online / *website* perusahaan yaitu www.cakap.co.id, serta juga akun sosial media yaitu Instagram dengan id @cakapblessteaindonesia dan Facebook dengan nama akun Aku



Gambar 1.2

Jajaran Produk PT. Cahaya Karunia Persada



Sumber : Jajaran Produk PT. Cahaya Karunia Persada (n.d). *Produk PT. CAKAP cakap.co.id*. Diakses melalui www.cakap.co.id/home/produk/blesstea , 4 Oktober 2020

Perusahaan Multi Level Marketing (MLM) asli Indonesia, PT Cahaya Karunia Persada (CAKAP) konsisten menggarap semua produknya, khususnya teh hitam dengan bahan lokal. Seperti dikatakan Chief Executive Officer (CEO) PT. CAKAP, Tjia Afianto, selama ini, orang Indonesia minum teh, tidak memperdulikan mutu dan kandungan teh itu sendiri, padahal dalam satu daun teh khasiatnya sangat banyak, antara lain antioksidan. Sementara itu, edukasi tentang minum teh pun masih minim, karena itu, pihaknya selain berbisnis, juga ingin mengedukasi. “Kebiasaan minum teh, panas-legi-kentel (nascitel) bukannya tidak boleh, tetapi keliru, bahkan cara menyeduhnya pun masih banyak yang belum paham,” ujarnya dalam acara HUT PT. CAKAP ke-12 di palataran Candi Prambanan, Sabtu (14/03/2020).

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dikatakan, justru dengan sistem penjualan secara MLM ini, terobosan edukasi juga dilakukan. Bahkan dalam situasi seperti saat ini, menurut Tjia Afianto, ancaman Virus Corona bisa diminimalisir dengan memperbaiki kondisi fisik, khususnya cara hidup. “Minum teh dengan gula, dampaknya juga tidak baik, karena itu, dalam produk teh hitam ini, kami sama sekali tidak menganjurkan untuk ditambah gula,” ujarnya. Selain itu, tata cara penyajian teh yang salah pun justru akan menghancurkan bahan antioksidannya. “Pasien corona banyak yang sembuh, karena daya tahan tubuhnya bagus, karena itu satu-satunya cara adalah memperbaiki nutrisi dalam tubuh. Negara kita kaya dengan bahan alamnya, salah satunya teh dan sayangnya, produk yang beredar di pasaran, merupakan bahan sisa, sedangkan kami, konsisten dengan tiga daun teratas, atau daun kualitas atas,” ujarnya.

Selain itu, Afianto juga menjelaskan bahwa 100 persen produk keluaran PT. CAKAP, berasal dari komponen lokal dan tidak mengambil daun teh sembarangan. “Ada kualitasnya, harus dari perkebunan dengan ketinggian di atas 1.200 meter, sinar matahari yang baik dan dalam tanahnya memiliki kandungan mineral, sehingga, didapati miniman 18 persen kadar antioksidan dari teh keringnya,” ujarnya. Ditambahkan CEO PT.CAKAP lainnya, Eddy Taniyara, produk teh PT. CAKAP pernah mendapatkan penghargaan sebagai produk terbaik di dunia. “Tahun 2015 lalu, kita ikut pameran di Jepang dan terpilih sebagai produk terbaik dunia,” ujarnya. Dengan jumlah member lebih dari 100 ribu di seluruh Indonesia, Eddy yakin bahwa ‘Bleeste’a akan membawa perubahan dan juga bisa dijadikan sebagai sarana perbaikan kualitas hidup bangsa Indonesia. Menurut Evani (2020, 15 Maret) Produk teh hitam PT. CAKAP pernah mendapatkan penghargaan sebagai produk terbaik didunia saat mengikuti pameran di Jepang.



C. Batasan Penelitian

Penulis menyadari akan adanya keterbatasan waktu, tenaga dan biaya dalam melakukan penelitian ini, maka batasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah PT. Cahaya Karunia Persada.
2. Subjek penelitian adalah pelanggan dari PT. Cahaya Karunia Persada.
3. Ruang lingkup penelitian akan dilaksanakan pada wilayah Jakarta Barat.
4. Waktu penelitian ini adalah Oktober 2020 – Agustus 2022.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, batasan masalah dan batasan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Hubungan Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cahaya Karunia Persada Di Wilayah Jakarta Barat”

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui korelasi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat.
2. Untuk mengetahui korelasi promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3. Untuk mengetahui variabel manakah diantara kualitas layanan atau promosi penjualan yang paling dominan berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat.

F. Manfaat Penelitian

Penulis berharap bahwa penelitian yang dilakukan oleh penulis ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak antara lain :

1. Bagi Perusahaan

- a. Sebagai bahan masukan dan tambahan informasi, serta acuan yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat digunakan dalam menentukan kebijakan, pengambilan keputusan dan juga dalam berinovasi bagi PT. Cahaya Karunia Persada.
- b. Memberikan informasi mengenai seberapa besar korelasi kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada.
- c. Memberikan rekomendasi yang bersifat saran untuk meningkatkan kualitas layanan dan promosi penjualan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membuat peneliti lebih mendapat wawasan yang lebih luas tentang variabel kualitas layanan dan promosi penjualan serta dapat juga bisa dijadikan sumber informasi, referensi dan pedoman bagi peneliti lain yang akan



meneliti hubungan kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat membuat penelitian dengan lebih baik lagi.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

3. Bagi Ilmu Pemasaran dan Pelaku Usaha

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Untuk mengetahui apakah promosi penjualan berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Sebagai bahan pertimbangan bagi para pelaku usaha yang ingin menjalankan bisnisnya.

4. Bagi Pihak lainnya

Diharapkan hasil penelitian ini menambah wawasan dan ilmu pengetahuan setelah membaca keseluruhan isi penelitian ini yang dapat diterapkan dalam dunia kerja maupun kehidupan sehari – hari.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.