BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sekitar 2 tahun yang lalu, tepatnya akhir tahun 2019 dunia dihebohkan dengan ditemukannya suatu virus yang berakhir menjadi wabah yang dikenal dengan Corona Virus Disease 2019 atau Covid 19. Virus ini ditemukan pertama kali di China tepatnya di Kota Wuhan. Data terakhir yang diakses oleh penulis pada 31 Maret 2022, jumlah penderita Covid diseluruh dunia menyentuh angka 488 Juta dengan 6,14 Juta angka kematian. Sedangkan di Indonesia sendiri kasus Covid sudah menyentuh angka 6,01 Juta kasus dengan 155 ribu kematian. Hal ini membuktikan betapa ganasnya virus ini karena penyebarannya yang sangat cepat.

Pandemi Covid 19 ini pada akhirnya mempengaruhi hampir seluruh sektor kehidupan manusia di seluruh dunia. Dari sektor kesehatan, pariwisata, industri, dan tentunya ekonomi mengalami perubahan yang sangat signifikan. Menurut data dari Kementrian Ketenagakerjaan, di Indonesia sendiri terdapat sekitar 29,4 Juta pekerja yang terkena dampak dari pandemi Covid 19 ini. jumlah ini masuk dalam mereka yang terkena PHK (Pemutusan Hubungan Kerja), dirumahkan tanpa upa hingga adanya pengurangan jam kerja serta pemotongan gaji pekerja.

Hal ini terjadi di berbagai wilayah di seluruh Indonesia, salah di Kota Ponorogo Provinsi Jawa Timur. Disini, pandemi Covid 19 juga memberikan

dampak yang besar terhadap kehidupan masyarakatnya. Salah satunya yang paling terdampak banyak ialah sektor ekonomi. Karena penyebaran virus ini yang masih terus berlangsung, pemerintah setempat juga membatasi aktivitas warganya. Dengan begitu banyak pilar ekonomi yang perlahan-lahan menurun bahkan ada yang harus gulung tikar dikarenakan pandemi yang terus terjadi. Salah satu contohnya adalah Mall Ponorogo City Center yang merupakan satu-satunya dan merupakan yang pertama berdiri Mall di Kota Ponorogo.

Mall Ponorogo City center diresmikan pada tanggal 26 September tahun 2013 yang membuat masyarakat lebih dimanjakan dan dimudahkan dalam memenuhi kebutuhan baik untuk kebutuhan primer maupun sebagai tempat sarana hiburan yang beragam. Mall ini memang dibangun untuk memfasilitasi warga Ponorogo dalam mencari tempat hiburan baru tanpa harus ke kota tetangga seoperti Madiun. Hal ini juga menunjukkan bahwa Kota Ponorogo telah berkembang secara pesat dan tidak kalah saing dengan kota kota lain dalam hal fasilitas umum. Dengan adanya Mall PCC ini bisa diprediksi bahwa membawa pengaruh yang signifikan dalam hal ekonomi karena secara tidak sadar juga mampu meningkatkan sifat konsumtif warganya yang membuat logika kebutuhan kini berpindah menjadi logika hasrat atau hanya keinginan.

Mall PCC ini mempunyai konsep yang unik yakni "*One Stop Service*" yang berarti para pengunjung yang hadir bisa menikmati berbagai fasilitas yang ada, seperti fasilitas berbelanja, fashion, *food court*, dan juga arena bermain hanya dalam satu tempat kunjungan. Seperti yang kita tahu bahwa mall-mall ini

merupakan suatu tempat yang pas untuk mendapatkan kebahagiaan dan juga kesenangan bagi setiap orang yang datang, bukan hanya hiburan namun makanan, pakaian, dan berbagai barang yang tersedia tentunya bisa memenuhi kebutuhan konsumtif mereka.

Strategi merupakan hal yang bisa menetukan arah bagi suatu organisasi atau perusahaan. Jika sutu strategi tidak dijalankan dengan baik, maka keputusan yang didapat akan bersifat objektif atau hanya sekadar naluri belaka. Hal ini juga bisa membuat pengambil keputusan mengabaikan keputusan lain yang lebih baik. (Tjiptono,2002:4). Marketing berasal dari bahasa Inggris yang artinya "Pemasaran". Yang dimaksud pemasaran ialah sekelompok kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dan organisasi lainnya untuk mengirimkan nilai-nilai atau sebuah pertukaran antara mereka dengan pelanggan. (Shimp, 2000:4).

Membangun kepercayaan menurut Mowen dan Minor (2022:213) adalah seluruh pengetahuan atau ekspektasi yang dari konsumen dan segala kesimpulan yang dibuat oleh konsumen, yang meliputi objek, atribut dan juga manfaat yang diperoleh. Kepercayaan sendiri adalah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang manfaat yang dirasakannya. Jika konsumen merasa sudah puas dengan hasil/manfaat suatu produk atau merek, maka konsumen akan terus membeli dan juga menggunakannya serta menginformasikan kepada orang lain tentang pengalamannya dengan sebuah produk. Oleh karena penting bagi suatu perusahaan memenangkan hati konsumen untuk mendapatkan kepercayaan dan juga menimbulkan rasa puas agar konsumen memiliki komitmen pada perusahaan

tersebut. Terutama dalam kondisi pandemi seperti ini, banyak sekali pengunjung yang enggan datang ke PCC mall karena merasa kurang nyaman dan aman. Oleh karena itu banyak sekali hal yang harus dilakukan oleh PCC mall agar mendapatkan kembali kepercayaan pengunjung. Ketika sebuah kepercayaan dan juga loyalitas sudah dimiliki pengunjung, maka keinginan untuk kembali berkunjung akan semakin besar.

Dalam membangun kepercayaan pengunjung khususnya dimasa pandemi seperti sekarang, dibutuhkan strategi marketing yang tepat untuk memperoleh hasil yang maksimal. Hal ini menjadi salah satu pekerjaan rumah yang besar bagi manajemen PCC mall ponorogo sebagai perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka penulis akan merumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana strategi marketing yang diterapkan Mall PCC membangun kepercayaan di masa pandemi covid 19?.

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dituliskan diatas, maka penulis memiliki tujuan sebagai berikut :

Mengetahui Bagaimana strategi marketing yang diterapkan Mall PCC untuk membangun kepercayaan pengunjung dimasa covid 19.

D. Manfaat

Dalam penulisan ini, terdapat beberapa manfaat yaitu :

A. Manfaat Teoritis

Penulis berharap bisa memberikan manfaat untuk menambah ilmu dan juga pengetahuan tentang bagaimana komunikasi marketing yang dilakukan oleh manajemen Mall PCC untuk membangun kepercayaan pengunjung di masa pandemi.

B. Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk penulisan dimasa yang akan datang.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO