

DAMPAK PANDEMIC COVID-19 DAN PERSAINGAN HARGA PENJUALAN PETI MATI TOKO DUKA DENGAN METODE CASE STUDY DAN TEKNIK SNOWBALL SAMPLING

Nur Jannah, Sti Suprapti, Yurilla Enda M, Agung Bayumurti

***Abstract:** This study aims to determine the impact of the covid-19 pandemic and price competition on the sale of coffins at a funeral shop in Surabaya. The research approach uses a qualitative approach with case study methods and snowball sampling techniques. The research subjects consisted of coffin funeral shop entrepreneurs in Surabaya. Data collection techniques used in this study consisted of interviews, observations, documentation studies and triangulation. Then for data analysis using data validation techniques with member-check, triangulation and expert opinion. The results of the study show that the Covid-19 pandemic for funeral shops in the City of Surabaya is a distinct advantage because the demand for coffins, especially from hospitals, has increased many times. Therefore, to meet the needs of the coffin, the funeral shop entrepreneur has to increase the number of employees or by increasing the working hours. The price of the COVID-19 coffin is cheaper than the coffin in general. For a variety of prices offered ranging from 350,000 to 900,000. Most funeral shops do not take advantage of the situation to get more profit, they sell at standard prices according to the production costs and prices can be flexible depending on the available raw materials.*

Keywords: pandemic covid-19, price competition, coffin sales, case study, snowball sampling

PENDAHULUAN

Memasuki Era pandemic Covid yang dampaknya luar biasa membawa perubahan bagi dunia usaha di bidang jasa Peti Mati, salah satu dampaknya adalah persaingan penjualan yang semakin ketat yang harus dihadapi, maka untuk alasan ini beberapa Toko Duka yang ada di Surabaya harus mampu menciptakan fondasi yang kuat bagi Perusahaan (Toko duka). Persaingan harga, kualitas dan sebagainya harus bisa membenahi berbagai aspek agar mampu bersaing terhadap kompetitornya sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat bagi usahanya dan bertahan dalam dunia usaha.

Perusahaan membutuhkan keunggulan dalam menghadapi persaingan yang ketat dalam industri ini. Meningkatnya persaingan dalam industri sejenis mengakibatkan pasar untuk industri tersebut menjadi *price sensitive*, dimana peningkatan atau penurunan harga yang relatif kecil dapat mengakibatkan dampak yang signifikan pada penjualan. Karena itu, harga jual merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk dapat bertahan dalam industri tersebut. Untuk dapat mencapai keunggulan, perusahaan harus dapat menghitung harga jual dengan tepat. Harga jual

tidak boleh terlalu rendah agar dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan perusahaan dan memberikan keuntungan yang diinginkan, juga tidak boleh terlalu tinggi agar perusahaan dapat bersaing dengan para pesaingnya.

Pembeli peti mati merupakan pembeli yang membeli dalam jumlah yang cukup besar ataupun individu di era pandemic. Oleh karena itu harga jual menjadi hal yang sangat penting bagi pembeli dalam mempertimbangkan barang mana yang akan dibeli mengingat persaingan harga pada produk yang sama di Indonesia sangatlah ketat. Adanya selisih harga, meskipun selisih harga tersebut bernilai kecil akan sangat mempengaruhi order dalam penjualan dengan kuantitas yang besar. Perubahan harga yang kecil sekalipun akan berdampak yang sangat besar bagi penjualan dalam kuantitas besar. Jika ada kesalahan dalam penentuan harga jual maka perusahaan dapat rugi dalam jumlah besar (Utari, 2015).

Meningkatnya persaingan dalam penjualan Peti Mati, menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan agar dapat tetap melangsungkan hidupnya dan memperbesar usahanya. Untuk itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga jual yang wajar dengan cara mempertahankan bahan, kualitas serta pelayanan prima. Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas pelayanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Banyak korban meninggal dunia akibat COVID-19 sehingga rumah sakit membutuhkan perangkat untuk menyelenggarakan pemakaman. Menurut data update bulan juli 2021 , situasi COVID-19 di Jawa Timur berdasarkan data Nasional , angka kumulatif terkonfirmasi positif sebanyak 298.525 kasus. Rinciannya, konfirmasi dirawat 57.126 kasus (19,14 persen), lalu angka kesembuhan mencapai 221.778 kasus (74,29 persen) dan terkonfirmasi meninggal dunia 19.621 kasus (6,57 persen).

Pemerintah Kota Surabaya menyiapkan opsi terburuk apabila ada lonjakan kematian akibat COVID-19 di Kota Pahlawan dengan embuat ratusan peti mati untuk jebazah COVID-19. Jumlah

permintaan untuk pemakaman yang menggunakan protocol kesehatan terus meningkat. Data hingga tanggal 27 juni 2021, ada sebanyak 490 pemakaman yang menggunakan protokol.

Kotler dan Keller (2016: 77) mendefinisikan harga adalah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya. Hasan (2015:298) berpendapat bahwa harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Perusahaan harus menetapkan harga jual untuk yang pertama kalinya, terutama pada saat mengembangkan produk baru. Penetapan harga jual berpotensi menjadi suatu masalah karena keputusan penetapan harga jual cukup kompleks dan harus memperhatikan berbagai aspek yang mempengaruhinya.

Kualitas dapat diartikan kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Luthfia 2012). Produk didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya Mutu atau kualitas produk dipengaruhi oleh faktor yang akan menentukan bahwa mutu barang dapat memenuhi tujuannya, yaitu untuk meningkatkan volume penjualan (Iswayanti 2010). Layanan yang berkualitas merupakan salah satu determinan yang sangat penting pada peningkatan kepuasan ayanan. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan akan emiliki dampak yang baik pula pada loyalitas pelanggan (Utari, 2013).

Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas layanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, Lewis and Booms dalam Tjiptono (2008 : 85).

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (*case study*) dan *teknik snowball sampling*. Subjek penelitian terdiri atas pengusaha toko duka peti mati di Surabaya yang meliputi beberapa orang pelaku wirausaha yang penulis ambil sebagai subyek adalah penelitian Manager/Pimpinan Toko rumah duka: (1) A, 50 tahun, (2) C, 48 tahun dan (3) D, 30 tahun, karyawan kepercayaan pabrik peti mati. (3) S, 53 tahun.

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri atas wawancara, observasi, studi dokumentasi dan triangulasi. Kemudian untuk analisis data menggunakan teknik validasi data dengan *member-check*, triangulasi dan *expert opinion*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingginya angka kematian pasien Covid-19 melonjak tajam dalam beberapa waktu terakhir. Tidak hanya petugas pemakaman yang kelimpungan, perajin peti mati pun ikut kewalahan mulai dari penentuan harga, ketepatan waktu pengerjaan dan bahan baku untuk membuat peti mati.

Kelanggangan usaha ditengah maraknya kompetitor peti mati toko duka pastilah memiliki suatu kunci rahasia. Kunci sukses usaha peti mati tersebut antara lain karena harga yang kompetitif, kualitas produk dan pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan. Kisaran harga peti yang biasa di Surabaya mencapai 3-5 juta per peti untuk harga rata-rata. Ada juga peti mati senilai 20-65 juta, yang terbuat dari kayu jati dan ornamen *hand made*. Di luar harga tersebut harga jual peti mati bisa ditetapkan dengan fleksibel tergantung dari anggaran yang dimiliki oleh pembeli.

Sebagai pelaku usaha Toko Rumah Duka A yang melayani penjual peti mati di Surabaya baik penjualan secara partai, maupun perorangan, A juga melayani permintaan dari rumah sakit maupun pemerintah. Selama satu pekan ini, A mengaku justru sering mendapatkan order dari rumah sakit.

“Kami sempat menerima orderan permintaan dari rumah sakit negeri maupun swasta. Terpaksa kami tidak bisa memenuhi. Karena setiap harinya kami hanya mampu produksi di bawah 10 peti. Rumah sakit itu mintanya 10 sampai 20 peti,” terangnya.

Lantaran adanya permintaan yang membludak, A yang sudah merintis usahanya belasan tahun itu terpaksa menambah jumlah pekerja untuk meningkatkan produksi sehingga dia dapat mengirim 30-40 peti ke rumah sakit pemerintah dan rumah sakit swasta di Surabaya selama satu pekan ini.

Selain mencukupi permintaan dari rumah sakit, lanjut A, dia juga menyisihkan satu atau dua peti mati untuk permintaan perorangan bila ada yang beli sewaktu-waktu.

“Yang kami produksi itu hanya dua ukuran. Untuk peti standar harganya Rp 350.000, sedangkan peti jumbo harganya Rp 430.000, khusus untuk jenazah covid-19” imbuhnya.

Beda dengan Toko Rumah Duka C, Meskipun pesanan mengalami peningkatan, dia tidak menaikkan harga jual peti mati. Meski persediaan bahan baku kayu jati yang digunakan semakin hari semakin sulit didapat.

”Harga masih normal seperti sebelumnya, ini bahannya dari kayu jati semua. Harga mulai dari 2 juta, biasanya kalau komplet kami lengkapi kapur barus, kapas, parfum, air mineral, roti, dan sebagainya,” ujarnya.

Untuk peti mati covid sendiri, C hanya melayani untuk Rumah Sakit Swasta dikarenakan harga bagus dan pembayarannya juga bisa *flexible* sehingga dapat berpengaruh terhadap kinerja karyawan di tempat kerjanya. Karena pada saat proses pembuatan peti mati, karyawan dituntut untuk tepat waktu dalam menyelesaikan pekerjaannya, begitu juga dengan pelayanan pengiriman harus tepat waktu. Oleh sebab itu banyak sudah yang mengambil atau membeli secara berlangganan di Rumah duka C tersebut

Untuk pesanan peti jenazah khusus COVID-19 selama ini Toko Rumah Duka D, didatangi langsung dari pihak rumah sakit, khususnya rumah sakit pemerintah. D membanderol harga untuk satu peti jenazah COVID-19 dibawah harga peti mati pada umumnya.

“Harga peti COVID-19 sebesar Rp 700.00 ini memang paling murah dibanding peti mati pada umumnya yang berkisar Rp 1 jutaan. Karena bentuk dan bahan peti jenazah covid-19 lebih sederhana, dibandingkan yang digunakan untuk upacara keagamaan tertentu”.

Ujarnya

Saat ini D memiliki enam orang pegawai yang bekerja setiap hari, untuk memenuhi pesanan peti mati dari Kota Surabaya. Sementara untuk penjualan, dia buka 24 jam dan bisa dihubungi melalui telepon.

“Karyawan ada enam. Kerjanya terbuka (non stop) 24 jam” imbuhnya

Beda dengan S, dengan membludaknya pesanan peti mati di Kota Surabaya, Rumah Duka yang mempunyai motto "*Funeral Service & Cargo Jenazah*" itu harus menambah jumlah pekerja.

“Dengan bertambahnya jumlah pesanan peti mati, artinya ada pula konsekuensi logis yang harus diterima oleh para pekerja. Salah satunya adalah jam kerja yang bertambah. Untuk membuat satu peti mati biasanya membutuhkan waktu kurang lebih 15 menit. Dengan jumlah personel yang ada, para punggawa Sahabat Duka bisa merampungkan satu peti mati dalam waktu yang cukup ringkas” teranginya

Meski banjir pesanan, rupanya ada kendala juga yang harus dihadapi oleh segenap pengurus Rumah Duka. Salah satu kendala tersebut adalah bahan operasional pembuatan peti yang harus dipenuhi setiap harinya. stok kayu maupun triplek sebagai bahan utama pembuatan peti mati di Surabaya memang masih mencukupi. Hanya saja, para pengrajin harus menunggu pesanan bahan bakunya datang.

"Kalau masalah bahan susah sih tidak. Hanya, agak telat saja dia (pemasok bahan) ngirimnya. Umpama kan kaya peti yang kayu kan agak telat. Biasanya peti langsung datang, kadang telat dua hari atau sehari, Kini usaha peti mati yang dulunya hanya sebagai sampingan justru bisa menjadi usaha utama yang menjanjikan. Harga peti mati sendiri dijual mulai dari Rp 900 ribu hingga Rp 5 juta rupiah tergantung ukuran dan jenis kayu digunakan" Lanjut S

Rata-rata dalam satu hari para pengrajin ini di Roko Rumah Duka S mampu membuat 1 hingga 2 buah peti mati.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian sebagaimana dibahas sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa adanya pandemic covid-19 bagi toko duka di Kota Surabaya menjadi keuntungan tersendiri karena permintaan terhadap kebutuhan peti mati dari Rumah Sakit baik Rumah Sakit Pemerintah maupun Rumah Sakit Swasta yang meningkat berkali-kali lipat dari sebelum pandemic covid-19. Oleh sebab itu untuk memenuhi kebutuhan peti mati pengusaha toko duka melakukan penambahan jumlah karyawan ataupun dengan menambah jam kerja.

Harga peti COVID-19 lebih murah dibandingkan dengan peti mati pada umumnya, karena memiliki bentuk yang sederhana. Untuk variasi harga yang ditawarkan mulai dari 350.000 sampai dengan 900.000. Kebanyakan toko duka tidak memanfaatkan keadaan untuk memperoleh keuntungan lebih, mereka menjual dengan harga standar sesuai dengan biaya produksinya dan harga bisa *flexible* tergantung juga dengan bahan baku yang ada. Permasalahan yang dihadapi saat ini berkaitan dengan pengiriman bahan baku yang terkadang mengalami keterlambatan antara 1 sampai 2 hari.

Saran

Berdasarkan pada kesimpulan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan beberapa saran bagi toko rumah duka, meskipun ada momentum pandemic Covid-19 sehingga terjadi peningkatan order yang signifikan diharapkan tidak memproduksi peti mati dengan asal-asalan, kualitas dari peti juga harus diperhatikan sesuai dengan standar ketentuan yang berlaku, mulai dari jenis kayu yang digunakan, kesesuaian ukuran peti mati, maupun pelapisan lainnya.

Selain itu dengan adanya peningkatan permintaan peti mati, toko rumah duka diharapkan tidak memanfaatkan keadaan dengan menaikkan harga peti mati. Harga dapat ditentukan berdasar pada pasar dan biaya produksi yang dikeluarkan, mengingat penyesuaian dengan bahan baku yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS.
- Iswayanti, Putri, Ika, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan "Soto Angkringan Mas Boed" di Semarang). Universitas Diponegoro Semarang
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1. & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Luthfia, Khaula. 2012. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Corporate Governance Terhadap Publikasi *Sustainability Report*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Utari, Woro, et al. 2015. *Analysis Factors of Hospital Services Quality and user satisfaction. International Journal of Business and Management Invention*. Volume 5- Issue 2 vertion 1. ISSN : 2319-801X
- Utari, Woro. 2013. Analisis Kualitas Layanan serta Dampaknya terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Nasrul Ummah Lamongan. *Jurnal Neo Bis*. Vol 7 No 1.