

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di tahun 2019 virus covid mulai dibicarakan oleh dunia, virus yang berasal dari wuhan China ini merupakan virus yang dapat menyerang sistem pernapasan manusia dan juga hewan. Untuk manusia yang terserang virus ini dimulai badan akan terasa lemas, meriang, indera penciuman dan perasa akan hilang, juga sampai mengalami sesak nafas untuk orang-orang tertentu yang imune tubuhnya kurang kuat. Untuk hewan virus ini juga menyerang pernapasan hingga pencernaan. Hewan yang terkena virus akan mengalami gejala-gejala yang memperlihatkan perilaku yang tidak biasanya seperti hewan mengalami nafas yang terengah-engah. Virus yang berasal dari wuhan china ini sudah menyebar di seluruh dunia termasuk Indonesia yang sampai membuat presiden Indonesia membuat kebijakan untuk melakukan *lockdown* dengan skala besar. Perintah tersebut merupakan himbauan kepada masyarakat untuk tidak keluar kota dan tetap di rumah guna mencegah tersebarnya virus covid semakin luas di Indonesia dikarenakan setiap harinya jumlah pasien covid semakin naik di Indonesia.

Akibat dari perintah tersebut membuat hampir seluruh masyarakat Indonesia melakukan aktivitas pekerjaan dan sekolah dilakukan di rumah sehingga menimbulkan dampak yang mengubah hidup masyarakat yang harus menghadapi tantangan baru dalam menjalani kehidupan sehari-hari. terlebih

pelaku bisnis mendapat dampak yang sangat serius terhadap bisnisnya yang mengalami penurunan penjualan hingga ada yang sampai gulung tikar. Pelaku bisnis tengah mengalami masa sulit dalam mempertahankan bisnisnya di masa pandemi ini serta harus beradaptasi dengan keadaan guna dapat bertahan dalam kondisi ini.

Dengan adanya *lockdown* membuat masyarakat hanya melakukan aktivitas di rumah sehingga banyak orang yang stress karena aktivitas di luarnya dibatasi membuat mereka mencari alternatif hiburan guna menyalurkan kebosannya di rumah seperti bermain dengan hewan peliharaan. Memelihara ikan menjadi suatu pilihan yang banyak sekali masyarakat Indonesia pilih karena dapat menjadi hiasan di ruang tamu, teman di ruang tidur dan dapat menjadi sebuah peluang bisnis. Memelihara ikan khususnya jenis predator merupakan trend masa kini yang banyak digemari banyak kalangan dari tua hingga anak-anak, daya tarik yang diberikan ikan berjenis predator adalah cara ia memburu mangsanya saat diberi makan, keindahan warna hingga bentuk dan masih banyak lagi. Fenomena demam memelihara ikan predator di masa pandemi sangatlah tinggi dikarenakan banyak sekali artis hingga youtuber membuat konten seputar ikan predator sehingga masyarakat mulai tertarik memelihara ikan predator di rumah. Banyak sekali jenis ikan predator di antaranya yang sering masyarakat Indonesia pelihara ialah Ikan gabus (*Snakehead*), Peacock Bass, Aligator, Kerapu, Lele (*Catfish*) dan masih banyak lagi.

Dalam fenomena ini Ikan Gabus lah yang paling banyak dicari-cari, seperti yang diketahui bahwa dulunya ikan gabus merupakan ikan konsumsi yang

bermanfaat sebagai penyembuh luka luar seperti bekas operasi namun sekarang ini masyarakat lebih melihat dari berbagai sisi keunikan dan keindahan sehingga muncullah peluang bisnis. Di Indonesia sendiri banyak sekali ikan gabus yang tersebar seperti *Channa Maruliodes* yang persebarannya hanya di Kalimantan dan Sumatera, *Channa Gachua* yang tersebar di Sumatera, Kalimantan dan Jawa, banyak juga ikan import yang masuk karena punya bentuk, corak warna yang tidak ada di Indonesia. Harga jual ikan tersebut sebelum banyak orang tau dan melihat dari sisi keunikan dan keindahan hanya dijual perkilo tiga puluh ribu sampai lima puluh ribu, namun karena saat ini sudah terkenal dengan keindahannya bisa sampai puluhan juta tergantung kualitasnya.

Dilansir dari portal berita Kompasiana dengan judul "Ikan Channa Menjadi Bisnis Kala Pandemi" mengutarakan bahwa di masa pandemi ini memelihara ikan channa menjadi sebuah tren bagi orang yang bosan karena aktivitas terbatas di luar rumah, sehingga banyak masyarakat yang ikut-ikutan memelihara ikan channa. Di dalam berita disebutkan bahwa ada banyak sekali jenis ikan channa seperti *channa pulchra* yang memiliki corak warna biru di badan yang dibanderol dengan harga empat puluh ribu rupiah hingga delapan puluh ribu rupiah dengan ukuran empat sampai delapan sentimeter tergantung kualitas dan keunikannya. Selain itu ada juga *Channa* berjenis Yellow Sentarum yang memiliki ukuran lebih dari tiga puluh sentimeter dengan warna kuning bergaris hitam. Perawatan ikan tersebut sangatlah mudah dan tidak boros karena hanya menggunakan cacing, udang yang sudah dibekukan dan

pelet sehingga masyarakat banyak menyukai karena perawatan yang tergolong mudah dan tidak boros. Pada pandemi ini mulai digelar sebuah kompetisi untuk ikan channa sehingga banyak sekali orang berlomba lomba untuk mencetak ikan yang berkualitas secara warna, mental dan keunikan. Maka dari itu memelihara ikan channa di masa pandemi menjadi suatu pilihan karena selain dapat menambah koleksi juga dapat menjadi peluang bisnis dengan dijual belikan.



Gambar 1. Berita tentang Ikan Channa di kala pandemi

Sumber : <https://is.gd/qiCC9c>

Usrock Akuwatik merupakan sebuah bisnis yang di bangun akibat dampak virus covid yang bergerak di bidang jual beli ikan khususnya Channa, berbeda dari toko ikan dimana toko ikan menjual lebih ke peralatan dan perlengkapan aquarium beserta makanan, toko milik Rosyid ini lebih ke *fish house* karena Usrock Akuwatik ini hanya fokus jual beli ikan saja seperti indukan dari ikan ikan import, anakan ikan channa hasil budidayanya dan ikan ikan hasil tangkapan alam yang berasal dari petani luar jawa. Usrock Akuwatik dikenal

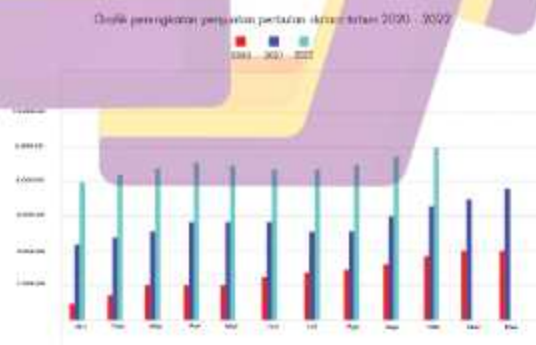
baik masyarakat karena memiliki ikan dengan kualitas yang bagus yang berlokasi di Yogyakarta, di mana kota Yogyakarta merupakan awal mula ikan channa booming karena pertama kali diadakannya kontes ikan gabus (Channa) di mall Sleman city hall, sehingga sangat mudah untuk mencari minat dari calon pembeli dari luar jogja

Berdasarkan data yang didapatkan dari wawancara kepada pemilik bahwa Usrock Akuwatik merupakan bisnis baru yang lahir dari sebuah hobi memelihara ikan predator, dari hobi tersebut terdapat peluang yang di dukung dengan fenomena yang ada di saat itu memelihara ikan predator. Usrock Akuwatik merupakan pelaku bisnis yang memiliki daya tarik yang bagus, karena usrock akwatik memiliki *track record* yang bagus, sehingga banyak orang yang sudah mengenalinya. Usrock Akuwatik ini sudah pernah mengikuti kontes ikan channa yang di adakan di Pasar Pasty Yogyakarta, dimana kontes tersebut merupakan kontes pertama di Indonesia. Usrock Akuwatik mendapatkan *runner up* atau apresiasi dalam kontes tersebut. Sehingga banyak masyarakat sudah tidak meragukan kualitas ikan yang di jualnya, karena sudah masuk nominasi dalam kontes ikan yang di selenggarakan di Indonesia saja sudah menandakan bahwa orang tersebut paham dengan kualitas ikan yang di cari.

Fasilitas yang dimiliki Usrock Akuwatik sekarang memiliki 4 rak aquarium dengan panjang 2 meter yang tiap rak nya di isi dengan 4 akuarium dengan panjang 1 meter, 1 rak akuarium dengan panjang 2 meter setengah yang di isi dengan 6 akuarium dengan panjang 80 centimeter, tiap aquarium 1 meteran di

isi dengan indukan ikan channa pulchra dan stewarti sudah ada total 6 pasang, untuk akuarium dengan panjang 80 sentimeter di isi dengan anakan dari indukan indukan tadi. Usrock Akuwatik ini sangat memperhatikan kualitas induk nya dimana jantan harus lebih memiliki warna yang cerah, dorsal yang lebar dan mental yang galak. Untuk betinanya harus gemuk sehat dan memiliki warna yang tegas juga , sehingga dapat menghasilkan kualitas anakan yang terbaik.

Usrock Akuwatik melakukan strategi dalam upaya meningkatkan penjualan di masa pademi dengan menerapkan strategi pemasaran. Dalam bisnis perlu melakukan kegiatan pemasaran dan media pemasaran yang efektif untuk menunjang upaya meningkatkan penjualan di masa pandemi. Berdasarkan data yang di peroleh dari Usrock Akuwatik bahwa di tahun pertama mengalami kenaikan yang tidak begitu banyak, namun di tahun ke dua dan tiga mampu mengalami peningkatan penjualan yang begitu tinggi.



Gambar 2 : Grafik Peningkatan Penjualan

Menurut (Mardiansyah, 2016) Setiap perusahaan harus memiliki strategi komunikasi yang tepat dan mampu memenuhi kebutuhan setiap pelanggan sehingga mampu menarik perhatian dalam menarik pasar. Banyaknya media pemasaran yang dapat digunakan perusahaan saat ini seperti media offline (brosur, poster dan spanduk) dan media online (internet) dapat menambah efektivitas kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Perusahaan dengan produk serupa berupaya untuk menarik dan mendapatkan pelanggan sebanyak banyaknya untuk memperoleh pasar (market share) yang sebesar-besarnya sehingga dengan hal tersebut suatu produk diharapkan dapat menjadi pemimpin pasar diantara produk-produk pesaing lainnya

Menurut (Hamdan, 2015) dalam dunia bisnis, strategi pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam tahap kesadaran dan pemahaman konsumen. Strategi yang diterapkan perusahaan juga beragam, seperti menawarkan produk dengan kemasan yang menarik dan terjangkau atau bahkan nilai jual yang strategis. Selain itu, strategi pemasaran lainnya adalah menempatkan iklan di beberapa media. Berbagai strategi pemasaran ini tidak hanya digunakan oleh untuk menunjukkan keberadaan produk, tetapi juga memberikan pengetahuan tentang manfaat produk untuk membangkitkan keinginan untuk membelinya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam permasalahan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah

Bagaimana Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Usrock Akuwatik dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah

Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Usrock Akuwatik dalam upaya meningkatkan penjualan

1.3 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi peneliti mengenai strategi yang baik digunakan untuk menjalankan sebuah usaha.
- b. Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi Usrock Akuwatik sebagai tolak ukur penerapan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan.
- b. Bagi masyarakat dapat digunakan sebagai penentu strategi komunikasi pemasaran yang akan diterapkan dalam pengelolaan usaha yang akan dibangun.

1.4 Sistematika Bab

Dalam penyusunan penelitian ini peneliti menyusun sistematika bab untuk mempermudah pembaca dalam memahami secara jelas pembahasan yang ada dalam penelitian ini. Berikut sistematika dalam penelitian ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian dan sistematika bab.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir yang berfungsi untuk mempermudah pembahasan dalam permasalahan yang akan diteliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari uraian analisis dan bukti-bukti yang ditemukan dari permasalahan penelitian yang relevan dengan teori dan/atau konsep dan/atau hipotesis serta metode-metode yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi uraian hasil analisis dan bukti yang ditemukan dari permasalahan penelitian yang relevan dengan teori, konsep atau hipotesis serta metode yang digunakan dalam penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang simpulan argumentasi dan saran serta agenda penelitian lanjutan yang penting dilakukan atau dikembangkan.