

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi *Covid-19* menjadi salah satu periode yang berat bagi semua negara yang mengalaminya, termasuk Indonesia. Pandemi tersebut tidak hanya memberikan dampak langsung dalam aspek kesehatan, melainkan aspek kehidupan lainnya, seperti aspek ekonomi dan sosial. Kebijakan pembatasan sosial dan karantina wilayah berpotensi membatasi masyarakat dalam melaksanakan aktivitas ekonomi, sehingga sirkulasi barang dan jasa menjadi terhambat. Kondisi tersebut terjadi dalam waktu yang cukup lama sehingga menyebabkan penurunan pertumbuhan ekonomi di wilayah yang mengalami pandemi *Covid-19* (Olivier Coibion, 2020). Penurunan pertumbuhan ekonomi tersebut akan diikuti dampak ekonomi lainnya seperti peningkatan tingkat pengangguran (Olivier Coibion, 2020).

Goncangan perekonomian terjadi dimana-mana, Indonesia salah satunya. Kepala Pusat Kebijakan Sektor Keuangan, Kementerian Keuangan yaitu Adi Budiarmo menyebutkan bahwa pertumbuhan perekonomian di Indonesia pada 2020 diperkirakan hanya 0.4% sampai dengan 1% saja (Kencana, 2020), bahkan sumber lain menyebutkan bahwa Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani mengestimasi pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada kuartal II *Covid-19* mengalami penurunan (*minus*) 3.8% dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun-tahun sebelumnya yaitu di atas 5%. Dan diprediksi bahwa perlambatan laju perekonomian di Indonesia masih akan terjadi hingga tahun 2021. Namun, International Monetary Fund (IMF) memproyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2021 akan tumbuh sekitar 6% dengan beberapa catatan diantaranya aktivitas ekonomi telah pulih sepenuhnya. (Laucereno, 2020) Akan tetapi, beberapa ahli lain juga menyebutkan bahwa tantangan perekonomian di Indonesia benar-benar akan terjadi pada tahun 2021. Menurut Menteri Keuangan Indonesia Periode 2013-

2015 Muhammad Chatib Basri bahwa pada tahun 2021 stimulus ekonomi mulai susut, permasalahan perkreditan yang sesungguhnya baru akan terlihat tahun 2021. Dimana, saat ini perbankan dan perusahaan-perusahaan multifinance lainnya memberikan stimulus berupa subsidi bunga, keringanan angsuran kredit bahkan memberikan kemudahan syarat bagi pengaju pinjaman modal. Namun, tahun 2021 mereka akan melakukan restrukturisasi kredit kepada korporasi dan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) serta debitur dengan tidak memperpanjang masa keringanan pinjaman dan subsidi bunga tersebut. (Yusuf Imam Santoso, 2020)

UMKM merupakan sektor usaha yang paling terpunuk. Hal ini juga yang menjadi salah satu penyebab pertumbuhan ekonomi Indonesia melambat seperti yang telah dipaparkan pada tulisan di atas. UMKM memiliki peran yang sangat penting di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi Usaha Kecil Menengah (KOMENKOP UKM) jumlah usaha mikro Indonesia adalah 62.106.900 usaha, usaha kecil 757.090 usaha, usaha menengah 58.627 usaha, usaha besar sebanyak 5.460 usaha. Selama ini UMKM dinilai mampu menopang 80% konsumsi dalam negeri, (JawaPos.com: Opini, Juni 2020), berkontribusi sebesar 60.3% dari total Produk Domestic Bruto (PDB) Indonesia, serta mampu menyerap 97% tenaga kerja dan menyediakan 90% lapangan kerja di Indonesia. Namun, pandemi menghambat kegiatan UMKM sebagaimana biasanya. Dari jumlah UMKM tersebut terdapat 1.785 koperasi dan 163.713 UMKM yang terdampak pandemi. Sektor makanan dan minuman paling terdampak pandemi, selain itu ada juga sektor industri kreatif dan pertanian. Mayoritas kegiatan UMKM membutuhkan kehadiran fisik dimana saat pandemi terjadi banyak aktifitas UMKM yang terhenti selama kurang lebih tiga bulan. Terjadi penurunan penyerapan produk produk UMKM sehingga berefek kepada penurunan omset UMKM. Bahkan sejak awal bulan Maret 2020, pendapatan harian UMKM turun drastis hingga mengancam keberlangsungan bisnis mereka, terjadi pemutusan hubungan kerja (PHK) yang juga turut menurunkan daya beli masyarakat. Ketua Umum Himpunan Pengusaha Muda (HIPMI) Jaya, Afifuddin Suhaeli Kalla mengatakan bahwa omzet UMKM merosot hingga 70% sejak pandemi Covid 19.

Namun, jika diperhatikan ada sisi positif yang terjadi saat pandemi *Covid 19* sekarang ini dimana ada bisnis-bisnis yang justru mengalami kemajuan yang signifikan. Bisnis-bisnis tersebut adalah bisnis-bisnis yang telah memanfaatkan penggunaan Information and Communication Technology (ICT) dalam kegiatan sehari-harinya, bisnis-bisnis yang mampu berinovasi dan beradaptasi dengan cepat dalam menghadapi situasi pandemi *Covid 19* dengan mengalihkan kegiatan usahanya dari *offline* menjadi *online*. Namun, jumlah pelaku UMKM atau bisnis yang mampu bertahan di tengah pandemi *Covid 19* tidaklah banyak.

KETUA Umum Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo) M. Ikhsan Ingratubun membeberkan, selama setahun terakhir pandemi, puluhan juta usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM gulung tikar. Dia menyebut, jumlah UMKM di Tanah Air mencapai 64 juta per 2019. Keadaan UMKM saat pandemi dari 2020 sampai sekarang, bahwa 30 juta UMKM bangkrut. Ini data dari Kadin (Kamar Dagang dan Industri) dari Juli 2020," ujarnya dalam webinar Digitalisasi Pembiayaan untuk UMKM yang diselenggarakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Sabtu (18/9). Ikhsan juga memaparkan berdasarkan survei Bank Indonesia pada Maret 2021, sebanyak 87,5% UMKM terdampak akibat pandemi dan 93,3% pelaku usaha sektor tersebut merasakan dampak penurunan omzet penjualan. "Lalu dari survei itu menyebut, 12,5% UMKM ternyata tidak terdampak dan ada 27,6% unit usaha itu justru mengalami peningkatan omset saat pandemi," jelasnya. (Saputra, 2021)

UPR Budi Fish Farm menjadi salah satu UMKM yang mampu *survive* di masa pandemi dan justru mengalami peningkatan omset saat pandemi adalah UPR Budi Fish Farm, UPR Budi Fish Farm berdiri pada tahun 2009 dan berlokasi di desa Donolayan, Donoharjo Sleman. Budi Fish Farm adalah petani dan penyedia komoditas benih ikan air tawar dari Yogyakarta yang sudah berpengalaman dari tahun 2009 dalam pendederan ikan air tawar dan melakukan pengiriman benih ikan air tawar ke berbagai kota dan pulau di seluruh Indonesia. Sebagai sebuah usaha pembibitan ikan air tawar dan supplier bibit ikan air tawar yang dikirimkan ke seluruh Indonesia yang bekerjasama dengan 37 petani ikan, maka Albertus Budi Setiawan *owner* UPR (Unit

Pembenihan Rakyat) Budi Fish Farm menerapkan standar kualitas bagi setiap komoditas yang dihasilkan. Hal tersebut dibuktikan dengan prestasi yang diperoleh berupa penghargaan sebagai CKIB (Cara Karantina Ikan yang Baik) terbaik tingkat propinsi DIY tahun 2016 dan sertifikat CPIB (Cara Pembenihan Ikan yang Baik) terbaik tingkat Kabupaten Sleman di tahun 2018.

Dampak ekonomi akibat pandemi ini juga dirasakan pemilik UPR Budi Fish Farm dan membuat pemilik usaha ini harus *survive* agar usaha nya tetap berjalan dengan cara tetap menjalin kerja sama mitra dengan para petani petani dan rekan rekan bisnis UPR Budi Fish Farm. Cara lain yang dilakukan pemilik UPR Budi Fish Farm dalam upaya *survive* dari pandemi ini dengan menerapkan strategi komunikasi pemasaran, dalam menjalankan kegiatan pemasaran pun perusahaan memerlukan media pemasaran yang efektif dan efisien terutama di masa pandemi saat ini. Beberapa media yang sering digunakan saat ini yaitu media pemasaran yang berbasis *online* atau terhubung dengan internet karena dapat menjangkau konsumen dengan wilayah yang luas serta tidak terbatas waktu dan ruang untuk menjangkau pelanggan yang lebih banyak dan lebih luas serta untuk mempromosikan usaha nya.

Table 1 Data Omset Hasil Penjualan UPR Budi Fish Farm

Tahun	Omset
2019	Rp. 2.000.000.000
2020	Rp. 2.100.000.000
2021	Rp. 2.200.000.000

Sumber : Hasil Wawancara Dengan Owner UPR Budi Fish Farm

Berdasarkan data yang diperoleh dari UPR Budi Fish Farm dari tahun 2019,2020,2021 omset penjualan nya pun sempat terhambat di 3 bulan pertama pandemi juga membuat omset UPR Budi Fish Farm tidak stabil. Tetapi dengan kegigihan Mas Budi (Owner UPR Budi Fish Farm) usaha ini mampu bangkit di 3 bulan setelah terdampak pandemi, omset pertahun nya naik sekitar 5% setiap tahunnya (Budi, 2022). Dengan kualitas produk yang terjamin dan adanya garansi produk hal ini

menjadi keunikan yang dimiliki UPR Budi Fish Farm selain itu kualitas dan garansi yang diberikan oleh UPR Budi Fish Farm mampu meningkatkan minat pembeli. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran UPR Budi Fish Farm Di Masa Pandemi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi pemasaran UPR Budi Fish Farm di masa pandemi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi pemasaran UPR Budi Fish Farm di masa pandemi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis. Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai acuan untuk menambah informasi bagi fakultas ekonomi dan sosial, khususnya bagi program studi ilmu komunikasi dalam mengembangkan pengetahuan tentang strategi komunikasi pemasaran dan menambah pengetahuan mahasiswa mengenai dunia usaha atau bisnis.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai strategi komunikasi pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai rujukan yang lebih kongkrit dalam bidang ilmu komunikasi khususnya strategi komunikasi pemasaran
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan masukan guna menambah wawasan perihal strategi komunikasi pemasaran.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan dimaksudkan, maka skripsi ini membataskan ruang lingkup penelitian kepada strategi komunikasi pemasaran UPR Budi Fish Farm di masa pandemi.

1.6 Sistematika Bab

- **BAB I PENDAHULUAN**
Menguraikan latar belakang, rumusan masalah serta tujuan dan manfaat penelitian.
- **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**
Menguraikan landasan teori, penelitian penelitian terdahulu , kerangka pemikiran disertai hipotesis penelitian.
- **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**
Menguraikan jenis penelitian dan Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan Teknik analisis data serta variable penelitian dan sesuai kebutuhan penelitian.
- **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**
Menguraikan hasil 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 V PENUTUP**
Menyimpulkan argumentasi dan/atau saran serta agenda penelitian lanjutan yang peneliti tulis dimana isi dari penelitian telah dijabarkan dalam Bab sebelumnya.