

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat dan kuat yang terjadi dalam setiap bidang usaha, usaha besar maupun usaha kecil Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Apalagi di kondisi pandemi saat ini dampak yang dihasilkan oleh pandemic ini sangat luar biasa. Dampak yang pertama yang sangat terasa dan mudah sekali dilihat adalah melemahnya konsumsi rumah tangga atau melemahnya daya beli masyarakat secara luas.

Hingga saat ini, masyarakat mengalami penurunan daya beli yang sangat signifikan. Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang terus berlanjut dengan berbagai aturan pengetatan menghambat masyarakat untuk beraktifitas ekonomi. Regulasi pengetatan diberbagai sektor dari aturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) memberikan pengaruh terhadap naik turunnya sektor ekonomi.

Dampak kedua yang sangat terlihat di Palembang sebagai bagian tidak terpisahkan dari ekonomi nasional adalah menurunnya angka investasi diberbagai sektor usaha. Ketidakpastian akibat pandemic mengakibatkan banyak masyarakat ragu untuk memulai investasi, pengusaha pun demikian. Ada keraguan apakah investasi yang dilakukan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat. Keraguan berinvestasi mengakibatkan dunia usaha tidak bergerak seperti yang diharapkan. Investasi di sektor pariwisata, hiburan, seni budaya, travel, transportasi

kuliner yang dahulu cukup ramai diminati di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) saat ini turun sangat drastis. Di tambah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang membatasi pergerakan di berbagai destinasi wisata. Sebagai contoh kecil runtuhnya investasi usaha dikala pandemik.

Dampak ketiga adalah pelemahan ekonomi daerah dan nasional. Penurunan penerimaan pajak, perlambatan pertumbuhan ekonomi menjadi tantangan bagi pemerintah daerah dan nasional dikala pandemic. Tekanan penerimaan sektor pajak mempengaruhi pendapatan yang diterima pemerintah sehingga cukup menghambat pendanaan program yang sudah direncanakan. Kondisi pandemik yang menuntut adanya pembatasan mobilitas dan aktivitas mendorong juga adanya realokasi anggaran dan *refocusing* anggaran selain didasari adanya tekanan pendapatan yang tidak sesuai dengan proyeksi sebelumnya.

Dampak keempat adalah pergeseran pola bisnis dan penerapan bisnis model yang tidak biasa. Pembatasan akses mobilitas masyarakat untuk bertemu dalam berbagai kegiatan termasuk didalamnya kegiatan bisnis/ekonomi mengakibatkan tumbuhnya pergeseran bisnis model yang ada saat ini. *Shifting* ekonomi konvensional yang dahulu diprediksikan masih membutuhkan waktu untuk implementasi dimasyarakat ternyata dalam kondisi pandemik seperti saat ini, semua pihak dituntut untuk beradaptasi dengan bisnis model yang baru.

Dampak kelima yang cukup signifikan adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Pandemi covid-19 mendorong semua orang untuk

tidak lagi beraktivitas secara konvensional. Pembatasan pertemuan, pembatasan aktivitas berkerumun menjadi pemicu perlu adanya inovasi dengan pemanfaatan teknologi. Teknologi informasi dan komunikasi menjadi jembatan bagi semua pihak untuk terus dapat bertahan dalam berbagai kondisi. Adaptasi dan implementasi teknologi informasi dan komunikasi di sektor ekonomi sudah tidak bisa dihindari. Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi tidak hanya dimonopoli oleh kalangan tertentu atau pengusaha kelas atas, namun sudah menjadi kebutuhan semua kalangan saat ini.

Pada penelitian kali ini saya akan membahas tentang dampak pandemic yang dirahasakn oleh para pelaku usaha terutama di sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi lokal khususnya kedai kopi enamdua. Kopi enamdua adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang coffee shop dan telah bertahan selama 5 tahun, beralamat di jalan jendral sudirman simpang sekip jaya Palembang. Dari apa yang telah saya lihat menurut saya para pelaku kegiatan usaha di tengah keadaan seperti ini dan dalam persaingan yang sangat kompetitif ini harus menjaga strategi bisnis yang baik atau komunikasi pemasaran yang tepat untuk kondisi seperti ini khususnya di kota Palembang agar usaha kita tetap bisa bertahan untuk menghindari terjadinya hal hal yang tidak di inginkan atau bangkrut.

Fokus penelitian ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) lokal yang mengarah kepada penjualan kopi yaitu kedai kopi atau *coffee shop* dalam skala Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di kota Palembang.

Seperti yang kita tahu bahwa pada tahun 2016 tren kopi mulai meningkat di Kota Palembang dan menjadi tempat tongkrongan baru untuk masyarakat untuk menikmati kopi yang sebenarnya atau kopi asli. Karena sebelumnya mayoritas masyarakat Kota Palembang hanya menikmati kopi kemasan saja dan masih banyak yang belum tahu tentang kopi asli, dampaknya pada tahun 2017 dan 2018 peningkatan besar pembuatan kedai kopi terjadi, banyak orang mulai membuka kedai kopi di setiap pelosok kota Palembang mulai dari yang pinggir jalan yang hanya menggunakan tenda saja sampai tempat yang menggunakan halaman besar hingga ruko ruko besar, hal itu memberikan dampak positif bagi Kota Palembang, seperti yang kita tahu bahwa di Kota Palembang sendiri sangat minim untuk pariwisata sehingga orang-orang yang sedang berkunjung ke Palembang terkadang bingung untuk berkunjung kemana, sehingga keluar kedai kopi ini menjadi salah satu opsi kunjungan orang-orang luar kota untuk datang dan mencoba menikmati berbagai macam jenis kopi yang ada di Sumatera Selatan.

Pada tahun 2019 peningkatan itu juga semakin meningkat pesat, mulai usaha kedai kopi mulai mendapatkan sorotan yang luar biasa dari pemerintah sampai ke investor besar pun mulai melihat sebuah peluang usaha baru hampir 170 kedai kopi yang ada di kota Palembang data dapat dilihat pada tabel 1, sampai pada awal tahun 2020 ketika Indonesia mulai mengalami masa pandemic dan semua kegiatan perekonomian berubah drastis, yang menyebabkan banyaknya usaha tutup dan hal itu juga berpengaruh di Kota Palembang khususnya para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi.

Objek penelitian pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi “Kedai Kopi EnamDua“ tujuan saya memilih objek ini, karena Kedai Kopi EnamDua sudah berdiri lebih dari lima tahun, artinya mereka sudah mulai berdiri jauh sebelum era kedai kopi seramai seperti saat ini , kemudian mereka juga tetap bisa bertahan dengan strategi yang baik pada saat kedai kopi mulai menjamur di Kota Palembang, tetapi tetap mengalami kendala di saat masa pandemic covid 19 ini dating.

Selama Pandemi covid 19 ini banyak aturan aturan yang sangat berdampak negatif bagi usaha Kedai Kopi EnamDua, yang pertama adalah pada awal bulan April sesuai dengan Perda yang keluar bahwa seluruh tempat berkerumun diharuskan tutup untuk sementara waktu selama kurang lebih 2 minggu lalu boleh buka kembali dengan aturan hanya boleh ber oprasional selama 5 jam saja per harinya. Hal ini jelas sangat benar benar menjadi cambukan keras bagi kedai kopi Enamdua mengingat mereka adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang hanya memiliki modal terbatas dan mereka harus tetap membayar beban sewa, beban gaji dan lainnya yang tetap harus dikeluarkan setiap hari atau setiap periodenya. Lalu aturan selanjutnya kota Palembang menerapkan PSBB pertama pada tanggal 20 mei sampai 4 juni lalu dilanjutkan oleh PSBB kedua pada tanggal 5 sampai 16 juni hal ini juga menjadi penyebab Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi banyak yang mulai menutup usahanya karena besarnya biaya oprasional perhari tidak dapat ditutupi oleh pemasukan omset perharinya dan juga strategi pemasaran mereka yang digunakan sebelumnya tidak efektif atau tidak

berjalan selama masa pandemic covid 19 ini. untuk lebih jelasnya perubahan aturan yang terjadi bisa dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Perubahan Peraturan Pemerintah**  
**Selama Pandemi Covid 19**

<b>Peraturan</b>	<b>Sebelum Pandemi</b>	<b>Masa Pandemi</b>
Jam Buka	Tidak ada pembatasan operational	<p>April – Mei 2020 Waktu Oprational dibatasi selama 5 jam. Dihitung dari jam buka ,</p> <p>Juni 2020 PSBB 1 dan 2 Kedai Café dan Resto Harus tutup selama PSBB berjalan.</p> <p>Agustus – November 2020 Oprasional Kembali normal seperti biasa akan tetapi oprasional pengunjung hanya di batasi 5 jam per harinya.</p> <p>Desember 2020 Oprasional Kedai Café Dan Resto dibatasi sampai pukul 22 : 00.</p> <p>April – Juni 2021 Oprational Kedai Café dan Resto Dibatasi sampai jam 21 : 00</p> <p>Juli 2021 diterapkannya PPKM di Kota Palembang , dalam aturan ini Kedai Café dan Resto Di Batasi jam oprasional untuk pelanggan berkunjung sampai jam 17 : 00, Kemudian dilanjutkan sampai jam 20 :00 Tetapi hanya untuk bawa pulang .</p>
Regulasi	Tidak	Ada Semua Pengunjung Harus Menggunakan Masker.

Berkunjung	Batasan dan Pembatasan Sosial Distancing pengunjung dengan aturan berkunjung jarak Permeja 1 M.
	selama masih Pengurangan sebesar 20 – 30 % Jumlah Kursi dan Meja yang ada di Café kedai dan resto.
	buka Tidak boleh mengadakan Live Music & dan event lainnya ( Mengundang Perkumpulan )
Kunjungan Aparat	Tidak ada Kunjungan aparat kepolisian dan Polpp melihat apakah terjadi pelanggaran aturan yang ada, apabila ada kemudian langsung diberikan sanksi kepada pengunjung dan tempat tersebut.

**Sumber data : SKKF(Sriwijaya Kedai Kopi Family) 2021**

Dalam 1 tahun terakhir banyak sekali Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi tidak mampu menahan atau mengatasi masalah ini, termasuk kedai kopi enamdua yaitu masalah omset yang menurun drastis sementara mereka harus tetap membayar oprasional setiap hari atau setiap bulannya. Seperti yang kita tahu bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha yang mempunyai modal terbatas pada akhirnya modal mereka habis dan usaha nya tutup , penurunan jumlah kedai kopi pada tahun 2020 ini mencapai 61,5 % bisa dilihat pada Tabel 2.

Kedai kopi di Kota Palembang pada tahun 2017 hingga 2019 mengalami peningkatan pembukaan hingga 20 – 50 kedai baru pertahun. Dan mengalami penurunan luar biasa pada tahun 2020 . berikut adalah data kedai kopi dalam 5 tahun terakhir

**Tabel 2**  
**Pertumbuhan Jumlah Kedai Kopi di Kota Palembang**  
**Dari tahun 2016 hingga 2020**

Tahun	Jumlah Kedai Kopi	%
2016	30	0
2017	50	66,7
2018	83	66
2019	174	109,6
2020	67	61,5
2021	60	11,6
	Rata Rata	28,2%
	Penurunan/Pertumbuhan	

**sumber data : forum sriwijaya kedai kopi family ( SKKF )2021**

Tabel 2 menjelaskan bahwa peningkatan besar terjadi pada tahun 2019 dan mengalami penurunan yang luar biasa pada tahun 2020, hal ini terjadi karena masa pandemi yang sedang dialami saat ini dan penurunan yang terjadi ini sangat besar hingga masuk di angka 61,5% hal ini yang mendasari saya untuk mengambil penelitian ini dengan judul “ Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (kedai kopi) dalam menghadapi krisis pandemi. Sehingga tidak lagi terjadi penurunan yang luar biasa dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi dapat bertahan dalam masa pandemic seperti sekarang.

Penelitian ini saya meneliti kedai kopi enamdua dan membahas pendekatan strategi komunikasi pemasaran kedai kopi enamdua dalam menghadapi masa pandemic ini. Strategi komunikasi pemasaran yang sering



digunakan oleh perusahaan adalah strategi promosi. Dimana jenis strategi promosi yang digunakan adalah jenis strategi yang baru dan berbeda dari sebelumnya jenis yang dapat digunakan adalah penjualan secara take away atau bawa pulang atau lebih memanfaatkan kegiatan pada pagi hari dengan meningkatkan strategi pemasaran di bidang advertising , Publisitas, dan Viral Marketing ( social media ) dan memanfaatkan diskon atau potongan harga . Hal ini dilakukan untuk dapat meningkatkan pendapatan usaha dan menghindari kebangkrutan.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Banyaknya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi di Kota Palembang saat ini gulung tikar pada masa pandemi saat ini.
- b. SDM atau pelaku usaha yang kurang terampil.

### **1.3 Batasan masalah penelitian**

Agar tidak terjadi salah pengertian terhadap konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka dipandang perlu memberi batasan pengertian sebagai berikut :

- a. Penelitian akan dilakukan di kedai kopi Enamdua.
- b. Ada perubahan menurunnya kedai kopi di kota Palembang

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi di Palembang.
- b. Untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya dalam mendukung pelaksanaan strategi komunikasi yang dijalankan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi di Palembang.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengembangan ilmu komunikasi untuk melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi di kota Palembang.

##### **2. Secara Praktis**

Data yang diperoleh dari penelitian ini dapat menjadi masukan dan sebagai bahan pertimbangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi di kota Palembang.

## 1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian lapangan dilakukan dengan survey kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kedai kopi di kota Palembang khususnya Kedai kopi Enamdua dan wawancara kepada anggota Forum Sriwijaya Kedai Kopi Family ( SKKF ) yaitu organisasi seluruh kedai kopi yang ada di kota Palembang.

