

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Corona Virus Disease pada tahun 2019 (COVID-19) telah menjadi pandemi global semenjak diumumkan oleh WHO pada tanggal 11 Maret 2020. Covid-19 pertama kali muncul di Wuhan, China pada akhir tahun 2019. Virus ini dengan sangat cepat menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia, hanya dalam waktu beberapa bulan. Hingga saat ini, penyakit yang menyerang sistem pernafasan dan imun tubuh ini telah menyebar di 222 Negara.

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampak pandemi, kasus terinfeksi Covid-19 pertama kali di konfirmasi pada awal Maret 2020 dengan 2 orang korban yakni ibu dan anak. Sang anak yang merupakan seorang guru tari bertemu dengan temannya di salah satu restoran bersama klub tarinya. Berdasarkan hasil *tracing*, diduga sang guru tari tersebut terinfeksi virus Covid-19 setelah berdansa dengan temannya. Mulai dari kasus tersebut hingga per tanggal 17 Agustus 2021, Satuan Gugus Tugas Penanganan Covid-19 menyampaikan bahwa kasus positif terinfeksi virus Covid-19 di Indonesia telah mencapai 3.952.353 orang¹.

Penyebaran virus Covid-19 meningkat dengan cepat terutama di Pulau Jawa. Sebagai kota terbesar ketiga di Jawa Timur setelah Surabaya dan Malang, Kota Kediri patut menjadi atensi dalam penyebaran virus Covid-19. Data persebaran Covid-19 di Kota Kediri per tanggal 17 Agustus 2021 terdapat 12.576 orang terkonfirmasi positif, 10.202 orang telah dinyatakan sembuh dan 1.017 orang diantaranya meninggal dunia². Baik pemerintah maupun tenaga medis sedang berupaya untuk menekan laju

¹ <https://covid19.go.id/>, diakses pada 18 Agustus 2021, pukul 10.45 Wib.

² <http://covid19.kedirikab.go.id/>, diakses pada 18 Agustus 2021, pukul 11.11 Wib.

pertambahan angka infeksi. Edukasi mengenai pentingnya kepatuhan protokol kesehatan kepada masyarakat semakin digalakkan. Pemerintah telah memberlakukan pengeluaran diskresioner, penutupan pabrik, larangan perjalanan, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) karena penyebaran virus Covid-19 yang terus meningkat.

Instruksi Menteri dalam Negeri Nomor 34 Tahun 2021 tentang PPKM Darurat menyatakan pelaksanaan kegiatan pada sektor non esensial diberlakukan seratus persen dari rumah (*Work From Home*)³. Hal ini sangat berdampak besar pada banyak industri termasuk perekonomian. Sektor ekonomi dan bisnis di Indonesia terpukul parah oleh wabah Covid-19.

Bidang usaha mulai dari usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) hingga Perseroan Terbatas (PT) kesulitan karena perusahaannya terhalang dan bahkan tidak bisa berkembang.⁴ Ketua Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo), Ikhsan Ingratubun mengatakan, hingga akhir tahun 2020 ada sekitar 30 Juta UMKM yang pailit karena pandemi Covid-19. Data World Bank juga menyebutkan sebanyak 60 persen perusahaan bisnis di dunia telah mengalami pailit⁵. Financial Times menyebutkan sebanyak 46 perusahaan dengan aset setidaknya US\$1 Miliar atau sekitar 14 Triliun mengajukan pailit hingga 17 Agustus 2020 lalu. 157 perusahaan dengan kewajiban US\$ 50 Juta juga telah mengajukan pailit pada tahun 2021. Perusahaan tersebut termasuk 24 ritel seperti JCPenney, Brooks Brothers dan Neiman Marcus⁶. Secara global, rantai pasokan telah melemah akibat pandemi Covid-19, harga komoditas anjlok dan kemungkinan krisis ekonomi global meningkat.

³ <https://covid19.go.id/>, diakses pada 18 Agustus 2021, pukul 12.10 Wib.

⁴ <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210326144212-4-233127/sad-30-juta-umkm-gulung-tikar-karena-corona>, diakses pada 20 Agustus 2021, pukul 10.25 Wib.

⁵ <https://economy.okezone.com/read/2020/12/10/455/2324978/aduh-60-perusahaan-bangkrut-gegara-covid-19>, diakses pada 20 Agustus 2021, pukul 10.45 Wib.

⁶ <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5143179/tembus-rekor-46-perusahaan-raksasa-bangkrut-gara-gara-corona>, diakses pada 20 Agustus 2021, pukul 11.10 Wib.

Sumber daya manusia banyak yang terpaksa dirumahkan atau bahkan terkena pemutusan hubungan kerja (PHK) karena perusahaan merugi. Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia (Kemnaker) menjelaskan, sebanyak 17,8 persen perusahaan memberlakukan pemutusan hubungan kerja. 25,6 persen perusahaan merumahkan pekerjanya dan 10 persen perusahaan melakukan keduanya⁷. Banyak industri yang tidak dapat beroperasi akibat pandemi ini, beberapa diantaranya adalah Agen Perjalanan, Olahraga, Perhotelan, Produksi Film, Pusat Perbelanjaan dan masih banyak lagi. Artinya hampir semua sektor terkena dampak kerugian yang ditimbulkan dengan adanya wabah penyakit ini. Dampak wabah ini juga “memukul” industri *Event Organizer* yang berdampak pada penurunan kegiatan yang diselenggarakan (*event*) di beberapa daerah karena larangan adanya penyelenggaraan acara apapun dari pemerintah guna menghindari penularan Covid-19 dan belum adanya kejelasan kapan pandemi ini mereda.

Indonesia Event Industry Council (Ivendo) menyampaikan laporan survei bertajuk *Dampak Wabah Covid-19 terhadap Industri Event di Indonesia* memperkirakan kerugian mencapai 6,9 Triliun Rupiah. Ivendo Bersama Indonesia Professional Organizer Society (Ipos) melakukan survei terhadap 112 *event organizer* yang tersebar di 117 Provinsi di Indonesia. Mereka menemukan ada 96 persen *event organizer* yang mengalami penundaan atau pembatalan acara terkait wabah Covid-19. Masing-masing *event organizer* kehilangan potensi pemasukan antara 2,2 Miliar hingga 5,6 Miliar Rupiah⁸.

Kebijakan mengenai adanya larangan penyelenggaraan acara tidak hanya berpengaruh pada penurunan pendapatan *event organizer*. Reservasi yang sudah disetujui oleh kedua belah pihak banyak yang dibatalkan oleh pengguna jasa demi

⁷ <https://kemnaker.go.id/news/detail/survei-kemnaker-88-persen-perusahaan-terdampak-pandemi-covid-19>, diakses pada 20 Agustus 2021, pukul 12.20 Wib.

⁸ https://kbr.id/nasional/03-2020/imbasa_corona_industri_event_organizer_kehilangan_potensi_pemasukan_hingga_rp6_9_t/102608.html, diakses pada 20 Agustus 2021, pukul 13.20 Wib.

mematuhi himbauan Pemerintah. Apabila Industri ini tidak memikirkan cara baru maka dikhawatirkan akan mengalami kebangkrutan seperti Industri yang lainnya. Diperlukan adanya strategi pemasaran baru yang lebih efektif untuk mempertahankan bisnis *event organizer* di era pandemi saat ini.

Strategi pemasaran yang baru diperlukan untuk mempertahankan kepercayaan pengguna jasa yang lama dan juga demi mendapatkan calon pengguna jasa yang baru agar tertarik untuk menyelenggarakan acara dengan *event organizer* tersebut. Industri ini harus terus melakukan pengembangan jasa dan layanan yang diberikan serta dituntut untuk lebih kreatif dalam menghasilkan tampilan yang terbaru dan selalu melakukan inovasi.

Bisnis jasa *event organizer* pada saat ini harus bertahan dan melakukan berbagai strategi untuk menghadapi kerugian akibat wabah Covid-19. Munculnya banyak *event organizer* baru mengakibatkan adanya persaingan antar penyedia jasa *event organizer* dalam mengembangkan dan mempertahankan bisnis mereka. Persaingan antar bisnis *event organizer* bukan hanya tentang kualitas jasa yang dimiliki, namun juga tentang bagaimana interaksinya terhadap pengguna jasa. Pengusaha harus memperhatikan hal-hal yang diinginkan pengguna jasanya sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pengguna jasa tersebut.

Beberapa upaya harus dilakukan, seperti melakukan pemasaran, promosi, citra merek atau *branding* perusahaan serta meningkatkan mutu layanan yang bertujuan untuk membangun kepekaan pengguna jasa kepada perusahaan dan meningkatkan loyalitas pengguna jasa. Selain itu, setiap pengusaha *event organizer* wajib mengenali kekuatan dan kelemahan dari usaha yang mereka jalankan, untuk bermanfaat dalam hal penentuan strategi yang akan diterapkan.

Hasil Survei Ivendo dan Ipos menyebutkan, strategi yang paling banyak diambil dalam mempertahankan bisnis mereka di masa pandemic Covid-19 adalah dengan mengurangi jam kerja karyawan serta meliburkan karyawan sampai batas waktu yang tidak ditentukan. Survei tersebut juga mencatat bahwa mayoritas perusahaan *event organizer* berencana membuat diversifikasi produk atau beralih usaha. Sebagian kecil

event organizer menyatakan akan menutup usaha apabila wabah Covid-19 berlanjut sepanjang tahun 2020⁹.

CV Ulfa Merdeka Party Planner & Wedding Organizer adalah perusahaan atau bisnis dibidang jasa *event & wedding organizer* yang tetap dapat bertahan dalam ketatnya persaingan jasa *event organizer* serta di kondisi era Pandemi Covid-19 yang notabenenya melemahkan kondisi ekonomi setiap pengusaha.

CV Ulfa Merdeka Party Planner merupakan sebuah bisnis *event organizer* yang berasal dari Kota Kediri. Ulfa Merdeka telah berdiri selama lebih dari 6 tahun dan telah menjadi salah *event organizer* terbesar di Kota Kediri hingga saat ini. Berbagai macam *event* berhasil diselenggarakan oleh Ulfa Merdeka mulai dari perorangan, beragam perusahaan baik swasta, instansi pemerintahan maupun Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema Strategi Komunikasi Pemasaran CV Ulfa Merdeka Party Planner & Wedding Organizer di Masa Pandemi Covid-19.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pertimbangan dan observasi awal yang penulis uraikan di atas, maka masalah yang ingin penulis teliti adalah, sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang diterapkan CV. Ulfa Merdeka Party Planner & Wedding Organizer di Masa Pandemi ?
2. Kendala apa saja yang dialami CV. Ulfa Merdeka dalam menerapkan strategi pemasaran untuk bertahan di era pandemi Covid-19 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan arah dalam mengembangkan, menemukan, dan membuktikan suatu penelitian. Berdasarkan masalah di atas maka tujuan penelitian

⁹ https://kbr.id/nasional/03-2020/imbas_corona_industri_event_organizer_kehilangan_potensi_pemasukan_hingga_rp6_9_t/102608.html, diakses pada 20 Agustus 2021, pukul 13.30 Wib.

adalah untuk mengetahui apa saja strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Ulfa Merdeka Party Planner dan Wedding Organizer di Masa Pandemi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan pemahaman mengenai pentingnya strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan bisnis di masa pandemi.
2. Menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca dalam bidang kajian ilmu komunikasi, terlebih dalam kajian strategi pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca terutama pengusaha bisnis *event organizer* khususnya di Kota Kediri dalam memahami strategi pemasaran untuk mempertahankan bisnis di masa pandemic covid-19. Serta dapat menjadi bahan acuan atau rujukan bagi penelitian selanjutnya mengenai tema yang berkaitan dengan strategi pemasaran.