

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 yang terjadi secara global pada tahun 2019 tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama di sektor ekonomi. Dampak perekonomian ini tidak hanya di rasakan secara domestik, namun juga terjadi secara global. Keadaan ekonomi yang disebabkan adanya pandemic COVID-19 tersebut menyebabkan banyak negara mengalami resesi ekonomi. Bila dalam suatu negara banyak masyarakatnya yang kehilangan pekerjaan, perusahaan menghasilkan sedikit penjualan, dan pengeluaran ekonomi negara secara keseluruhan mengalami penurunan, maka negara tersebut berpotensi mengalami resesi ekonomi. Berbagai usaha dilakukan untuk memperbaiki perekonomian dunia. Saat ini, negara-negara di seluruh dunia menyusun rencana pemulihan ekonomi negara untuk mengurangi dampak pandemic COVID-19. Karena pemulihan ekonomi negara adalah salah satu faktor terpenting yang memengaruhi kecepatan pemulihan dan perkembangan ekonomi lebih lanjut (Prohorovs, 2020).

Keadaan ekonomi Indonesia yang dilaporkan melalui Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II 2020 yaitu -5.32% dan pada kuartal III 2020 sebesar -3.49% yang disebabkan pandemi COVID-19. Menurunnya perekonomian Indonesia akan terus berlanjut hingga 2021 meski nantiya akan terdapat sedikit penguatan ekonomi pada tahun ke tahun. Adanya krisis ekonomi yang melanda dunia dinilai menjadi hambatan bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), melihat kondisi yang tidak stabil. Berdasarkan survei kajian cepat yang dilakukan LIPI pada Mei 2020, sebanyak 94,69% pelaku usaha mengalami penurunan penjualan akibat pandemi COVID-19. Penurunan penjualan bahkan menyentuh lebih dari 75% dan para pelaku usaha juga mengalami kerentanan penutupan usaha. Tidak hanya itu, sebanyak 47,13% usaha hanya dapat bertahan 1 minggu hingga beberapa bulan saja.

Di Indonesia sendiri dimulai pada Maret 2020, Pemerintah telah memberikan bantuan dalam bentuk tunai (BLT) sebagai upaya pemulihan ekonomi nasional akibat COVID-19. Kini bantuan tersebut telah didapatkan oleh lebih dari 10 juta pengusaha UMKM dengan bantuan dalam bentuk tunai (BLT) sebanyak Rp2,4 juta dan akan diberikan kepada sisa pengusaha UMKM secara bertahap. Selain bantuan kepada UMKM, Pemerintah juga

memberikan BLT berupa upah BPJS Ketenagakerjaan, Bansos PKH Tunai dan Sembako, dan Kartu Prakerja.

Dampak dari adanya Covid-19 masih di rasakan oleh para pendiri UMKM hingga saat ini, di mana pandemi covid-19 ini menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen. Biasanya meskipun sudah ada penjualan online, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung ke toko atau pusat perbelanjaan. karena ada pembatasan dan peraturan pemerintah untuk tidak keluar rumah, maka otomatis konsumen tidak memungkinkan untuk berlama-lama di luar rumah. Namun sekarang ini pasca new normal walaupun UMKM sudah mulai bangkit dan melakukan penjualan secara langsung, tapi konsumen masih banyak yang memilih membeli produk secara online.

Pelaku UMKM juga harus menyesuaikan diri untuk mengkondisikan penjualan produknya, dengan melihat peluang yang ada dan diimbangi oleh ide-ide kreatif yang dimiliki. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM termasuk dalam jenis usaha produktif yang hingga saat ini perkembangannya di Indonesia tergolong sangat pesat. Tercatat hingga saat ini UMKM di Indonesia mencapai 62,9 juta unit yang terdiri dari pertanian, peternakan, pengolahan, perdagangan, jasa dan komunikasi. Di Indonesia UMKM memiliki peran strategis dan pengaruh yang besar bagi perkembangan ekonomi Nasional dengan jumlah 64.194.057 pada tahun 2018 dengan memperkerjakan sekitar 116.978.631 tenaga kerja (Hardilawati, 2020).

Di negara berkembang, keberadaan UMKM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (Prasetyo, 2020). UMKM dianggap sebagai pendorong penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan suatu negara karena membantu menciptakan peluang kerja, meningkatkan standar hidup dan mengurangi jumlah kemiskinan (Zeb & Ihsan, 2020).

Sektor ekonomi di Indonesia secara faktual sebagian besar didukung oleh sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Pada saat krisis ekonomi pun ternyata sektor ini mampu tetap bertahan, artinya sektor UMKM mempunyai keunggulan dan sangat potensial untuk lebih dikembangkan lagi melalui suatu kebijakan yang tepat dan dukungan dari lembaga yang tepat pula (Syarief, 2020).

Produk lokal Indonesia yang diproduksi dalam negeri tidak kalah saing dengan produk luar negeri, hal ini dibuktikan oleh banyaknya produk lokal yang sudah tersebar di pasar global dan menjadikan produk tersebut mampu diterima di pasar Internasional.

Indonesia memiliki banyak sumber daya alam yang tersebar dari Sabang hingga Merauke, hal ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk dijadikan sebagai bahan baku suatu produk. Sumber daya alam yang digunakan bisa diperoleh dari hasil pertanian, salah satunya yaitu kacang kedelai. Kacang kedelai merupakan salah satu tanaman biji-bijian yang dapat tumbuh di berbagai jenis tanah dengan memperhatikan tata air dan udaranya. Umumnya jenis tanaman ini cocok ditanam pada musim kemarau, hal ini dimaksud agar saat panen proses pengeringan menjadi cepat dan mudah.

Indonesia berada di urutan ke-17 dunia dalam produksi kedelai, dan hanya skala 0,1% dari total produksi global. Hasil panen di Indonesia masih belum memenuhi kebutuhan permintaan secara menyeluruh, untuk itu Indonesia mengimpor kedelai dari Amerika Serikat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kedelai mempunyai beberapa jenis, jika jenis berbeda maka kandungan yang ada didalamnya tentu juga berbeda hal ini dapat mempengaruhi kualitas dari suatu produk yang akan di produksi. Di Indonesia kedelai dapat diolah menjadi berbagai jenis, mulai dari bahan pangan setengah jadi seperti tempe, tahu, keripik, susu kedelai hingga menjadi bahan campuran masakan seperti oncom dan masih banyak yang lainnya.

Di Kabupaten Tangerang pekerjaan sebagai pengrajin tempe pada umumnya menjadi mata pencaharian utama, banyaknya kebutuhan akan permintaan konsumsi tempe pada masyarakat Indonesia dapat menjadi peluang bagi mereka untuk menekuni profesi tersebut. Pengrajin tempe merupakan nama dari profesi suatu pekerjaan, (pelaku dari pekerjaan), sedangkan hasil dari pekerjaan ini di sebut dengan “tempe”. Profesi sebagai pengrajin tempe ini lebih dominan dilakukan oleh seorang laki-laki, karena pekerjaan tersebut membutuhkan banyak waktu dan tenaga. Alat yang digunakan pada proses produksi awalnya masih dikategorikan sebagai alat sederhana (tradisional) karena terbuat dari kayu dan mesin penggiling untuk menghancurkan kedelai menjadi dua bagian, tentunya juga dengan bantuan listrik. Sekarang para pengrajin tempe sudah menggunakan alat atau mesin modern yang terbuat dari besi, bentuk mesin penggiling ini hampir sama dengan mesin yang digunakan untuk memarut kelapa yang membedakanya yaitu bagian penggilingnya jauh lebih besar dan kuat untuk digunakan menghancurkan kedelai. Dalam pengerjaan satu proses produksi tempe membutuhkan waktu yang berbeda-beda tergantung pada jumlah kilogram kedelai yang diproduksi dan jumlah tenaga kerja yang ada, namun pada umumnya pekerjaan ini membutuhkan waktu 6 sampai 10 jam.

UMKM di Indonesia banyak bermunculan dan tersebar dari sabang sampai merauke, UMKM tidak hanya dapat di jumpai di daerah atau kota besar saja melainkan juga dapat di jumpai di daerah terpencil. Salah satu UMKM yang tersebar di beberapa kota yaitu UMKM tempe (pengrajin tempe), terdapat organisasi Sahabat Pengrajin Tempe Pekalongan Indonesia atau sering di sebut dengan SPTP dimana organisasi ini beranggotakan para pengrajin tempe yang asli bersal dari Kota Pekalongan. Anggota organisasi SPTP ini tersebar di beberapa kota di Indonesia seperti Kota Surabaya 115 pengrajin tempe, Kota Gresik 30 pengrajin tempe, Kota Lamongan 82 pengrajin tempe, Kota Malang 75 pengrajin tempe, Kota Solo 45 pengrajin tempe, Kota Jakarta 158 pengrajin tempe, Kota Bogor 126 pengrajin tempe, Kota Bandung 95 pengrajin tempe, Kota Bekasi 55 pengrajin tempe, Kota Pekalongan 57 pengrajin tempe dan Kota Tangerang 204 pengrajin tempe. Sehingga Kota Tangerang merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah anggota paling banyak yaitu 204 anggota. Para pengrajin tempe memilih untuk merantau dari Pekalongan ke kota-kota besar karena dengan merantau dirasa dapat memiliki peluang yang cukup besar.

Di Kabupaten Tangerang terdapat UMKM tempe, di mana UMKM ini telah bergabung dengan organisasi SPTP Indonesia (Sahabat Pengrajin Tempe Pekalongan), Jumlah pengrajin tempe yang ada di Kabupaten Tangerang tersebar di beberapa daerah atau tempat antara lain yaitu Kelurahan Kenanga, Kecamatan Cipondoh Kabupaten Tangerang sebanyak 118 orang dan Kelurahan Buaran Indah, Kecamatan Tangerang, Kabupaten Tangerang sebanyak 86 pengrajin.

Secara geografis Kelurahan kenanga berada di Kecamatan Cipondoh Kabupaten Tangerang, Banten yang memiliki lokasi terdekat ke kota Jakarta Barat. Kelurahan ini merupakan kelurahan dengan padat penduduk yang berasal dari berbagai daerah, dengan berbagai profesi dan mata pencaharian, salah satunya yaitu para pengrajin tempe yang berasal dari Pekalongan merantau ke kelurahan tersebut. Sebagian dari para pengrajin tempe yang ada, ikut bergabung dalam organisasi Sahabat Pengrajin Tempe Pekalongan (SPTP). Pemilihan tempat tersebut dianggap strategis oleh para pengrajin karena termasuk pada daerah yang padat akan penduduk dan strategis untuk pembuangan limbah karena terdapat beberapa aliran sungai. Di samping itu daerah tersebut mempermudah akses para pengrajin dalam penjual hasil produksinya yaitu berupa tempe.

Banyaknya pengrajin tempe juga dapat mengindikasikan besarnya kebutuhan kedelai sebagai bahan baku utama. Industri tempe yang ada Kabupaten Tangerang merupakan industri kecil rumah tangga dengan kepemilikan modal dan jangkauan pemasaran yang terbatas. Tempe termasuk bahan pangan setengah jadi terbuat dari kedelai dan campuran ragi, yang nantinya dapat diolah kembali menjadi sajian makanan atau masakan yang beragam. Bahan setengah jadi ini (tempe) akan langsung di jual oleh para pengrajin tempe ke beberapa tengkulak maupun di jual secara langsung kepada konsumen eceran di pasar. Sehingga permintaan terhadap bahan pangan setengah jadi yaitu tempe akan selalu ada di pasaran terlebih lagi tempe merupakan makanan khas masyarakat Indonesia yang banyak diminati.

Pandemi covid-19 memberikan dampak yang cukup besar terhadap perekonomian di Indonesia, salah satunya yaitu naiknya harga kebutuhan pokok khususnya pada harga kedelai. Pada awal pandemi covid-19 harga kedelai import mengalami kenaikan dari sebelumnya di bawah Rp8.000 per kg menjadi Rp8.300 per kg sejak saat itu harga kedelai mengalami kenaikan secara bertahap. Pada akhir tahun 2020 harga kedelai naik Rp9.000 per kg, tahun 2021 Rp10.000 per kg, tahun 2022 mengalami kenaikan yang sangat signifikan mulai dari Rp11.000 hingga 14.000 namun pada akhir tahun 2022 harga kedelai mulai mengalami penurunan secara bertahap dan pada tahun 2023 harga kedelai menjadi Rp12.700 per kg. Banyaknya permintaan akan konsumsi tempe oleh masyarakat Indonesia juga menyebabkan naiknya permintaan bahan baku yang berupa kedelai.

Para pengrajin tempe memproduksi atau menggunakan kedelai sebagai bahan utamanya sebanyak 30kg sampai dengan 200kg per hari, penggunaan mesin sebagai peralatan utama yang ada juga ikut mempengaruhi waktu dan kualitas dari produk tempe itu sendiri. Informasi mengenai pemenuhan bahan baku dan pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi para pengrajin tempe untuk menjalankan usahanya, dalam memenuhi kebutuhan informasi terkait hal tersebut para pengrajin tempe yang tergabung dalam organisasi SPTP Indonesia cabang Kabupaten Tangerang akan saling berinteraksi dan berkomunikasi melalui media sosial seperti WhatsApp maupun berkomunikasi secara langsung.

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak mungkin hidup sendiri. Manusia pasti membutuhkan kehadiran orang lain, begitupula dengan komunikasi. Dimana manusia pasti melakukan komunikasi, berinteraksi, bahkan menjalin relasi dengan orang lain. Relasi dan

kontak yang dilakukan kepada orang lain bisa dimaksud untuk mencapai tujuan tertentu (instrumental) dan sebaliknya tidak mempunyai kepentingan tertentu. Ketika seseorang mencari informasi kepada orang lain terkait hal yang diperlukan merupakan salah satu contoh seseorang melakukan kontak atau menjalin relasi karena mempunyai kepentingan yang ingin dipenuhi. Adakalanya manusia juga melakukan kontak untuk saling berbagi (*sharing*), memenuhi kebutuhan emosional, dan kepentingan. Orang yang dikenal dan kemudian dikontak dengan berbagai keperluan itu merupakan suatu jaringan (*networks*). Manusia hidup dalam suatu jaringan, baik jaringan kecil yang anggotanya saling kenal, dekat, dan berinteraksi satu sama lain, maupun jaringan dengan skala luas yang anggotanya masih banyak yg belum dikenal (Eriyanto, 2014).

Kegiatan yang dilakukan oleh para pengrajin tempe secara sadar maupun tidak sadar telah membentuk sebuah kelompok di mana dalam relasi yang terbangun telah menjadi sebuah jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi menurut Rogers and Kincaid (1981) adalah suatu jaringan yang terdiri atas individu-individu yang saling berhubungan, yang dihubungkan oleh arus komunikasi yang terpola. Begitu pula Hanneman and McEver yang dikutip oleh Djamali (1999) menyatakan bahwa jaringan komunikasi adalah pertukaran informasi yang terjadi secara teratur antara dua orang atau lebih. Jaringan komunikasi adalah aspek struktural dari sebuah kelompok, jaringan tersebut menjelaskan kepada kita bagaimana kelompok tetap bersatu atau terikat satu sama lain (Leavitt, 1992).

Pesan yang disampaikan kepada seseorang dapat dipahami secara luas untuk merujuk pada suatu data, informasi, pengetahuan, gambar, symbol yang dapat disebarkan dan dibentuk bersama oleh suatu keanggotaan. Kegiatan yang selalu berkaitan dan mengikat satu kesatuan organisasi atau kelompok kecil adalah komunikasi, untuk terciptanya ruang lingkup suatu jaringan organisasi atau kelompok yang diinginkan dan tercapainya tujuan bersama. Semua orang yang ada di dalam jaringan tersebut harus ikut serta berperan di dalamnya, semua kegiatan tidak luput dari adanya komunikasi yang baik dan benar. Walaupun komunikasi dilakukan terlihat mudah dan gampang, tetapi akan banyak permasalahan yang timbul apabila komunikasi yang dilakukan tidak baik dan salah pengertian terhadap satu sama lain.

Terjadinya salah paham antara satu sama lain akibat pesan yang diterima tidak sesuai dengan seharusnya, akan menjadikan jaringan organisasi atau komunitas itu sendiri tidak berjalan dengan baik. Kalau sebuah organisasi dan lapisan di dalamnya tidak bisa bekerja

dengan baik, maka komunitas akan statis dan tidak dapat memenuhi fungsinya. Pertukaran pesan yang dilakukan sesama pengrajin tempe melalui jalan tertentu dan melalui media tertentu dapat dinamakan sebagai suatu jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang nantinya akan membentuk sebuah relasi dan pola tertentu. Intensitas komunikasi dan interaksi sosial dapat dilihat dari banyaknya komunikasi yang dilakukan antara satu pengrajin kepada pengrajin tempe lainnya, tingkat intensitas dan interaksi sosial yang terjadi diprediksikan dapat melihat aliran informasi yang ada di dalam jaringan pengrajin tempe.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul penelitian yaitu Analisis Jaringan Komunikasi Pengrajin Tempe Dalam Memenuhi Bahan Baku Dan Informasi Penjualan Hasil Produksi Pada Organisasi Sahabat Pengrajin Tempe Pekalongan Indonesia Cabang Kabupaten Tangerang karena penelitian ini ingin mengetahui lebih dalam tentang bagaimana jaringan komunikasi yang dilakukan oleh para pengrajin tempe tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, masalah yang akan di jadikan sebagai fokus penelitian ini yaitu:

1. Identifikasi struktur jaringan komunikasi pengrajin tempe pada organisasi Sahabat Pengrajin Tempe Pekalongan Indonesia Cabang Kabupaten Tangerang
2. Bagaimana peranan aktor pada struktur Jaringan Pengrajin tempe dalam isu memenuhi bahan baku dan informasi penjualan hasil produksi ?
3. Identifikasi posisi aktor melalui sentralitas dari analisis level aktor.

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui komponen-komponen yang terdapat pada struktur jaringan komunikasi pengrajin tempe pada organisasi Sahabat Pengrajin Tempe Pekalongan Indonesia Cabang Kabupaten Tangerang
2. Untuk mengetahui peranan aktor pada struktur Jaringan Pengrajin tempe dalam isu memenuhi bahan baku dan informasi penjualan hasil produksi
3. Untuk mengetahui posisi aktor dan keutamaan aktor melalui sentralitas dari analisis level aktor

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan pengetahuan dan manfaat bagi banyak orang khususnya peneliti yang akan melakukan penelitian setelahnya dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengembangan keilmuan komunikasi khususnya pada bidang jaringan komunikasi dan komunikasi kelompok.

2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan wawasan baru, kiat-kiat untuk membangun jaringan komunikasi yang baik dan luas berdasarkan studi kasus yang terjadi. Serta dapat memeberikan wawasan khususnya kepada seluruh sahabat pengrajin tempe Pekalongan Indonesia cabang Kabupaten Tangerang yakni pentingnya jaringan komunikasi dalam memenuhi bahan baku dan informasi penjualan, pengrajin tempe Pekalongan Indonesia cabang Kabupaten Tangerang dapat mengetahui bahwa komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung dapat membentuk sosiogram tertentu, dapat mengetahui hubungan-hubungan seperti apa dan siapa saja yang melakukan komunikasi antar anggota SPTP mengingat anggota SPTP memiliki jumlah yang banyak dimana tentunya tidak semua anggota mengetahui bagaimana aliran jaringan komunikasi (sosiogram) yang terbentuk didalamnya.