

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Pada era modern ini berbagai macam jenis-jenis usaha banyak dilakukan oleh beberapa perusahaan untuk menciptakan inovasi-inovasi baru, Salah satunya perusahaan Ombein yang berjalan di bidang food and baverge. Terlebih seperti yang sedang di hadapi oleh seluruh masyarakat seluruh dunia yang diketahui bahwa dua tahun silam dunia sedang tidak baik-baik saja, karena penyebaran virus covid-19 yang merajalela sehingga hampir seluruh masyarakat khususnya di Indonesia juga sangat terdampak dengan adanya virus yang berbahaya ini.

Sejak awal tahun 2020 virus covid-19 ini mulai menyebar kepada masyarakat. Virus Covid-19 merupakan salah satu virus atau penyakit yang dapat menular kepada siapa saja yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2 sehingga sebagian besar masyarakat yang tertular dapat kembali pulih tanpa perawatan khusus karena hanya mengalami gejala yang ringan saja akan tetapi tidak semua masyarakat memiliki daya tahan tubuh yang kuat sehingga sebagian lainnya yang mengalami gejala berat harus mendapatkan perawatan yang intensif oleh pihak medis agar virus covid-19 ini tidak semakin meraja lela dan dapat menyebabkan kematian terlebih masyarakat yang terjangkit memiliki penyakit bawaan sehingga menjadi penyakit komplikasi yang berakibat fatal.¹

Virus SARS-CoV-2 ini merupakan salah satu virus dengan gejala yang terbilang mirip dengan gejala penyakit influenza pada umumnya, namun penyakit ini dapat menyebabkan pengidapnya mengalami influenza berat seperti sakit pada tenggorokan, batuk , pilek dan demam yang dirasa lebih parah ketimbang penyakit influenza biasa. Cara penyebaran virus covid-19 ini dapat melalui air liur, keringat ketika seseorang mengidap virus ini melakukan kegiatan batuk, bersin , bernyanyi , bersalaman , berpelukan. Tidak hanya itu virus covid-19 juga dapat menyebar melalui udara, Media udara sangat mudah untuk virus ini menyebar dengan cepat saat seseorang bernafas bisa tertular virus ini apabila seseorang berada dekat dengan pengidap penyakit virus covid-19 ini².

¹ Dr.Pittara,2022,Virus Corona, dilihat pada 22 Mei 2022.<https://www.alodokter.com/virus-corona>

² Dinas Kominfo Kendal,2022,Kenalan dengan Covid-19, dilihat pada 12 April 2022.<https://corona.kendalkab.go.id/berita/profil/kenalan-dengan-covid-19>

Penularan melalui penyentuhan benda yang telah terkontaminasi juga dapat menyebabkan seseorang dapat terjangkit penyakit ini³. Virus covid-19 dapat menyebar dengan sangat cepat juga melalui kontak fisik, ruangan dengan ventilasi yang buruk dapat membuat penyaringan udara yang terkontaminasi virus ini semakin mudah untuk mmenyebar apabila seseorang berada dalam suatu ruangan dengan ventilasi buruk maka dari itu jika berada diruangan tertutup lebih baik membuka jendela agar udara segar dapat masuk kedalam ruangan sehingga meminimalisir resiko penyebaran virus covid-19 dan usahakan hindari tempat-tempat keramaian dikarenakan menghindari resiko bersentuhan ataupun terkena dengan benda maupun orang yang terpapar virus ini minimal menjaga jarak 1 meter dengan orang lain. Ini merupakan salah satu langkah kecil dalam menghindari penyebaran virus mematikan Covid-19.

Dengan mudahnya virus ini menyebar sehingga pemerintah mengeluarkan berbagai macam peraturan untuk menghindari pesatnya perkembangan virus covid-19 ini di masyarakat, peraturan tersebut seperti menggunakan masker ketika berinteraksi dengan orang lain, mencuci tangan setiap selesai menyentuh barang ataupun setelah bepergian, langsung mengganti baju setelah dari luar rumah, menjaga jarak (Social Distancing), hingga melakukan peraturan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Dengan adanya peraturan yang dibuat pemerintah hal ini juga sangat berdampak pada pusat keramaian serta rumah makan ataupun usaha memiliki batasan-batasan jam buka dan beberapa peraturan di tetapkan kepada seluruh rumah makan agar tidak makan ditempat. Pemerintah mengeluarkan peraturan PPKM yang mulai berlaku pada 2021 ini dengan 4 level untuk wilayah Jawa dan Bali. Sesuai yang telah ditentukan kriteria menurut level, Untuk Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya termasuk dalam kriteria PPKM level 4. Dengan dikluarkannya peraturan ini maka pemerintah membatasi kegiatan masyarakat diluar rumah seperti melakukan kegiatan belajarmengajar dirumah, melakukan kegiatan sektor non esensial Work From Home atau WFH⁴.

³ Prudential,2021,"ini dia penyebaran virus corona",dilihat pada 22 Mei 2022.<https://www.prudential.co.id/id/pulse/article/bagaimana-penyebaran-virus-corona/>
⁴IMENDAGRI No.27,2021,"Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4, Level 3, Dan Level 2 Corona Virus Disease 2019 Di Wilayah Jawa Dan Bali".

Untuk kegiatan esensial yang tidak dapat ditunda pelaksanaannya maka diberlakukan 25% dari jumlah staff atau pekerja dengan syarat tetap memenuhi protokol kesehatan seperti supermarket, pasar rakyat yang menyediakan kebutuhan sehari-hari dibatasi jam oprasionalnya hanya sampai jam 20.00 waktu setempat dan membatasi kapasitas pengunjung menjadi 50% saja dari jumlah normal, Namun untuk apotek dan toko obat dapat buka 24 jam. Untuk kegiatan makan dan minum ditempat umum juga dibatasi jam oprasionalnya sampai jam 20.00 waktu setempat dan diberi waktu 20 menit untuk makan di tempat, Hingga tempat ibadah pun tidak diperbolehkan mengadakan kegiatan keagamaan secara berjamaah dan disarankan untuk melakukan dirumah masing-masing.

Dalam penetapan peraturan baru pada PPKM pemerintah menyarankan untuk seluruh warga melakukan aktifitas di dalam rumah, Untuk yang ingin melakukan perjalanan jauh terbilang cukup banyak peraturan yang harus ditaati seperti yang akan melakukan penerbangan domestik harus menunjukan sertifikat vaksin minimal pada dosis pertama serta harus memiliki surat bebas Covid-19 (Surat Antigen/ Surat PCR). Pada tahun 2021 Daerah Istimewa Yogyakarta terasuk dalam kategori level 4 PPKM sehingga peraturan yang ditetapkan harus diikuti oleh seluruh warga DIY pada 2021 silam⁵.

Namun pada 22 Maret 2022 Sri Sultan Hamengku Buwono X menyatakan bahwa Daerah Istimewa Yogyakarta diturunkan level PPKM menjadi level 3 dikarenakan tidak terjadinya pelonjakan yang signifikan terhadap penyebaran virus Covid-19 ini di Yogyakarta, sehubungan dengan adanya penurunan level 4 ke level 3 pemerintah masih mengharapakan dan menetapkan peraturan untuk tetap menjaga kesehatan agar tidak terjadinya angka lonjakan yang terjangkau penyakit menular ini. Dengan dikeluarkan peraturan - peraturan PPKM pemerintah agar tetap menjalani gaya hidup yang sehat akan mengurangi angka penyebaran virus Covid-19⁶.

⁵IMENDAGRI No.27, 21,Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4, Level 3, Dan Level 2 *Corona Virus Disease* 2019 Di Wilayah Jawa Dan Bali, dilihat pada 27 Mei 2022,https://ditjenbinaadwil.kemendagri.go.id/download/file/Inmendagri_No_27_Tahun_2021.pdf

⁶Tempo.com,2022, Yogyakarta Turun PPKM level 3,dilihat pada 1 Juni 2022, <https://travel.tempo.co/read/1573465/yogyakarta-turun-ppkm-level-3-sultan-hb-x-sampaikan-pesan-ini/full&view=ok>

Dalam kehidupan sektor perekonomian adalah sektor paling utama untuk membangun tatanan perekonomian suatu negara, sehingga turun naiknya pendapatan suatu negara sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat dan pembangunan nasional. Namun dikarenakan Indonesia merupakan salah satu negara yang terpapar oleh virus covid-19 pada awal tahun 2020 yang hampir seluruh kegiatan sangat berubah diberi batasan-batasan untuk melakukan aktifitas sehingga hal ini sangat berpengaruh pada perekonomian Indonesia. Keadaan perekonomian Indonesia menjadi tidak stabil Dengan munculnya penyebaran virus covid-19 pemerintah memberi peraturan untuk tidak banyak melakukan aktifitas diluar rumah, hal ini yang membuat banyaknya kegiatan sektor perekonomian juga terbatas sehingga tatanan kehidupan masyarakat Indonesia juga berubah⁷.

Selama pandemi covid-19 ini berlangsung berbulan-bulan yang menyebabkan menjadikan perekonomian di Indonesia menjadi melemah dikarenakan aktifitas perekonomian yang dibatasi. Kegiatan konsumsi, produksi dan distribusi merupakan termasuk dalam aktifitas ekonomi. Dalam melakukan kegiatan konsumsi juga dibatasi oleh pemerintah untuk memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani⁸. Sedangkan untuk aktifitas produksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memproses suatu barang atau jasa yang memiliki kegunaan untuk kehidupan⁹. Sejak adanya virus covid-19 tidak bisa dipungkiri bahwa perekonomian di Indonesia menurun dikarenakan adanya pembatasan-pembatasan bersekala besar yang membuat aktifitas tidak dapat berjalan dengan baik. Dengan itu banyaknya perusahaan-perusahaan yang melakukan PHK pada karyawan yang bekerja diperusahaannya.

⁷Irma Dwina, "Melemahnya Perekonomian Indonesia Pada Sektor Pariwisata, Akibat Dampak Dari Pandemi Covid19", Jurnal Ekonomi,(11 Agustus 2020),2

⁸Dini Yuniarti, Bambang Subiyakto, dan Muhammad Adhitya Hidayat Putra, "Economic Activities in Kuin Floating Market as a Learning Resource on Social Studies", The Kalimantan Social Studies Journal,(2020), 1(2), 130-140. Singkat XII, (4)

⁹Maulidiyah, Bambang Subiyakto, dan Mahmudah Hasanah,"Economic Activities in The Kebun Rambutan Rakyat Sungai Lulut as a Learning Resource on Social Studies" The Kalimantan Social Studies Journal,(2020), 1(2), 175-183.

PHK merupakan keluarnya anggota pada suatu perusahaan atau organisasi untuk memutuskan hubungan kerja, yang dimana dengan memiliki alasan tertentu oleh perusahaan atau organisasi sehingga tidak adanya kewajiban dari perusahaan atau organisasi dengan pekerja yang telah diputuskan hubungan kerja¹⁰. Dalam perekonomian sangat jelas mengalami penurunan dikarenakan adanya pembatasan yang dilakukan guna mencegah penyebaran virus covid-19, namun hal ini sangat mempengaruhi perekonomian Indonesia yang mengakibatkan banyaknya usaha serta sektor-sektor yang menjadi terbatas dalam melakukan kegiatan perekonomian. Sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan sektor yang paling terpengaruh dalam penurunannya perekonomian, pada sektor UMKM utama yang memiliki usaha makanan dan minuman sangat terdampak setelah adanya pandemi. Namun dengan permasalahan perekonomian yang muncul akibat pandemi virus covid-19 banyak UMKM yang merasa dirugikan akan tetapi memunculkan kesempatan yang baru juga dalam melakukan pemasarannya. Sektor UMKM dapat menggunakan media elektronik untuk dapat bertransaksi dengan menggunakan teknologi informasi. Dengan itu pada sektor UMKM dapat kembali menghidupkan usaha-usaha untuk meningkatkan perekonomian secara drastis dengan menggunakan media informasi elektronik sebagai jembatan pemasaran dan transaksi para pelaku sektor UMKM.¹¹

Usaha yang sedang maraknya untuk di minati oleh kaum milenial di era digital 4.0 sebagian besar mengenai hal-hal yang berbau kekinian atau terbilang sedang ngetrend di jamannya, Usaha menjual minuman dan makanan kekinian merupakan salah satu usaha yang terbilang cukup banyak menjamur di banyak titik yang target pasarnya adalah kaum milenial. Minuman kekinian sangat di minati sehingga banyaknya bermunculan usaha minuman yang bersaing dipasaran untuk lebih menarik target pasar dalam pemasarannya. Pada masa pandemi, kebanyakan usaha-usaha yang baru bermunculan sangat memanfaatkan media sosial untuk melakukan pemasaran dan untuk menaikkan ekonomi serta bertahan hidup.

¹⁰ Moh. Muslim, "PHK Pada Masa Pandemi Covid-19", Jurnal Manajemen Bisnis, Vol.23 No.03 (2020), 358

¹¹ Rahmi Rosita, "Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM Di Indonesia". Jurnal Lentera Bisnis, Vol.09 No.02. (November, 2020)

Hal ini dilakukan karena dengan menggunakan media elektronik masyarakat dengan mudah mengakses sesuatu yang dibutuhkan dari dalam rumah mengingat kegiatan untuk keluar rumah sangat dibatasi dikarenakan harus mematuhi peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Sektor UMKM sangat terbantu dengan adanya peluang menggunakan media elektronik untuk tetap mempertahankan serta menaikkan tingkat perekonomian UMKM tersebut. Dengan ini usaha-usaha UMKM bermunculan secara perlahan pada saat pandemi sedang berlangsung.

Ombein merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang food and beverage yang terbilang cukup berani untuk terjun dan bersaing dengan brand kompetitor lainnya di era pandemi yang memiliki keterbatasan dalam melakukan kegiatan dikarenakan harus menaati prokes untuk tetap mencegah penularan virus Covid-19. Ombein mampu bersaing dengan sangat pesat dalam perkembangannya, pada tahun 2020 pertengahan nama brand Ombein ini mulai terdengar di kalangan milenial khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Ombein menjual berbagai macam minuman dan beberapa dessert atau makanan penutup manis yang disajikan dengan kemasan yang cukup menarik dan praktis sehingga hal ini menjadi salah satu daya tarik pembeli. Brand yang belum lama berdiri ini bisa terbilang cepat dalam pemasarannya dikarenakan Ombein mampu tetap bertahan hingga saat ini dan semakin membuka cabang di beberapa titik di daerah Yogyakarta yakni ada 19 outlate dan beberapa kota lainnya seperti Klaten 3 outlate, Magelang 2 outlate, Sukoharjo, Solo, Boyolali, dan Pamekasan yang jika di total memiliki 28 outlate aktif.

Ombein merupakan salah satu usaha minuman yang terbilang cukup baru dan sangat cepat dalam perkembangannya, sesuai dengan pengamatan peneliti bahwa brand minuman kekinian ini dapat bersaing dengan brand kompetitor dengan menyajikan produk yang baik. Produk yang disajikan oleh ombein berupa minuman dan kue seperti minuman dalgona yang sempat viral di awal pandemi sehingga menarik perhatian masyarakat untuk berbondong-bondong mencoba minuman viral tersebut, selain itu ombein juga mengeluarkan minuman dengan boba yang memiliki berbagai varian. Menu yang dimiliki ombein bervariasi pada beberapa menu yang di juluki dengan "series" agar terlihat lebih tertata dan menarik pembeli dalam bahasa, Minuman dengan berbagai series yang dimiliki ombein ada dalgona series, milk series (dengan boba), choco series, fruit series dan strawberry series.

Ombein juga mengeluarkan produk dessert yang sangat diminati oleh kaum milenial dengan ukuran yang kecil dan besar. Dessert pada ombein juga dibandrol dengan harga yang relatif terjangkau oleh kantong pelajar karena target pasar ombein merupakan sebagian dari pelajar sehingga usaha minuman kekinian ini membranding dengan minuman yang memiliki harga terjangkau (murah) dan enak untuk dinikmati oleh segala kalangan masyarakat¹². Usaha ini tidak memerlukan waktu yang cukup lama untuk dapat membuka cabang outlate di berbagai tempat khususnya di daerah Yogyakarta. Banyak brand kompetitor yang mendahului Ombein seperti Ngelak yang berubah nama menjadi Esque, Bobatime, Choice, FindMe, dan masih banyak lagi brand kompetitor yang kurang lebih menyajikan minuman yang mirip dengan produk ombein. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi usaha Ombein yang dibangun di tengah masa pandemi dapat bertahan hingga bersaing dengan brand kompetitor yang telah mendahuluinya. Hal ini merupakan suatu yang menarik peneliti untuk melakukan observasi kepada brand minuman kekinian Ombein yang ada di Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, peneliti di bantu oleh rekan yang bekerja di Ombein untuk memudahkan peneliti dalam mencari data validitas dan observasi secara mendalam agar dapat mengetahui bagaimana strategi Ombein dapat bertahan dalam era pandemi dimana kebanyakan dari masyarakat mengalami peneurunan perekonomian yang membuat kehidupan menjadi lebih terbatas dan perekonomian menurun drastis. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan observasi secara langsung pada Ombein agar mendapatkan data yang valid. Ombein merupakan brand minuman yang menyajikan 50 macam varian rasa dan memiliki tagline " Minum Enak Setiap Saat" bahan dasar pembuatan produk yang di gunakan oleh Ombein menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi atau "premium". Ombein juga menjamin dengan servis yang maksimal sehingga apabila pembeli atau customer mengalami kekecewaan Ombein memiliki garansi kekecewaan yang bertujuan untuk menjadikan minuman kekinian Ombein sebagian dari pilihan minuman para milenial ketika akan membeli minuman hingga menjadikan lifestyle para milenial dalam setiap momen.

¹²<https://ombeinindonesia.com/> diakses pada 14 April 2022

Ombein juga memiliki visi yakni "Ombein setiap momenmu" dan juga memiliki misi "memberikan kebahagiaan bagi seluruh staff, memberikan pelayanan yang terbaik berdasarkan kepuasan konsumen, menghadirkan produk yang kreatif, inovatif terjangkau dan disukai, serta menciptakan lebih dari 1000 outlate". Ombein memiliki beberapa menu best seler merka yaitu ovaltine choco crunchy , manggo yoghurt sweety, dark choco cheese , tokyo banana biscoff, avocado choco milo dan summer strawberry yakult. Dari berbagai macam menu yang di keluarkan oleh Ombein peneliti merasa bahwa menu yang dikeluarkan Ombein memiliki nama yang unik sehingga membuat pembeli terarik untuk mencobanya.¹³

1.2 FOKUS PENELITIAN

Menurut Moleong bahwa dalam fokus penelitian ini yang dimaksud untuk memberikan batasan- batasan pada studi deskriptif kualitatif sekaligus memberi batasan dalam melakukan penelitian guna memilih data yang relevan dan data yang tidak relevan¹⁴ . Dalam penelitian kualitatif ini berdasarkan tingkat kepentingan dari masalah yang ada pada penelitian ini. Pada penelitian ini difokuskan pada “ Survival Strategi Ombein di Masa Pandemi” dengan objek utamanya adalah usaha minuman kekinian Ombein yang memiliki brand image yang cukup terkenal dikalangan milenial khususnya di Yogyakarta. Dalam penelitian ini akan berfokus pada penelitian mengenai survival atau cara bertahan hidup (usaha tetap jalan dan berdiri kokoh) yang dilakukan oleh usaha Ombein di masa pandemi yang seperti di ketahui bahwa masa pandemi adalah masa dimana perekonomian mulai menurun drastis. Diketahui bahwa Ombein masih tetap berdiri hingga saat ini dan mampu bersaing dengan brand kompetitor lain di masa pandemi . Seperti yang dipaparkan pada latar belakang Ombein telah memiliki lebih dari 10 outlate aktif yang tersebar di beberapa kota di Indonesia khususnya di pulau Jawa dengan waktu yang tehitung sangat singkat dalam kondisi masa pandemi covid-19 dengan isue penyebaran virus, namun Ombein mampu mengambangkan sayapnya dalam pemasaran minuman kekinian ini ditengah banyaknya brand kompetitor pendahulu yang serupa dengan produk yang diproduksi oleh brand Ombein.

¹³<https://ombeinindonesia.com/diakses> pada 14 April 2022

¹⁴Meolong, Prof. Dr. Lexy J, 2016, Metodologi Penelitian Kualitatif Cetakan ketigapuluhlima, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya

Dalam penelitian ada beberapa fokus penelitian yang ingin penulis ketahui diantaranya:

Strategi Ombein dalam bertahan hidup “ Survival “ Strategi seperti apakah yang dilakukan oleh Ombein untuk tetap bertahan di kondisi masa pandemi dalam menjalankan usaha minuman kekinian ini?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan secara terperinci tujuan ilmiah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui strategi markeing dalam promosi brand minuman kekinian Ombein
2. Untuk mengetahui strategi bertahan hidup ditengah masa pandemi yang dilakukan oleh brand minuman kekinian Ombein
3. Bertujuan untuk mengaplikasikan teori-teori yang memiliki hubungan korelasi dengan penelitian ini untuk menyelesaikan permasalahan yang ada

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini memiliki berbagai manfaat untuk :

1. 4. 1 Manfaat Akademis

Peneliti mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah untuk refrensi atau tolak ukur untuk penelitian selanjutnya sebagai perbandingan, Serta dapat mengetahui korelasi dengan teori-teori yang berhubungan dengan survival atau bertahan hidup.

1. 4. 2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bermanfaat guna mengetahui strategi untuk bertahan hidup yang dilakukan oleh Ombein. Sehingga brand Ombein dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan mengenai strategi bertahan hidup yang telah diterapkan.

1. 4. 3 Manfaat Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan lebih luas lagi mengenai strategi survival atau bertahan hidup di masa pandemi serta diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi pembaca dalam penerapan srategi survival di masyarakat.

1.5 METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menemukan fakta atau kebenaran. Paradigma merupakan cara pandang dalam memahami kerumitan yang terjadi di dunia nyata. Menurut Bogdan dan Biklen (1982:32) dalam Meolong (2016) bahwa paradigma adalah sekumpulan asumsi diperpanjang dengan mengarahkan kepada konsep cara berpikiran. Paradigma juga dapat diartikan sebagai cara pandang dalam melakukan penelitian mengenai sesuatu dengan batasan-batasan dasar yang ditentukan. Pada penelitian ini cara pandang yang digunakan peneliti dalam mencari data adalah dengan menggunakan paradigma konstruktivis. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang menggunakan cara pandang berdasarkan perkembangan dan pemahaman untuk membantu penafsiran suatu kejadian.

Paradigma konstruktivis adalah paradigma yang serupa dengan antitesis yang melakukan pengamatan dan objektifitas untuk menemukan realitas. Peneliti yang menggunakan konstruktivis mempelajari bermacam-macam realita yang terkonstruksi individu dan mengimplikasi dari konstruksi dalam kehidupan mereka dengan yang yang lain dalam konstruktivis pernyataan ini dikemukakan menurut Patton (2002: 96-97). Teori konstruktivis merupakan pendekatan dengan cara teoritis dalam komunikasi yang dikembangkan pada tahun 1970 an oleh Jesse Deli dan rekan-rekannya. Dalam teori ini realitas tidak memunculkan diri dengan bentuk yang kasar namun realitas yang muncul harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara pandang seseorang dalam memandang suatu menurut Morissan¹⁵. Paradigma konstruktivis adalah paradigma yang lebih mementingkan kebenaran realitas sosial sebagai hasil dari konstruksi sosial. Paradigma konstruktivis yakni paradigma yang memandang ilmu sosial sebagai analisis yang sistematis akan aksi sosial yang bermakna dengan melakukan pengamatan secara langsung dan terurai terhadap pelaku sosial yang sedang diteliti untuk menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka menurut Hidayat¹⁶.

¹⁵Morissan. 2009. Teori Komunikasi Organisasi. Bogor: Ghalia Indonesia. hlm.107

¹⁶ Hidayat, Dedy N. 2003. Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Jakarta

1.5.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode diskriptif kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln (1994) dalam buku Metode Penelitian Kualitatif oleh Albi Anggito & Johan Setiawan, S.Pd. Bahwa metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah yang berarti melakukan pengamatan pada fenomena yang terjadi dengan menggunakan berbagai metode yang ada. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Pengamatan kualitatif merupakan penelitian yang tidak melibatkan perhitungan dalam pengamatannya. Menurut Sugiyono (2016:9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah instrumen kunci. Sehingga dalam penelitian ini dapat mengetahui fakta-fakta yang ditemukan dapat secara langsung. Pengumpulan data pada penelitian ini diambil tanpa menggunakan teori-teori ilmiah melainkan secara alamiah dengan mencari data yang ada berdasarkan fakta-fakta yang kebenarannya.

Dalam penelitian ini akan dilakukan berdasarkan rumusan masalah seperti yang dipaparkan dengan menggunakan metode diskriptif kualitatif mengenai survival atau cara bertahan hidup brand minuman kekinian Ombein di masa pandemi covid-19. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dapat memaparkan suatu kejadian yang terjadi secara alamiah melalui fakta-fakta yang ditemui saat penelitian berlangsung di lapangan. Penulis tidak selalu berpatokan dengan teori dalam mencari informasi atau data maka penelitian ini dilakukan secara alamiah. Penelitian kualitatif dari definisi pada sisi lainnya bahwa merupakan penelitian yang menggunakan wawancara terbuka untuk mengetahui dan memahami sikap, cara pandang, dan perilaku individu yang diteliti. Menurut David Williams (1995) dalam Meoleong (2016:5) menulis bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan pada latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah. Alat pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini adalah peneliti sendiri dengan ataupun dibantu orang lain dalam mengumpulkan data yang valid.

1.5.3 Subyek Penelitian

Dalam subyek penelitian ini sumber informasi dapat disebut dengan narasumber. Penelitian ini akan mencari informasi melalui narasumber yang akurat berdasarkan objek yang telah ditentukan yakni owner dan HRD pada brand minuman kekinian Ombein. Narasumber adalah individu yang pada penelitian akan menjadi sumber data atau informasi terkait dalam pengumpulan data penelitian. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016:218) purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi sebagai cara untuk mendapatkan informasi.

1.6 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Untuk mengetahui informasi dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang terkait dengan permasalahan yang diteliti yaitu :

A. Data Primer :

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer melalui metode wawancara kepada Owner dan HRD Ombein secara langsung dan Observasi kelengkapan untuk mendapatkan data yang valid. Seperti yang dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan dua metode primer dalam mengumpulkan data yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan informasi. Menurut Moleong (2016:186) Wawancara adalah suatu proses dalam mencari informasi secara mendalam dan terbuka yang bertujuan untuk menggali permasalahan, Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan dengan tujuan tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yakni pewawancara (interviewer) merupakan pihak yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yakni pihak yang memberikan jawaban atas seluruh pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Sebelum melakukan wawancara peneliti akan membuat daftar pertanyaan yang dipersiapkan untuk diajukan kepada narasumber atau yang terwawancara.

2. Observasi

Menurut Sugiyono (2013:145) Observasi merupakan suatu kegiatan dilakukan dengan proses yang pelik, dengan proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis dari keduanya bagian paling penting adalah proses pengingatan dan pengamatannya. Observasi dilakukan bertujuan untuk melakukan pendekatan peneliti dengan objek-objek yang sedang diteliti dan mengetahui kondisi secara langsung pada lingkungan di lapangan. Metode ini dilakukan untuk mengetahui strategi bertahan hidup brand minuman kekinian Ombein secara langsung.

B. Data Sekunder :

Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan metode studi pustaka, berupa kajian literatur yang sesuai dengan penelitian baik berupa dari buku maupun dari internet. Serta dengan mengambil dokumentasi untuk melengkapi data primer yaitu:

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu kegiatan pengumpulan atau pengolahan data yang berisikan informasi yang digunakan sebagai bukti dan bahan referensi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2013:240) Dokumentasi adalah sebuah catatan yang sudah terjadi atau sudah berlalu. Dokumen yang dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental atau sejarah kehidupan (life history). Dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi sebagai bahan pendukung dalam pengumpulan data sebagai bukti yang valid.

Metode ini digunakan peneliti guna melengkapi hasil dari wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti untuk menunjang data saat penelitian di lapangan . Dokumentasi diambil di kantor dan outlet Ombein terkait penelitian yaitu mengenai survival strategi Ombein yang dapat bertahan di masa pandemi Covid-19.

1.7 TEKNIK ANALISIS DATA

Menurut Suriyono teknik analisis data merupakan proses mencari data , menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara , catatan lapangan , dan dokumentasi yang menpaparkan ke dalam unit-unit , melakukan sintesis , menyusun pola memilih yang penting dan yang dipelajari serta membuat kesimpulan agar mudah dipahami oleh peneliti dan pembaca atau orang lain¹⁷. Menurut Bogdan dan Biklen (1982) dalam Moleong (2016:248) analisis data merupakan usaha yang dilaksanakan menggunakan cara kerja dengan data, mengatur data, memisah-misahnya menjadi satuan data agar dapat dikelola, menyatukan, mencari serta menciptakan pola, menemukan data penting dan yang akan dipelajari sehingga dapat memutuskan data mana yang dapat diketahui oleh pembaca. Dalam penelitian ini ada beberapa langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis data yaitu sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah kegiatan pencari data dan pengumpulan keseluruhan data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi penelitian sesuai yang telah dilakukan di lapangan.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan yang dilakukan untuk meringkas atau merangkum dari hasil pengumpulan data memilah dan memilih data mana yang akan digunakan dalam penelitian yang berhubungan dengan Survival Strategi Ombein Di Masa Pandemi di menjadikannya kesimpulan dari permasalahan yang ada pada penelitian.

3. Display Data

Display data adalah penyajian data yang berisi informasi secara tersusun yang akan digunakan pada kesimpulan yang disajikan dalam bentuk narasi yang berisi data-data yang telah dipilah dan dipilih secara sistematis mengenai Survival Strategi Ombein Di Masa Pandemi.

4. Pengambilan Kesimpulan

¹⁷Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Dalam pengambilan kesimpulan merupakan tahap akhir dari penelitian yakni menemukan makna pokok permasalahan yang diteliti dari data-data yang telah terkumpul dan telah diuji ke validitasnya.

5. Kerangka konsep

Kerangka konsep sangat penting untuk menguraikan hubungan antara variabel dengan fokus dalam penelitian, Berikut merupakan konsep teori dari penelitian ini :



1.9 DEFINISI OPERASIONAL

Dalam penelitian ini definisi operasional digunakan untuk dapat mengukur dan mengamati (observasi). Definisi operasional adalah unsur yang penting dalam penelitian karena dengan adanya definisi operasional peneliti dapat melakukan penelitian untuk mendapatkan data yang akurat serta tetap.

Menurut Sugiyono (2015:38) bahwa definisi operasional merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai objek kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya. Definisi operasional secara detail dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Survival Strategi

Survival strategi merupakan salah satu cara suatu perusahaan dalam mempertahankan usaha yang dibangun ditengah banyaknya permasalahan yang ada. Dalam penelitian ini Ombein merupakan usaha yang ingin diteliti karena pada masa pandemi covid-19 Ombein dapat tetap mampu berdiri dan bersaing dengan brand pendahulunya ditengah perekonomian Indonesia yang sedang terbilang menurun dikarenakan virus covid-19 yang membuat adanya batasan-batasan kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat.

2. Marketing Komunikasi (Pemasaran Ombein)

Dalam suatu usaha atau perusahaan yang memiliki produk, marketing merupakan salah satu unsur terpenting karena dengan adanya marketing sebuah perusahaan dapat menjual, memasarkan serta mempromosikan kepada masyarakat untuk mempengaruhi pembelian sehingga hal ini sangat bermanfaat dilakukan dalam usaha. Ombein melakukan beberapa promosi atau menggunakan strategi marketing untuk dapat mempromosikan produknya serta untuk dapat bertahan ditengah masa pandemi yang sangat mempengaruhi pemasukan Ombein. Marketing yang dilakukan Ombein juga melalui media online yang membuat pemasaran lebih mudah dan dapat dikonsumsi seluruh masyarakat saat pandemi karena pada saat pandemi sebagian besar usaha melakukan promosi melalui media sosial atau online karena masyarakat mencari informasi dan tertarik dengan media sosial karena adanya keterbatasan dalam melakukan kegiatan diluar ruangan sehingga masyarakat lebih efektif dan mudah dalam mendapatkan informasi melalui media sosial.

Dalam penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran Ombein yang berarti menggunakan digital marketing. Seperti yang diketahui bahwa Marketing menurut Kotler (1991) mengartikan bahwa suatu proses adanya interaksi suatu kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi keinginan antara sosial dan manajerial melalui proses pembuatan, penawaran dan pertukaran nilai antarmereka. Dengan menggunakan digital marketing banyak memiliki keuntungan yakni lebih mudah karena dalam hitungan menit atau jam pun sudah dapat melakukan pemasaran secara online seperti melalui Shopee,, dan lain-lain. Selain itu dengan menggunakan digital marketing dapat mengefisiensi biaya pengeluaran yang mana didalam media digital sangat mudah untuk melakukan promosi dan menawarkan iklan produk dengan harga yang relatif murah adanya mulai 10 ribu untuk sekali iklan dan melalui digital marketing jangkauan yang di tuju dapat lebih menjangkau target pasar melalui iklan digital yang dapat dikonsumsi oleh jutaan konsumen setiap harinya sehingga hal ini yang membuat Ombein mempertimbangkan menggunakan media marketing konvensional. Serta dengan menggunakan digital marketing lebih dapat memenuhi tuntutan pasar yang bervariasi dan lebih mudah untuk dijangkau.

Ombein adalah usaha yang menggunakan media marketing digital untuk mempromosikannya yakni melalui konten-konten instagram, facebook ads dan tiktok karena pada era ini maraknya penggunaan media digital sangat melonjak terlebih pandemi yang membuat sebagian besar masyarakat lebih fokus dalam penggunaan media sosial.

Ombein menggunakan instagram ads, facebook ads dan memaksimalkan konten merupakan salah satu indikator penggunaan digital marketing, selain itu Ombein juga melakukan promosi melalui program kerja sama kemitraan melalui gojek, grab dan shopee. Dengan ini memudahkan Ombein dalam menjangkau konsumen maupun calon konsumen yang baru akan mencoba produknya. Pemanfaatan digital marketing yang digunakan Ombein cukup terhitung efisien. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep teori Suharto (2009) yang mana ada tiga strategi yaitu ada strategi aktif yang berarti adanya pemaksimalan potensi yang dimiliki, strategi pasif yang berarti meminimalisir pengeluaran serta , strategi jaringan yaitu dengan menggunakan jaringan sosial sebagai salah satu cara untuk

melakukan promosi. Penelitian ini akan mengulas strategi bertahan yang di gunakan Ombein pada masa pandemi dari segi pemasaran digital marketing dengan menggunakan media sosial sebagai sarana pemanfaatan untuk melakukan promosi. Dengan menggunakan digital marketing hal ini yang akan menjawab dari rumusan masalah yang ada dengan menggunakan strategi konsep yang dipilih oleh peneliti karena dianggap memiliki hubungan korelasi dengan penelitian ini. Keunggulan menggunakan digital marketing sebagai sarana pemasaran yakni dapat mengiklankan konten yang dimiliki oleh Ombein dapat menyasar secara langsung kepada target pasar secara spesifik dan lebih tajam. Dengan menggunakan digital marketing dapat menentukan umur, serta lokasi yang diinginkan sebagai salah satu target agar tepat sasaran sehingga dengan ini media digital banyak dipilih sebagai salah satu media yang digunakan untuk melakukan pemasaran di era revolusi 4.0 sebagai sarana pemasaran yang lebih efisien dan mudah.

3. Program Kemitraan

Dalam suatu usaha, akan adanya perkembangan dengan pesat yakni melakukan kerja sama dengan kemitraan yang bertujuan untuk membangun relasi baru yang juga mempengaruhi segmentasi penjualan suatu usaha. Dengan ini, Ombein menggunakan program kemitraan untuk melakukan promosi yakni bekerja sama dengan ShopeeFood, GrabFood dan GoFood. Program kemitraan sangat membantu menaikkan segmentasi pasar yang dimiliki Ombein untuk menjangkau pembeli yang berada di rumah pada saat pandemi.