

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Garut merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang terkenal dengan destinasi wisata alam, seperti Pantai Rancabuaya, Pemandian Air Panas Cipanas, Komojang Ecopark, Kampung Sampireun, Gunung Papandayan, dll.¹ Selain itu, Garut juga terkenal dengan makanan khasnya yaitu dodol Garut. Dodol Garut sering dijadikan buah tangan untuk dibawa pulang oleh para wisatawan yang datang ke Kabupaten Garut untuk berlibur maupun pulang ke kampung halaman. Berbagai inovasi dilakukan oleh para pengusaha-pengusaha termasuk para pengusaha dodol Garut, agar buah tangan ini terus menjadi ciri khas bagi Kabupaten Garut, seperti yang dilakukan oleh salah satu pengusaha yang terkenal dengan brand chocodot. Inovasi yang dilakukan berupa coklat berisi dodol, dengan kemasan dan tulisan yang menarik/kekinian. Chocodot atau coklat dodol kini menjadi salah satu oleh-oleh yang paling diburu wisatawan yang berwisata ke Kabupaten Garut.²

Chocodot atau coklat isi dodol adalah salah satu produk yang di produksi oleh PT. Tama Cokelat Indonesia yang berdiri sejak tahun 2009 hingga saat ini. Pemilik dari PT Tama Cokelat Indonesia adalah Kiki Gumelar. Beliau merupakan salah satu warga Garut yang memiliki prestasi cukup banyak sehingga beliau diangkat menjadi tokoh inspiratif bagi masyarakat luas. Kiki

¹ <https://travel.kompas.com> Diakses pada tanggal 5 Mei 2022 jam 23.00 WIB

² <https://jabarprov.go.id/> Diakses pada tanggal 10 Mei 2022 jam 15.00 WIB

Gumelar merupakan orang pertama yang mencetuskan coklat dengan isi dodol, dimana dodol merupakan makanan khas Kabupaten Garut. Beliau juga memiliki kreativitas yang tinggi dalam menyampaikan ide-ide mengenai menu coklat yang baru salah satu contohnya coklat rasa cabe. Kiki Gumelar mampu mengantarkan Chocodot hingga kekancah internasional. Seperti yang telah diraih, Chocodot juga pernah mendapatkan salah satu penghargaan kejuaraan di Italia sebagai produk nasional dengan kemasan terbaik sedunia.

PT Tama Cokelat Indonesia sudah memiliki tiga gerai chocodot yaitu di jalan Siliwangi (terletak di jantung Kota Garut), serta jalan Raya Kubang dan jalan Otista (terletak di jalan utama penghubung antar kabupaten), dimana dua gerai tersebut sangat menguntungkan bagi PT Tama Cokelat Indonesia pada saat tertentu (khususnya saat liburan).

PT Tama Cokelat Indonesia juga menyuplai produknya ke beberapa toko oleh-oleh yang ada di Garut maupun di luar Garut. Chocodot menyajikan beragam coklat dengan rasa yang unik, selain itu chocodot juga menyajikan brodol yaitu brownies isi dodol dan *cookies* coklat. Harga coklat yang dijual oleh PT Tama Cokelat Indonesia ini dimulai dari Rp. 10.000 – Rp. 50.000, harga tersebut sangatlah terjangkau bagi masyarakat luas dan salah satu daya tarik chocodot yaitu dapat dilihat dari cara pengemasan unik, menarik dan memiliki nilai jual pengemasan yang dilakukan berupa bentuk aluminium foil, dus yang berisikan coklat dan kerajinan tangan seperti besek yang disertai tema-tema dari coklat yang dijual seperti tema chocodot van java, chocodot edisi pariwisata, chocodot besek etnik, chocodot isi dodol

buah, chocodot *coffe*, chocodot tema yang mencerminkan keadaan garut seperti gunung dan domba.

PT Tama Cokelat Indonesia juga selalu mengadakan *event* yang dimana *event* tersebut menawarkan cokelat dengan berbagai promo yang menarik³. Beberapa produk yang sangat laris di jual dipasaran ialah cokelat yang dikemas dengan perpaduan kata-kata di dalam kemasan atau yang disebut dengan Cokelat Update, dikarenakan dalam kemasan tersebut berisikan kalimat yang bisa kita ungkapkan hanya dengan memberikan sebuah cokelat, seperti Chocodot Anti Galau, Chocodot Gawat Darurat, Chocodot Rasa Sayang, Chocodot Tolak Miskin, Chocodot Makin Cinta. Chocodot telah diakui sebagai salah satu makanan produk nasional di Indonesia dan PT Tama Cokelat Indonesia ingin menjadikan produknya sebagai *brand image* cokelat Indonesia. PT Tama Cokelat Indonesia bekerjasama dengan Kit-kat salah satu *brand* perusahaan dunia yakni Nestle, kerjasama yang dilakukan PT Tama Cokelat Indonesia bersama Kit-kat menghasilkan sebuah produk baru yaitu cokelat Break Maximal dengan kombinasi rasa cokelat isi dodol dengan wafel kit – kat yang renyah. Setiap peluncuran rasa baru yang dikeluarkan chocodot dilakukan untuk inovasi sehingga dapat meningkatkan penjualan dan menarik minat pembeli. Kemasan ternyata sebuah komponen yang penting dalam sebuah produk, khususnya bagi chocodot yang telah beredar di Kabupaten Garut, luar Kabupaten Garut bahkan sampai keluar negeri,

³ Hasil wawancara dengan *Manager Product* Dwi Yudi Anggara

keragaman produk chocodot bersaing untuk mendapatkan pasar dan memperoleh jati diri chocodot dihadapan pembeli.

Persaingan bisnis oleh-oleh Garut cukup tinggi, maka untuk menarik minat pengunjung dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang baik dan analisa yang mendalam. Pebisnis tidak hanya mementingkan jenis dan kualitas produk, akan tetapi lokasi juga penting untuk menjadi perhatian. Lokasi yang strategis dengan lahan parkir yang luas dan *store* yang menarik tentu akan menarik pengunjung untuk datang ke *store*.

PT Tama Cokelat Indonesia meraup keuntungan penjualan dari produk chocodot lebih dari 10 tahun, hingga pada awal maret 2020 Indonesia dikejutkan dengan wabah virus corona, dan hal tersebut cukup berdampak terhadap penjualan produk chocodot. Virus ini masuk ke Indonesia pada 02 maret 2020 di Kota Depok dimana dua wanita terinfeksi yakni seorang ibu beserta satu anaknya. Salah satu karakteristik virus ini adalah kecepatan penyebarannya yang cukup tinggi melalui droplet lalu menyebar luas di udara, jatuh pada benda sekitar seperti pintu kendaraan umum, pintu masuk kantor atau pintu masuk fasilitas umum lainnya. Virus ini terus menerus bermutasi dari varian alpha ke delta kemudian omicron BA4 dan BA5.

Di Indonesia virus corona menyebar sangat cepat sehingga pemerintah membuat berbagai kebijakan untuk membatasi aktivitas masyarakat di luar (seperti: PSBB/Pembatasan Sosial Berskala Besar dan PPKM/Pemberlakuan

Pembatasan Kegiatan Masyarakat).⁴ Hal tersebut tentunya sangat berdampak pada perekonomian Indonesia, banyak perusahaan yang tidak dapat melangsungkan kegiatan usahanya akibat kebijakan tersebut.

PT Tama Cokelat Indonesia ikut terkena dampak dari kebijakan tersebut, karena di awal pandemi pemerintahan Kabupaten Garut melarang perusahaan untuk membuka beberapa *outlet* yang ada di Kabupaten Garut dalam waktu sebulan lamanya. Hal tersebut mengakibatkan penurunan jumlah penjualan produk chocodot, dan PT Tama Cokelat Indonesia juga kehilangan dua *store* yang ada di Bali dan Yogyakarta. Akibat dari penjualan yang menurun maka PT Tama Cokelat Indonesia memasukan produk-produk chocodot ke *market place* seperti shopee, tokopedia, lazada, dan melalui website tamacokelat.com.

Berikut merupakan data penjualan sebelum dan semasa pandemi covid19



Diagram 1.1 Data Penjualan Produk Chocodot 3 Tahun Terakhir

⁴ Zudi Setiawan, 2021. Strategi Kebijakan Pemerintah Indonesia Dalam Mengatasi Pandemi Global Covid19. Diakses pada tanggal 20 mei jam 13.00 WIB

Agar tetap dapat bertahan dalam situasi pandemi covid19, PT Tama Cokelat Indonesia membuat keputusan untuk mengaktifkan kembali sosial media yang dimilikinya. Sebelumnya pernah dilakukan penjualan melalui *online store*, namun pemilik PT. Tama Cokelat Indonesia yakni Kiki Gumelar menganggap penjualan melalui *online store* kurang efisien dikarenakan produk yang dijual merupakan produk olahan makanan yang gampang rusak ataupun mudah meleleh. Akhirnya setelah pandemi melanda pemilik mengakui bahwa adanya penjualan *online store* berdampak positif pada penjualan produk chocodot.

Pemilik chocodot membuat varian produk baru yaitu dengan menawarkan produk cokelat yang bisa dibuat oleh pembeli itu sendiri dengan membuatnya di rumah saja, selain itu chocodot juga mengeluarkan produk coklat yang diberi nama cokelat hempas panik, dimana cokelat tersebut terbuat dari rempah-rempah yang membantu pembeli untuk menjaga stamina tubuh selama pandemi covid-19. Kedua produk tersebut dapat dibeli melalui *online store*.



Gambar 1. 1 Produk Terbaru Saat Pandemi

Sumber: Zefanya 2022

PT.Tama Cokelat Indonesia memilih beberapa ekspedisi yang dapat dipercaya, dimana produk dikemas dengan se rapih dan seaman mungkin agar pada saat diterima oleh pembeli tidak ada cacat, melelehnya cokelat dan berubah bentuk. Penjualan yang dilakukan secara *online* selama pandemi covid19 tidak mendapatkan keluhan dari pembeli mulai dari komunikasi penjualan kepada pembeli, waktu pengiriman kepaada pembeli dan sampainya produk terhadap pembeli. Itu tandanya pengemasan yang dilakukan oleh PT.Tama Cokelat Indonesia sudah sangat aman (sumber: *Manager Product*).



Gambar 1. 2 Penilaian Di Shopee

Sumber: Shopee Chocodot

Penulis memfokuskan penelitian di PT Tama Cokelat Indonesia karena produk chocodot memiliki potensi besar dipasar konsumen, baik di Kabupaten Garut maupun luar Kabupaten Garut. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran chocodot pada masa pandemi covid19.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian adalah bagaimana implementasi komunikasi pemasaran terpadu PT Tama Cokelat Indonesia pada masa pandemi covid19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui implementasi komunikasi pemasaran terpadu PT. Tama Cokelat Indonesia pada masa pandemi Covid19.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara:

- a. Akademis
 1. menambah ilmu pengetahuan tentang strategi komunikasi pemasaran khususnya dimasa pandemi
 2. menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat meneliti tentang strategi komunikasi pemasaran
- b. Praktis

1. peneliti berharap strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT Tama Cokelat Indonesia selama pandemi dapat diikuti oleh pebisnis toko oleh-oleh lainnya
2. peneliti berharap strategi komunikasi pemasaran dapat terus diperbaharui atau ditingkatsesuai dengan perkembangan zaman dan situasi bisnis yang dihadapi

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang alasan peneliti mengambil judul ini, rumusan masalah yang menjadi topik permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan penelitian terdahulu dan landasan teori mengenai masalah yang sedang dikaji.

BAB III METODEODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan metode-metode yang peneliti akan gunakan, yaitu metodeologi penelitian deskriptif kualitatif.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi hasil penelitian berdasarkan observasi dan wawancara yang sudah dilaksanakan peneliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini menyampaikan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian dan saran yang bermanfaat bagi akademisi dan praktisi.