BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organiation*/ WHO) telah menggumumkan virus pandemi covid-19 di akhir tahun 2019, virus tersebut pertama kali mucul di kota wuhan cina. “Virus ini kemudian mendadak menjadi teror mengerikan bagi masyarakat dunia, terutama setelah merenggut ribuan nyawa manusia dalam waktu yang relatif singkat. Hampir kurang lebih 200 Negara di Dunia terjangkit virus corona termasuk Indonesia”.[1] Pertama kali virus covid-19 masuk di Indonesia awal bulan maret 2020 dengan diumumkan langsung oleh Presiden Joko widodo.

Dalam Al-Quran terdapat petunjuk-petunjuk bahwasanya seorang hamba tidak akan tertimpa suatu musibah kecuali Allah swt telah menuliskan dan mentakdirkan musibah tersebut. Allah swt berfirman:

قُل لَّن يُصِيبَنَآ إِلَّا مَا كَتَبَ ٱللَّهُ لَنَا هُوَ مَوۡلَىٰنَاۚ وَعَلَى ٱللَّهِ فَلۡيَتَوَكَّلِ ٱلۡمُؤۡمِنُونَ ٥١

Artinya: *Katakanlah: "Sekali-kali tidak akan menimpa Kami melainkan apa yang telah ditetapkan Allah untuk kami. Dialah pelindung Kami, dan hanya kepada Allah orang-orang yang beriman harus bertawakal*."[2] QS. At- Taubah (9): 51

مَآ أَصَابَ مِن مُّصِيبَةٍ إِلَّا بِإِذۡنِ ٱللَّهِۗ وَمَن يُؤۡمِنۢ بِٱللَّهِ يَهۡدِ قَلۡبَهُۥۚ وَٱللَّهُ بِكُلِّ شَيۡءٍ عَلِيمٞ ١١

[1] Eman Supriatna, "Wabah Corona Virus Disease (Covid 19) Dalam Pandangan Islam'', *SALAM*, Vol 7 No. 6 (2020), hlm 55
[2] QS. At- Taubah (9): 51

Artinya: *tidak ada suatu musibah pun yang menimpa seseorang kecuali dengan ijin Allah; dan Barangsiapa yang beriman kepada Allah niscaya Dia akan memberi petunjuk kepada hatinya. dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.*[3] QS. At Taqhabun (64): 11.

مَآ أَصَابَ مِن مُّصِيبَةٍ فِى ٱلْأَرْضِ وَلَا فِىٓ أَنفُسِكُمْ إِلَّا فِى كِتَـٰبٍ مِّن قَبْلِ أَن نَّبْرَأَهَآ ۚ إِنَّ

ذَٰلِكَ عَلَى ٱللَّهِ يَسِيرٌ ﴿٢٢﴾

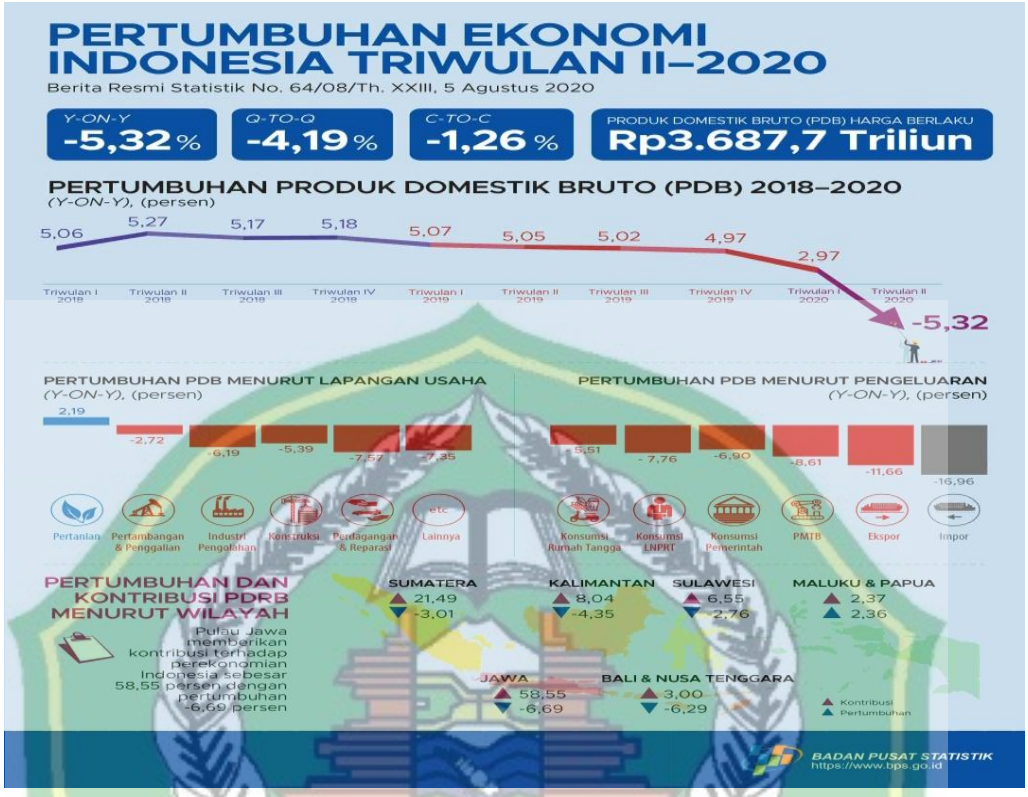
Artinya*: tiada suatu bencanapun yang menimpa di bumi dan (tidak pula) pada dirimu sendiri melainkan telah tertulis dalam kitab (Lauhul Mahfuzh) sebelum Kami menciptakannya. Sesungguhnya yang demikian itu adalah mudah bagi Allah.*[4] QS Al Hadid (57): 22

Pandemi covid-19 memberikan implikasi ekonomi, sosial, dan politik di Indonesia. "Setiap bencana yang diakibatkan oleh wabah penyakit, selalu berdampak terhadap munculnya berbagai persoalan ekonomi. Kelangkaan barang, inflasi dan munculnya perilaku penimbunan barang. Tiga persoalan ekonomi ini selalu muncul, dan menjadi persoalan dalam sistem ekonomi. Munculnya virus corona yang melanda sebagian dunia dan Indonesia telah memunculkan tiga persoalan ekonomi tersebut.[5]

> Dampak ekonomi akibat pandemi covid-19 juga dirasakan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm). Hal ini karena umkm menempati posisi yang strategis dalam perekonomian secara umum. Di ASEAN, umkm menghasilkan lapangan kerja antara 50% s.d. 95%, dan berkontribusi antara 30% s.d. 50% terhadap GDP. Usaha kecil termasuk yang paling terpukul oleh krisis covid 19, banyak yang menutup usaha sementara waktu, dan lebih jauh lagi menghadapi kendala arus kas. OECD sendiri menyebutkan bahwa umkm saat ini berada dalam pusat krisis ekonomi akibat pandemi covid 19, bahkan dengan kondisi lebih parah dari krisis keuangan

[3] QS. At Taqhabun (64): 11.
[4] QS Al Hadid (57): 22.
[5] Nurhidayat, "Pendekatan Ekonomi Syariah Dalam Menyelesaikan Masalah Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19", *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, Vol 6.1 (2020), hlm 17

2008. Krisis akibat pandemi akan berpengaruh pada umkm dengan risiko serius dimana lebih dari 50% umkm tidak akan bertahan ”.[6]



Sumber: bps.go.id

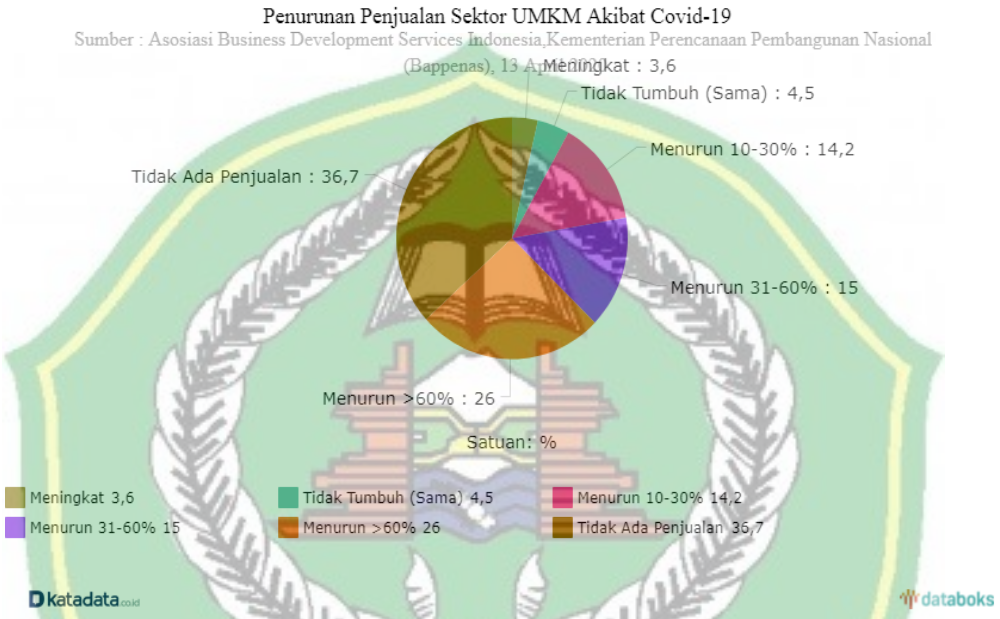
Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II- 2020

“Perekonomian Indonesia berdasarkan besaran Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku triwulan II-2020 mencapai Rp3.687,7. Ekonomi Indonesia triwulan II-2020 terhadap triwulan II-2019 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 5,32 persen (y-on-y)”.[7]

[6] Dani Sugiri, "Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dari Dampak Pandemi Covid-19", *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, Vol 19.1 (2020), Hlm 77

[7] Badan Pusat Statistik, “Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020. https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/08/05/1737/-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-turun-5-32-persen.html; diakses tanggal 24 oktober 2021

UMKM berkontribusi cukup besar bagi perekonomian Indonesia. “Keberadaan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) sebagai tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak secara serius tidak saja pada aspek total produksi dan nilai perdagangan akan tetapi juga pada jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya karena pandemi ini”.[8]



Sumber: katadata.com

Gambar 1.2 Penurunan Penjualan Sektor UMKM akibat Covid-19

Pandemi Covid-19 memukul perekonomian Indonesia, termasuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Salah satu dampaknya terdapat dari penurunan penjualan yang hampir dirasakan oleh seluruh UMKM. Sebanyak 36,7%, responden mengakui tidak ada penjualan. Selanjutnya, sebanyak 26% responden mengakui terdapat penurunan lebih dari 60%. Di sisi lain, hanya 3,6% yang mengalami kenaikan penjualan.[9]

---

[8] Gregorius Rio Alfrian and Endang Pitaloka, "Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Kondisi Pandemik Covid 19 Di Indonesia", *SENTRINOV*, Vol 6.2 (2020), hlm 139.

[9] Dwi Hadya Jayani, ‘’Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19”.

"Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk medukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvesional/tradisional beralih ke pemasaran moderen yaitu digital marketing".[10]

"Saat ini kegiatan umkm di Indonesia dihadapkan dengan permasalahan perkembangan teknologi, sulitnya beradaptasi dengan perkembangan jaman, tidak mempunyai strategi bisnis, terkendala dalam memasarkan produk di masa pandemi covid-19. Hal ini membutuhkan banyak strategi dan inovasi untuk memperkuat kegiatan tersebut".[11] Umkm merupakan kegiatan perekonomian masyarakat yang mampu memberikan banyak peluang untuk mengatasi masalah ekonomi masyarakat Indonesia.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian "Penerapan Strategi digital marketing usaha mikro kecil menengah (umkm) sektor pengolahan pada masa pandemi covid-19 di kabupaten cirebon dalam perspektif marketing Islami.

---

https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/10/penurunan-penjualan-umkm-imbas-pandemi-covid-19; diakses tanggal 26 oktober 2021.

[10] Theresia Pradiani, "Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan", *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, Vol 11, No 2 (2018), Hlm 46.

[11] Moh. Musfiq Arifqi, "Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah Di Masa Pandemi Covid-19", *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol 3, No 2 (2021), Hlm 192.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan strategi digital marketing usaha mikro kecil menengah (UMKM) sektor pengolahan di Kabupaten Cirebon ?
2. Bagaimana dampak pemanfaatan strategi digital marketing usaha mikro kecil menengah (UMKM) sektor pengolahan pada masa pandemi covid-9 di Kabupaten Cirebon dalam perspektif marketing Islami?
3. Hambatan dan solusi apa saja dalam penerapan strategi digital marketing usaha mikro kecil menengah (UMKM) sektor pengolahan pada masa pandemi di Kabupaten Cirebon?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Untuk menganalisis penerapan strategi digital marketing usaha mikro kecil menengah (UMKM) sektor pengolahan di Kabupaten Cirebon.
2. Untuk menganalisis dampak penerapan strategi digital marketing usaha mikro kecil menengah (UMKM) sektor pengolahan pada masa pandemi covid-9 di Kabupaten Cirebon dalam perspektif marketing Islami .
3. Untuk menganalisis hambatan apa saja dalam penerapan strategi digital marketing usaha mikro kecil menengah (UMKM) sektor pengolahan pada masa pandemi di Kabupaten Cirebon.

Kegunaan dari adanya rumusam masalah terbagi menjadi 2 kegunaan.

Kegunaan yang dimaksud adalah:

1. Secara Teroritis

   Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi syariah, memberikan sumbangsih hasil pemikiran

mengenai "Penerapan Strategi Digital Marketing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Cirebon Dalam Perspektif Marketing Islami, serta dapat dijadikan literatur bagi penelitian yang relevan dimasa yang akan mendatang bagi lingkungan Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

2. Secara praktis bagi pelaku usaha dan masyarakat

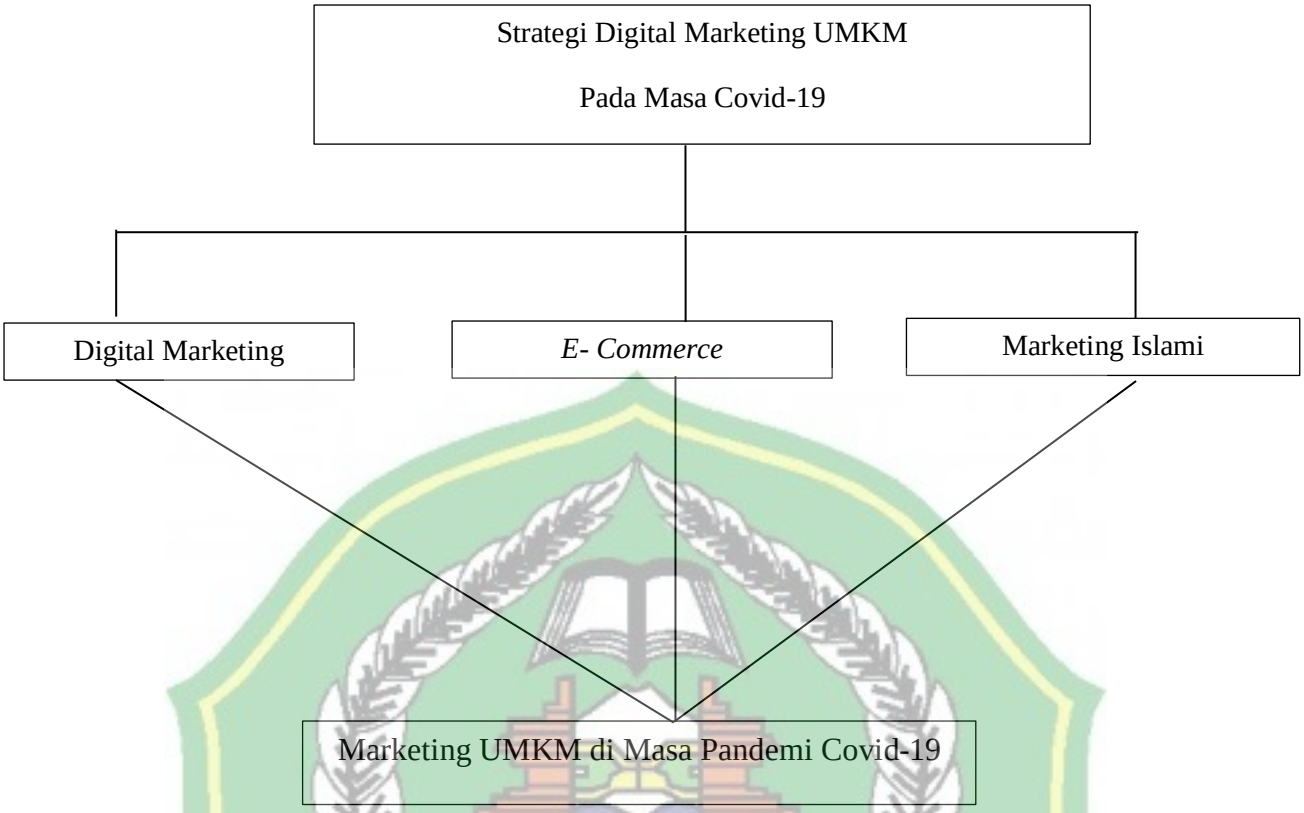
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha mikro kecil menengah untuk bisa berkembang dan lebih baik lagi.

D. Kerangka Pemikiran

"Kerangka pemikiran adalah pola pikir yang menunjukan hubungan antar variabel yang akan diteliti sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian".[12]

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON

[12] Sugioyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta. 2016), hlm 60



Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka yang memuat uraian kajian literatur tentang strategi digital marketing, umkm di masa pandemi covid-19 dan perspektif ekonomi Islam tentang marketing. Pada bagian penelitian yang relevan berisi penelitian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 2.1 Daftar Kajian Pustaka

Judul, Penulis, dan Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri. Sulaksono, Juli (2020))	Untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran digital, terutama media sosial, bagi para pelaku bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk meningkatkan penjualan dan laba mereka	Pertama, penjelasan menggunakan slide *power point* dan *proyektor* LCD; kedua, berbagi pengalaman dan diskusi; dan terakhir, praktik langsung membuat akun media sosial (Facebook dan Instagram) dan cara membuatnya menarik bagi pembeli	Bebarapa pelaku usaha secara aktif menggunakan media sosial sebagai alat promosi mereka dan mereka belum memisahkan akun toko online mereka dengan akun pribadi mereka, beberapa orang lain menggunakannya sesekali, dan sisanya peserta tidak pernah menggunakan pemasaran media sosial karena kurangnya teknologi ketrampilan. Semua peserta menunjukkan minat besar untuk menggunakan pemasaran media sosial secara terus menerus.
Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-	Tujuan kegiatan pendampingan ini adalah sebagai respon atas temuan kebiasaan baru pelaku UMKM di era digital sekaligus di era pandemi Covid-	dalam kegiatan ini adalah menggunakan metode *Participation Action Research* (PAR) yang mana dalam pelaksanaanya dilakukan melalui	Strategi ini secara langsung mampu meningkatkan dan mengembangkan nilai jual pengrajin UMKM limbah ban bekas, sehingga distribusi produk dalam pasar domestik dapat terselamatkan di masa

19. Bakhri, Syaeful Futiah, Vuvut (2020)	19 yang berdampak pada diberlakukannya peraturan pembatasan sosial, sehingga perlu diupayakan penciptaan kebiasaan bisnis baru yang unggul dan kompetitif salah satunya adalah terkait manajemen pemasaran produk yang dilakukan melalui teknologi digita	metode pendekatan secara partisipasif, kemudian diimplementasikan ke dalam sebuah aksi.	pandemi Covid-19.
Pendekatan Ekonomi Syariah Dalam Menyelesaikan Masalah Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19. Nurhidayat (2020)	Memberikan gambaran dan menganalisis bagaimana pendekatan ekonomi syariah dalam menjawab persoalan ekonomi akibat pandemi covid-19. Melalui pendekatan ekonomi syariah ini apakah ketiga persoalan ekonomi dapat teratasi.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan dan menganalisis bagaimana pendekatan ekonomi syariah menjadi solusi terhadap munculnya persoalan ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi covid-19. Sumber data penelitian ini berbagai ahli dan juga data-data	Ekonomi syariah secara konseptual memang menjadi solusi terhadap persoalan ekonomi akibat covid-19. Sebab pendekatan ekonomi syariah dikonseptualisasikan dan memiliki orientasi sebagai problem solving dari berbagai persoalan ekonomi yang bisa muncul kapan saja dan di dunia manapun.

		yang bersumber dari media nasional. penelitian berbentuk deskriptif.	
Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. Sugiri, Dani (2020)	Memetakan kebijakan pemerintah dalam memperkuat UMKM tersebut serta memetakan strategi jangka pendek dan jangka panjang yang diperlukan sebagai pelengkap kebijakan tersebut	Penelitian menggunakan metode kualitatif. Penelitian menggunakan data sekunder yang berasal dari berbagai literatur seperti buku-buku, artikel, serta homepage untuk mengakses data dan informasi terkini berkaitan dengan kebijakan penyelamatan UMKM dari dampak pandemi COVID-19.	Diketahui bahwa keberhasilan kebijakan penyelamatan UMKM dari dampak pandemi COVID-19 perlu didukung dengan strategi jangka pendek dan strategi jangka panjang untuk menjaga kesinambungan UMKM sebagai salah satu pelaku perekonomian Indonesia.
Wabah Corona Virus Disease (Covid 19) Dalam Pandangan Islam. Supriatna, Eman (2020).	Berbagai upaya dalam rangka pencegahan, pengobatan dan sebagainya pun telah dilakukan dalam mencegah penyebaran virus corona, hingga *lockdown* dan social distancing di kota-kota besar sudah dilakukan untuk	Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan dengan pendekatan kualitatif untuk memperoleh data deskriptif. Pengumpulan data yang ditempuh dalam penelitian ini dengan	Pandangan Islam pandemi virus covid-19 ini merupakan suatu ujian dari Allah SWT. Kepada umat manusia, agar manusia bisa mengingat kembali bahwa Allah SWT. Maha kuasa atas segala-galanya tentang dunia ini. Sebagai manusia biasa yang tiada daya dan upaya tentunya kita harus selalu memanjatkan doa

	memutus rantai penyebaran virus korona	melakukan studi kepustakaan, sumber data penelitian berasal dari sumber-sumber yang telah terkumpul dari perpustakaan	kepada Allah SWT. Semoga wabah covid-19 segera berakhir.
Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. Arifqi, Moh. Musfiq (2021).	Saat ini kegiatan UMKM di Indonesia yang mayoritas beragama Islam dihadapkan dengan perkembangan teknologi dalam meningkatkan produktivitas usahanya. Hal ini membutuhkan banyak stategi dan inovasi untuk memperkuat kegiatan tersebut.	penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti menggunakan pendekatan library research melalui penelusuran sumber-sumber berupa buku, jurnal, berita atau pun karya lain yang relevan untuk melakukan pengkajian secara mendalam. Hasil	penelitian menunjukkan bahwa kegiatan digitalisasi UMKM syariah termasuk pada salah satu upaya pemulihan perekonomian Indonesia di masa pandemi Covid-19. Kegiatan digitalisasi UMKM syariah memiliki peluang dan tantangan. Peluang tersebut kegiatan ini akan lebih mudah dijalankan, baik dari segi produksi, distribusi dan
Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 di UMKM Panggungharjo Sewon Bantul.	tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan konsep penjualan digital marketing bagi peserta UMKM di Desa Panggungharjo	Pada pengabdian ini, kami melakukan metode kepada masyarakat dengan kegiatan sosialisasi, sehingga dibutuhkan sebuah metode pelaksanaan yang tepat agar target dan tujuan tercapai	UMKM sebenarnya tertarik untuk menggunakan digital marketing, namun mereka menghadapi beberapa kendala saat menggunakan hal tersebut seperti ; kurangnya pemahaman tentang pentingnya digital marketing, kurangnya pengetahuan

Mansir, Firman dan Halim Purnomo (2021).		dan tepat sasaran. Karena itu yang dilakukan	tentang teknologi informasi dan komunikasi yang baik serta cara menggunakan dan memanfaatkan media sosial, ingin mendapatkan hasil yang cepat, dan kurangnya pemahaman tentang membuat "postingan" yang menarik. Ucapan

F. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan mengenai penelitian ini, penulis menyajikan ke dalam lima bab dengan sistematika penulisan seagai berikut:

Bab pertama yaitu berisi uraian tentang latar belakang masalah yang mendasari pentingnya diadakan penelitian ini, perumusan masalah, tujuan dan dimanfaat diadakan penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.

Bab kedua yaitu menguraikan berbagai teori atau studi kepustakan yang berkaitan dengan objek penelitian, yang meliputi penerapan strategi digital marketing usaha mikro kecil menengah (UMKM) sektor pengolahan di Kabupaten Cirebon dalam persepektif Marketing Islami.

Bab ketiga menguraikan tentang sejarah, pertumbuhan dan perkembangan UMKM, penerapan digital marketing dalam perspektif marketing Islami.

Bab keempat yaitu mendeskripsikan dan menguraikan tentang pembahasan dan temuan mengenai tentang Penerapan Strategi digital

marketing usaha mikro kecil menengah (umkm) pada masa pandemi covid-19 di kabupaten cirebon dalam perspektif marketing Islami..

Bab kelima yaitu berisi tentang penutup berupa kesimpulan dari penelitian serta saran baik untuk akademisi, praktisi maupun pemerintah.

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON