

**EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI *WHATSAPP*  
DALAM PEMASARAN STROBERI PADA SITUASI PANDEMI  
COVID-19. STUDI KASUS DI DESA PANDANREJO  
KECAMATAN BUMIAJI  
KOTA BATU**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**YUSTON YARE  
2016310144**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI  
MALANG  
2021**

## **BAB I RING KASAN**

Perkembangan media pada zaman ini adalah satu bentuk nyata dari zaman modernisasi dan transparansi informasi. Wujud kemajuan bentuk teknologi pada zaman ini yaitu smartphone, yang sangat terkenal serta ramai digunakan. Smartphone dipenuhi dengan berbagai aplikasi terbaru yang diwujudkan agar mempermudah berbagai komunikasi dan informasi. Aplikasi terpopuler yang ditemukan dalam smartphone adalah whatsapp. WhatsApp ialah software pesan yang berfungsi guna mengirimkan maupun menerima pesan secara gratis tanpa diberi biaya SMS, perihal tersebut terjadi karena paket data internet yang berlaku bagi web, email, bisa pula digunakan oleh pemakai WhatsApp.

Stroberi adalah satu diantara hasil bumi buah-buahan yang bermanfaat, khususnya bagi sejumlah negara yang memiliki iklim subtropis. Permintaan dunia atas stroberi cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sejalan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan serta teknologi yang makin maju, saat ini stroberi memperoleh perhatian perkembangannya pada wilayah yang mempunyai iklim tropis. Meskipun stroberi bukanlah tanaman asli Indonesia, akan tetapi kemajuan hasil bumi tersebut bisa digolongkan selaku satu diantara sumber penghasilan pada bidang pertanian (Senewe *et al.*,2017:146).

Bentuk wujud adanya pandemi *Covid-19* adalah produsen atau pelaku bisnis yang mengalami kesulitan guna melakukan pemasaran hasil produksinya, terlebih lagi dikarenakan pemerintah yang melakukan penetapan *social distancing* serta PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) guna melakukan penekanan terhadap angka pertumbuhan kasus positif hal ini sangat merugikan para produsen untuk langsung memasarkan hasil produksinya kepada para pengecer, pengumpul maupun konsumen serta pelanggan.

Berdasarkan kejadian yang berlangsung di Indonesia pada sekarang ini karena *Covid-19*, maka peneliti berkeinginan guna mengetahui keberhasilan pemakaian media komunikasi *WhatsApp* yang efektif maupun efisien dalam

pemasaran stroberi dalam situasi *Covid-19* di Desa Pandanrejo Kecamatan Bimiaji Kota Batu. Rumusan permasalahan pada penelitian ini mempunyai tujuan guna mengetahui bagaimana bagaimana keberhasilan Penggunaan Media Komunikasi *WhatsApp* yang efektif serta efisien dalam Pemasaran stroberi pada situasi covid-19 di Desa Pandanrejo Kec. Bumiaji Kota Batu. Metode penelitian memakai metode kualitatif untuk memperoleh data deskriptif, penelitian ini untuk sumber data, menggunakan data primer melalui teknik wawancara. Instrumen penelitian terdiri atas kuesioner , wawancara, dokumentasi dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka terdapat keberhasilan efektivitas dan efisiensi *WhatsApp* dalam pemasaran stroberi pada masa pandemic *Covid -19*.

## **BAB II**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan media pada zaman ini ialah satu bentuk nyata dari zaman modernisasi dan transparansi informasi. Wujud kemajuan bentuk teknologi pada zaman ini yaitu *smartphone*, yang sangat terkenal serta ramai digunakan. *Smartphone* dipenuhi dengan berbagai aplikasi terbaru yang diwujudkan agar mempermudah berbagi komunikasi dan informasi. Aplikasi terpopuler yang ditemukan dalam *smartphone* adalah *WhatsApp*. *WhatsApp* ialah software pesan yang berfungsi guna mengirimkan maupun menerima pesan secara gratis tanpa diberi biaya SMS, perihal tersebut terjadi karena paket data internet yang berlaku bagi web, email, bisa pula digunakan oleh pemakai *WhatsApp* (Anjani *et al.*,2018:41).

Stroberi adalah satu diantara hasil bumi buah-buahan yang bermanfaat, khususnya bagi sejumlah negara yang memiliki iklim subtropis. Permintaan dunia atas stroberi cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sejalan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan serta teknologi yang makin maju, saat ini stroberi memperoleh perhatian perkembangannya pada wilayah yang mempunyai iklim tropis. Meskipun stroberi bukanlah tanaman asli Indonesia, akan tetapi kemajuan hasil bumi tersebut bisa digolongkan selaku satu diantara sumber penghasilan pada bidang pertanian (Senewe *et al.*,2017:146)

Bentuk wujud adanya pandemi *Covid-19* adalah produsen atau pelaku bisnis yang mengalami kesulitan guna melakukan pemasaran hasil produksinya, terlebih lagi dikarenakan pemerintah yang melakukan penetapan *social distancing* serta PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) guna melakukan penekanan terhadap angka pertumbuhan kasus positif hal ini sangat merugikan para produsen untuk langsung memasarkan hasil produksinya kepada para pengecer, pengumpul maupun konsumen serta pelanggan (Azizah *et al.*,2020:47).

Berdasarkan kejadian yang berlangsung di Indonesia pada sekarang ini karena *Covid-19*, maka peneliti berkeinginan guna mengetahui keberhasilan pemakaian media komunikasi *WhatsApp* yang efektif maupun efisien dalam

pemasaran stroberi dalam situasi *Covid-19* di Desa Pandanrejo Kec. Bumiaji Kota Batu.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana keberhasilan penggunaan media komunikasi whatsapp yang efektif dan efisien pada pemasaran stroberi dengan adanya *Covid-19* di Desa Pandanrejo Kec. Bumiaji Kota Batu?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berlandaskan rumusan permasalahan yang sudah dijabarkan, maka tujuan penelitian akan dilakukan guna mengetahui keberhasilan penggunaan media komunikasi *whatsapp* yang efektif dan efisien dalam pemasaran stroberi dengan adanya *covid-19* di Desa Pandanrejo Kec. Bumiaji Kota Batu.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat penelitian yakni seperti di bawah ini.

1. Untuk mahasiswa, penelitian ini ialah bagian dari tahapan pembelajaran yang harus ditempuh selama satu diantara persyaratan guna mendapat gelar sarjana pertanian di Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang
2. Untuk pemerintah maupun instansi terkait, hasil penelitian ini bisa dipakai selaku bahan pertimbangan untuk melakukan pengambilan kebijakan pembangunan secara keseluruhan
3. Untuk peneliti lainnya, selaku dasar maupun bahan informasi untuk penelitian serupa, dan bisa juga selaku titik tolak guna melangsungkan penelitian sejenis pada cakupan yang lebih luas.
4. Untuk peneliti selaku inspirasi untuk mempersiapkan peneliti selaku anggota pemasaran pertanian lapangan di wilayah Yalimo (Papua).

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjani Ameli; Ratnamulyani Atikah ike ; Kusumadinata Alamsyah Ali; (2018).  
penggunaan media komunikasi whatsapp terhadap efektivitas kinerja  
Vol. 4 No 1 : *Jurnal Komunikatio*,41-50.  
<https://doi.org/10.30997/jk.v4i1.1211>. Di akses pada tanggal 07 juli 2021
- Fadilah Nur Azizah, ,. I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan  
Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal.  
*Oeconomicus Journal Of Economics*, Vol. 5, No. 1, Hal 46-62.
- Riane W. Senewe, A. E. (2017). Faktor Penunjang Dan Penghambat Usahatani  
Stroberidi Kelurahan Rurukan Dan Rurukan Satu Kecamatan Tomohon  
Timur, Kota Tomohon. *Agri-SosioEkonomi* , Volume 12 Nomor 1A, Hal  
145-154.
- Renaldi aldi ; Muzdalifah; Salawati Umi ;(2019). Analisis Sistem Pemasaran  
Tomat Di\_Kecamatan Telaga Langsung, KabupatenHulu Sungai\_Selatan. Vol  
3.No. 4 *FrontierAgribisnis*, 229-237 .  
<https://doi.org/10.20527/frontbiz.v3i4.2124>. Di akses pada tanggal 07  
juli 2021
- Stanley J Baran; (2012). Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5. Jakarta:  
Erlangga. <http://pustakamaya.lan.go.id/opac/detail-opac?id=201>. Di  
akses pada tanggal 13 juli 2021
- Winarti Eko; nurlailis Saadah; (2021) Upaya Peningkatan Kepatuhan  
Masyarakat dalam Pencegahan Covid-19 Berbasis Healt Belief Model.  
Surabaya: *Scopindo  
MediaPustaka*.[https://play.google.com/store/books/details/Dr\\_Eko\\_Winarti\\_SST\\_M\\_Kes\\_Upaya\\_Peningkatan\\_Kepatuh?Id=Gpq4eaaaqbj](https://play.google.com/store/books/details/Dr_Eko_Winarti_SST_M_Kes_Upaya_Peningkatan_Kepatuh?Id=Gpq4eaaaqbj). Di akses  
tanggal 13 juli 2021
- Uhar Suharsaputra; (2021). Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif,Dan  
Tindakan  
[https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/15517/metode-  
penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-tindakan.html](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/15517/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-tindakan.html) . Di akses pada tanggal  
07 juli 2021

Fitriani Eni S; (2012). Untung berlipat dengan budidaya tomat di berbagai media tanam. Yogyakarta: PustakaBaruPress.<http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pld=10668&pRegionCode=UNMASA&pClientId=113>. Di akses pada tanggal 13 juli 2021

RahmawatiL Ita; ilatus; Sa'adahSiti; Afiyah; 2020 LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah (2020). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Pengembangan umkm KabupatenJombang.Jombang:Lppm Universitas Kh.A. Wahab Hasbullah. [https://play.google.com/store/books/details/Efektivitas\\_Penggunaan\\_Media\\_Sosial\\_untuk\\_Pengemba?id=ghc7EAAAQBAJ&hl=az&gl=US](https://play.google.com/store/books/details/Efektivitas_Penggunaan_Media_Sosial_untuk_Pengemba?id=ghc7EAAAQBAJ&hl=az&gl=US). Di akses pada tanggal 09 agustus 2021

Muliat Ketut Ni; (2020). PengaruhPerekonomianIndonesiadi Berbagai Sektor Akibat Corona Virus Disease 2019(Covid-19)., *Vol 2 No 2 : Widya Akuntansi dan Keuangan*, 78-86. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaakuntansi/article/view/874> Di akses pada tanggal 09 agustus 2021

Liliwari,M Alo ; (2011). Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta: renada Media.<https://books.google.co.id/books?id=MBZNDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false> Di akses pada tanggal 11 agustus 2021

Rizka. M; Antara Made; Muis Abdul ; (2016). Analisis Pemasaran Tomat Didesa Labuan Toposokecamatan Labuan Kabupaten Donggala . e-J. Agrotekbis Hal 3, No 6 : 759-764.<https://media.neliti.com/media/publications/245129-analisis-pemasaran-tomat-didesa-labuan-t-1d903ced.pdf>.Di akses pada tanggal 15 agustus 2021.