

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki agraris dengan sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani. Indonesia merupakan Negara agraris yang memiliki lahan pertanian yang sangat luas, dan sumber daya alam yang beragam dan melimpah. Di negara agraris pertanian mempunyai peranan yang sangat penting baik di sektor pemenuhan kebutuhan pokok, selain itu pertanian berperan besar dalam mendorong sektor sosial, sektor perekonomian dan perdagangan. Lahan pertanian di Indonesia sangat bagus untuk ditanami segala jenis tanaman. Ada beberapa jenis lahan yang ada di Indonesia, seperti lahan telaga bisa ditanami jagung, kedelai, maupun umbi-umbian dan ada juga sawah yang biasa ditanami padi sebagai tanaman pokok di Indonesia, serta lahan perkebunan yang cocok untuk ditanami kelapa sawit. (<https://respository.unika.ac.>)

Dilihat dari segi ekonomi di Indonesia, olahan kedelai sangat mempengaruhi nilai jual, karena olahan kedelai sangat dibutuhkan oleh masyarakat sekitar. Tentu hal tersebut akan mempengaruhi harga jual kedelai serta kesejahteraan petani dalam penjualan kedelai. Dan dilihat dari segi kesehatan olahan kedelai lebih mudah untuk dicerna oleh tubuh manusia dan banyak mengandung gizi yang berpengaruh pada kesehatan tubuh manusia.

Lampung merupakan provinsi yang perkembangan ekonominya sebagian besar didukung oleh sektor pertanian dan sektor industri pengolahan, maka provinsi Lampung mempunyai potensi besar sebagai tempat berkembangnya industri pengolahan berbahan baku produk pertanian yang dikenal dengan agroindustri berbasis sumberdaya alam. Salah satu hasil industri pengolahan yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan mempunyai peluang untuk dikembangkan adalah agroindustri tahu. Dari hasil pra riset yang dilakukan di Bandar Lampung industri tahu sebagian besar merupakan industri rumah tangga dengan pengawasan mutu yang tidak maksimal, walaupun sudah menggunakan mesin penggiling modern tetapi pemasaran pembukuan dan strateginya masih tradisional, sehingga pendapatannya tidak maksimal.

Olahan tahu merupakan industri makanan yang ada di Kelurahan Mulyo Jati yang berbahan dasar dari kedelai, dalam hal tersebut sangat membutuhkan

strategi yang sesuai untuk menghadapi persaingan olahan tahu dimasa pandemi saat ini. Dalam sebuah usaha strategi pemasaran merupakan kunci pokok untuk menentukan kemajuan suatu perusahaan dan salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan. Dikeluraham Mulyo Jati itu sendiri olahan tahu merupakan industri rumahan yang akan dijadikan salah satu produk unggulan. Adapun kebijakan yang akan diterapkan adalah dengan menggunakan strategi pemasaran, strategi pemasaran tersebut merupakan merupakan proses identifikasi, menciptakan keunggulan, serta memuaskan pelanggan.

Berikut adalah tabel penjualan tahu milik Bapak suroto pada tahun 2018-2020

No	Tahun	Jumlah penjualan
1	2018	372.300 pcs
2	2019	395.400 pcs
3	2020	443.475 pcs

Tabel 1.1 penjualan tahu tahun 2018-2020

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan pabrik tahu milik Bapak suroto dari tahun 2018-2020 mengalami kenaikan.

Menurut William J. Stanton (2007:8) pemasaran merupakan sistem keseluruhan yang berkaitan dengan usaha atau bisnis yang bertujuan untuk menentukan harga barang atau jasa yang sesuai, merencanakan, mempromosikan barang atau jasa, dan mendistribusikan barang dan jasa yang akan memuaskan konsumen baik secara potensial maupun secara aktual. Ada empat kebijakan pemasaran yang sering disebut bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi untuk mencapai tujuan pemasaran itu sendiri. Promosi dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti whatsapp, facebook dan instagram dimasa pandemic covid 19 saat ini sangat cocok untuk mengurangi berkerumunan, keramaian serta perkumpulan publik, keempat unsur itu harus saling mendukung sehingga pemasaran dapat berhasil dan diikuti dengan kepuasan konsumen. Dalam dunia bisnis persaingan menuntut pemasar untuk melaksanakan kegiatan pemasaran dengan lebih efisien dan efektif.

Dalam membangun sebuah usaha tidak akan lepas dari kendala atau masalah, maka untuk itu perlu dilakukan yang namanya strategi pemasaran atau

promosi, dengan diadakannya promosi secara terus menerus akan berdampak pada peningkatan pendapatan yang berperan penting untuk kelangsungan hidup pelaku UMKM. Sebaliknya, jika perusahaan tidak ada strategi atau promosi maka tidak efektif dan akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan atau perusahaan tersebut akan gulung tikar atau bangkrut. Dalam dunia pemasaran yang semakin maju saat ini banyak usaha kecil dan menengah ke atas terbangun, sehingga memicu persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu strategi pemasaran yang kita pilih harus sangat tepat, supaya penyusunan manajemen dan strategi pemasaran dilakukan secara efektif.

Perusahaan selalu berupaya meningkatkan efektivitas kerja. Internet saat ini sedang berupaya mengubah pola persaingan di dunia bisnis, karena menciptakan peluang baru dan secara bersamaan mempengaruhi cara perusahaan yang sudah mapan dalam melakukan bisnisnya secara tradisional. Pemilihan strategi merupakan keputusan untuk memilih jalan alternatif strategi yang digunakan dan diharapkan akan memberi hasil yang terbaik bagi perusahaan tersebut.

Banyak industri yang berkembang dimasyarakat adalah industri rumah tangga dan industri kecil. Permasalahan pokok yang saat ini sedang menghambat perkembangan industri kecil adalah faktor pertama kenaikan harga bahan baku dimasa pandemi covid 19 yang digunakan dalam pembuatan tahu, faktor kedua pengaruh modal kerja yang sangat minim, dan faktor ketiga yaitu pemasaran untuk menyalurkan tahu dari produsen ke konsumen dimasa pandemi covid 19 yang ada di Indonesia saat ini.

Berdasarkan uraian diatas penulis sangat tertarik untuk membahas strategi pemasaran dimasa pandemi covid 19, maka terpilih judul **“Strategi Pemasaran Tahu Dimasa Pandemi Covid 19 Dalam Meningkatkan Pendapatan Dan Taraf Hidup Pelaku Umkm (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu 16c Kota Metro)”**

A. Identifikasi Masalah

Rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah “Bagaimana strategi pemasaran tahu dimasa pandemi covid19 dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM dikelurahan Mulyo Jati Metro Barat?”

B. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana mengetahui strategi pemasaran tahu dimasa pandemi covid19 dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM dikelurahan Mulyo Jati ?
- b. Bagaimana mengetahui dampak dari strategi pemasaran tahu dalam upaya meningkatkan pendapatan pelaku UMKM dikelurahan Mulyo Jati ?.

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran tahu dimasa pandemi covid19 dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM dikelurahan Mulyo Jati
- b. Untuk mengetahui dampak dari strategi pemasaran tahu dalam upaya meningkatkan pendapatan pelaku UMKM dikelurahan Mulyo Jati

D. kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu :

- a. Bagi akademisi sebagai refrensi dalam penelitian berikutnya terutama tentang strategi pemasaran dimasa pandemi covid19
- b. Bagi penulis bisa mengetahui cara meningkatkan pendapatan pelaku umkm melalui pemasaran tahu serta mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh industri tahu dalam meningkatkan pendapatan dimasa pandemi covid19
- c. Untuk masyarakat dapat dijadikan sumber pengetahuan terkait strategi pemasaran.