

## **Bab I**

### **Pendahuluan**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pengertian UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 merupakan usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya dalam Undang-Undang. UMKM sendiri memiliki peran yang cukup besar terhadap pembangunan ekonomi suatu negara atau ekonomi nasional, dikarenakan UMKM mampu untuk menyediakan lapangan pekerjaan, sehingga dapat dijadikan sebagai sumber penghasilan atau pendapatan bagi pekerja UMKM.

Salah satu UMKM yang telah mampu untuk menciptakan lapangan kerja baru, serta menciptakan produk yang bermanfaat bagi masyarakat adalah UMKM Iniceker. UMKM Iniceker berlokasi di Malang, dan merupakan sebuah UMKM baru yang baru saja berdiri sejak awal tahun 2020, lebih tepatnya pada bulan Januari 2020. UMKM Iniceker memproduksi makanan berupa kaki ayam atau yang biasa dikenal dengan ceker. Terdapat 2 varian rasa yang dipasarkan, yaitu ceker original (tidak pedas) dan ceker pedas. UMKM terletak di Jalan MT. Haryono, Malang. UMKM telah beroperasi sebelum maraknya pandemi Covid-19. Sebelum masa pandemi, UMKM beroperasi pada hari Selasa hingga hari Minggu, mulai pukul 17.00 hingga 22.00, namun jika sebelum pukul 22.00 produk sudah tidak tersedia, UMKM akan tutup lebih awal. Saat masa pandemi, UMKM beroperasi mulai pukul 17.00 hingga 20.00 saja. Jumlah ceker yang diproduksi setiap harinya akan bergantung kepada banyaknya jumlah konsumen yang datang.

Kasus kematian yang melonjak akibat Covid-19 menyebabkan pemerintah memberlakukan sistem PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang mana hal ini diperlukan dalam rangka percepatan penanganan Covid-19. Pemberlakuan PSBB, akan melingkupi pembatasan sejumlah kegiatan masyarakat tertentu. Oleh karenanya, masyarakat yang tidak berkepentingan mendesak diharuskan untuk tetap tinggal di rumah masing-masing untuk mencegah penularan *virus* tersebut. Sehingga

segala aktivitas yang biasa dilakukan secara langsung, untuk saat ini harus dilakukan dari rumah. Terjadinya pandemi yang berlangsung setelah hampir 2 bulan semenjak berdirinya UMKM, tentunya memberikan dampak buruk bagi UMKM. UMKM mulai merasakan kemerosotan dalam hal keuangan. Dengan diberlakukannya peraturan untuk tidak membuka tempat makan, UMKM tidak mendapatkan pemasukan yang tetap setiap harinya.

Pada pertengahan tahun 2020, mulai diterapkan sistem baru yang disebut dengan “*New Normal*”. Sistem ini memungkinkan masyarakat untuk melakukan aktivitas di luar rumah namun sistem yang baru ini mengharuskan masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan yang telah ditetapkan, guna mengurangi angka penyebaran dan penularan virus. Adapun protokol kesehatan yang harus diterapkan oleh masyarakat adalah menerapkan *physical distancing* atau menjaga jarak aman antara satu dengan yang lain, wajib untuk memakai masker ketika berada di luar rumah, serta rajin mencuci tangan dengan air mengalir menggunakan sabun. Sistem baru ini menghimbau masyarakat untuk selalu hidup bersih. Sistem yang baru memberikan harapan baru bagi UMKM untuk terus melanjutkan usahanya. Walaupun tidak dapat membuka kedai setiap hari, UMKM mencoba memberlakukan layanan pesan antar atau yang biasa dikenal dengan *delivery order*. Mayoritas konsumen yang melakukan layanan pesan antar adalah konsumen yang pernah melakukan proses jual beli di kedai UMKM sebelum masa pandemi. Walaupun pemasukan yang didapat oleh UMKM tidak sebanyak sebelum adanya pandemi, namun UMKM masih tetap dapat menjalankan usahanya.

Dapat diketahui bahwa tentu UMKM telah memiliki keberhasilan dalam masa produksinya, namun tidak dapat dipungkiri dan dihindari bahwa UMKM juga memiliki kelemahan yang harus diatasi. Kelemahan yang paling dirasakan oleh UMKM adalah terkait dengan bidang pemasaran. Selama ini, UMKM hanya melakukan pemasaran dengan sistem daring melalui media sosial yaitu *Instagram*, dan kurang melakukan pemasaran dengan cara luring.

Persaingan yang ketat antar sesama industri dibidang yang serupa serta adanya pandemi Covid-19, membuat UMKM harus mampu untuk meningkatkan daya jual produknya. UMKM perlu untuk melakukan strategi pemasaran yang lebih optimal. Berdasarkan permasalahan yang dirasakan oleh UMKM, maka akan disusun

perencanaan strategi pemasaran yang berguna untuk membantu UMKM. Perencanaan strategi pemasaran akan dilakukan dengan menggunakan metode *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Dengan menggunakan kedua metode tersebut, diharapkan akan dihasilkan strategi pemasaran yang benar-benar sesuai dengan kondisi keadaan lingkungan UMKM. Diharapkan pula dengan menggunakan kedua metode tersebut, UMKM dapat terus meningkatkan penjualannya baik pada saat masa pandemi ataupun sesudah pandemi. Tidak hanya itu, UMKM juga diharapkan untuk terus mampu mengembangkan produk yang sesuai dengan minat konsumen.



Gambar 1.1 Logo UMKM Iniceker  
Sumber: Kaleb (Pemilik UMKM Iniceker)

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, adapun identifikasi masalah yang timbul pada UMKM Iniceker, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. UMKM Iniceker masih diketahui hanya oleh beberapa masyarakat saja, belum diketahui oleh masyarakat Kota Malang secara menyeluruh.
2. Proses pemasaran yang saat ini dilakukan oleh UMKM masih menggunakan salah satu media sosial yaitu *Instagram* saja, sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya UMKM Iniceker.
3. UMKM perlu mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh UMKM.

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan akan berfokus pada kondisi UMKM pada masa pandemi.
2. Pengambilan data akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, yang mana responden yang akan mengisi kuesioner tersebut merupakan pihak UMKM yang mengetahui kondisi UMKM pada masa pandemi.
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT dan QSPM.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor lingkungan internal serta lingkungan eksternal yang terjadi pada UMKM yang diidentifikasi dengan menggunakan analisis SWOT?
2. Bagaimana strategi pemasaran terbaik yang berguna untuk dapat meningkatkan pemasaran pada UMKM?
3. Bagaimana bauran pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh UMKM?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui hasil analisis faktor lingkungan internal serta lingkungan eksternal guna untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran terbaik yang akan diterapkan pada UMKM.
2. Menetapkan hasil alternatif strategi terbaik yang telah didapatkan berdasarkan metode SWOT dan QSPM, yang akan bermanfaat bagi keberlangsungan UMKM.
3. Mengetahui serta menetapkan bauran pemasaran yang dapat meningkatkan pemasaran pada UMKM.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal yang dapat berpengaruh terhadap bidang pemasaran yang terjadi di UMKM.
2. Meningkatkan pemasaran UMKM dengan menggunakan strategi pemasaran yang cocok bagi UMKM.

3. Mengetahui bauran pemasaran yang dapat meningkatkan pemasaran pada UMKM.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Berikut ini diuraikan secara umum dan singkat mengenai sistematika penulisan penelitian, agar pembaca dapat lebih mudah memahami kearah mana jalan pikiran dari penulis. Sistematika penulisan akan terbagi menjadi 5 bab yang diuraikan sebagai berikut:

**Bab I Pendahuluan:** dalam bab ini, akan diuraikan mengenai latar belakang, batasan serta rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

**Bab II Tinjauan Pustaka:** dalam bab ini, akan berisi mengenai pemaparan landasan teori serta pemaparan mengenai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang dibahas untuk mendukung berjalannya proses penelitian.

**Bab III Metode Penelitian:** dalam bab ini, akan dijelaskan oleh penulis mengenai metode yang akan digunakan dalam penelitian.

**Bab IV Pengolahan Data dan Analisis Hasil:** dalam bab ini, akan diuraikan mengenai pengolahan data dan analisis hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM.

**Bab V: Simpulan dan Saran:** dalam bab ini, akan diuraikan mengenai kesimpulan dan saran mengenai permasalahan yang telah dibahas dan telah diteliti.