

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro kecil dan menengah ialah suatu badan usaha yang membentuk satuan usaha untuk menunjang sistem perekonomian yang lebih maju. Sistem perekonomian usaha mikro kecil dan menengah dilakukan oleh sekelompok orang. Usaha ini selain berperan penting dalam ekonomi nasional juga berperan untuk menanggulangi tingkat pengangguran-pengembangan dan pemberdayaan. Maka dari itu usaha mikro kecil dan menengah sangatlah penting untuk dikedepankan karena bisa menanggulangi sebuah hambatan dan tahan terhadap perubahan situasi maupun kondisi sekitar, serta dinamika perubahan lingkungan dan global. Di Indonesia usaha mikro kecil dan menengah dinilai dapat mengembangkan perekonomian sekaligus meningkatkan penghasilan yang optimal dan bisa mengurangi jumlah angka pengangguran.

Salah satu usaha usaha mikro kecil dan menengah yang diterapkan oleh warga di Tanggunggunung adalah catering. Usaha ini membutuhkan keahlian dalam memasak, pengemasan, serta pemasaran yang baik untuk menarik pelanggan atau konsumen. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah khususnya berbasis catering makanan yaitu pada strategi pemasarannya. Maka dari itu terjadilah peperangan pasar atau bisa disebut dengan adu trik dan adu kecerdasan dalam pemasaran. Di jaman

sekarang ini semua sudah serba canggih dan modern dalam hal pemasaran khususnya di bidang usaha dan bisnis. Banyak orang yang memilih untuk menjalani bisnis kuliner dan terbukti sukses.¹

Wilayah kecamatan Tanggunggunung memiliki beberapa usaha catering yang sudah berdiri lama dan bisa dikatakan sukses antara lain di desa Kalitalun, desa Jengglung, desa Ngepoh, dan desa Pakis rejo. Karena dalam usaha catering ini para pelaku usaha melakukan usahanya secara bersama-sama atau dilakukan lebih dari dua orang. Keistimewaan pada wilayah pegunungan yaitu bahnyak tanaman atau bahan makanan yang tersedia di ladang maupun disekitar rumah, selanjutnya kentalnya rasa kebersamaan sehingga gotong royong masih tetap tertanam, dan yang terakhir yaitu ada ciri khas tersendiri dalam memasak atau mengolah makanan seperti menggunakan alat-alat tradisional maupun menggunakan bahan alami seperti daun pisang, daun jati, daun pandan, dan masih banyak lagi.

Sebenarnya sudah banyak yang melakukan usaha catering tetapi di desa Tengharejo ini para pelaku usahanya sangat optimis dalam melakukan pekerjaan maupun usahanya. Karena usaha makanan atau catering ini sudah jelas sebagai kebutuhan pokok bagi semua orang. Maka dari itu para pelaku usaha melakukan persaingan entah dari sisi pemasaran, pelayanan, maupun kebersihan dalam proses pembuatan. Dan disisi lain ada sebuah usaha yang didirikan oleh sekelompok orang yang diberi nama Aneka Usaha Catering. Aneka Usaha Catering memiliki arti yang pertama dapat didefinisikan dari

¹Purwanto, Purwanto, and Ach Resa Fachrizi, "Upaya Meningkatkan Penjualan Pada UKM Makanan Akibat Terdampak Pandemi COVID 19", *Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol. 2 No.1 2021, hlm. 9

kata aneka usaha sendiri memiliki pengertian yaitu berbagai banyak pilihan dan macam usaha yang berada didesa Tenggarejo, maka dari itu para pelaku usaha menyimpulkan nama usahanya menjadi Aneka Usaha Catering. Catering sendiri juga memiliki pengertian yaitu istilah umum untuk wirausaha yang melayani pemesanan berbagai macam masakan (makanan) baik untuk acara pesta maupun untuk penunjang kebutuhan suatu instansi.

Usaha ini berdiri di desa Tenggarejo, lokasi pasnya berada di desa Tenggarejo, dusun Tenggar RT 01, RW 01, dekat perbatasan desa Ngepoh atau juga bisa disebut juga bersampingan dengan kepala desa Tenggarejo kecamatan Tanggunggunung kabupaten Tulungagung. Selain tempat catering ini sangat mudah dijangkau tempatnya juga sangat nyaman dan strategis atau dekat jalan raya. Di desa Tenggarejo sebenarnya banyak pemilik usaha-usaha makanan diantaranya seperti pembuatan makanan ringan seperti catering pisang, ketela. Tetapi Aneka Usaha Catering yang memiliki model makanan khas desa ini yang membuat saya tertarik untuk melakukan penelitian. Maka dari itu saya mengambil judul yang menggunakan bahan penelitian catering. Sebab saya ingin mencoba mengembangkan usaha catering ini agar bisa lebih berkembang dan lebih maju dan juga banyak orang yang membutuhkannya.²

Dulunya Aneka Usaha Catering ini dirintis oleh empat orang yang mempunyai keahlian yang sangat tinggi, awalnya catering aneka usaha merupakan usaha perorangan. Namun semenjak adanya usaha mikro kecil dan menengah banyak masyarakat yang bergabung dan bergotong royong

²Wawancara dengan Ibu Surati, 02-03-2021

mengembangkan usaha catering dibidang kuliner. Usaha catering ini banyak mengalami perkembangan semenjak bergabungnya para pengusaha individu. Seperti halnya para pelaku usaha yang lain juga ikut memasarkan dalam perjanjian dan system bisnis.³

Aneka Usaha Catering ini berdiri dengan adanya dukungan semua masyarakat beserta tekad dan keinginan diri untuk bisa memiliki usaha yang maju dan berguna bagi masyarakat. Sebagai pemula dalam hal tersebut perlu adanya pengetahuan yang sangat luas dalam mencari jaringan pemasaran catering kuliner. Sehingga dalam mendirikan sebuah usaha seperti Aneka Usaha Catering ini kita harus memberi suatu hal yang membuat seseorang berkenan seperti halnya dalam memotif model bentuk makanan, dan cara pemesanan agar memudahkan dan menarik pembeli. Yang membedakan usaha catering ini dengan yang lain yaitu dalam penyajian serta tempat yang berada di pegunungan membuat Aneka Usaha Catering memberikan ciri khas rasa tersendiri sehingga semua orang tertarik. Dalam pemesanannya itu sangat mudah bagi masyarakat sekitar. Karena dapat memesan menggunakan Whatsapp, Messenger FB, Instagram, dan bisa datang langsung.

Saat pemesanan pembeli diberi syarat, yaitu hanya fotocopy KTP saja untuk mengikat tanda jadi pemesanan dan juga uang pengikat 25%, misal jumlah pemesanan satu juta, jadi uang pengikatnya dua ratus lima puluh ribu saja. Tabel di bawah menunjukkan hasil omset penjualan dari awal dibukanya Aneka Usaha Catering pada tahun 2017 sampai tahun 2020.⁴

³Wawancara dengan Ibu Martiah, 02-03-2021

⁴Wawancara dengan Ibu Surati, 02-03-2021

Tabel 1.1
Omset Penjualan Catering tahun 2017

No.	Tahun	Jenis Catering	Jumlah Penjualan/Tahun	Total
1.	2017	Tiwul lauk pedas	100 kotak	100
		Pecel lele	110 kotak	110
		Lele goreng	90 kotak	90
		Tiwul sayur kulup	200 kotak	200
				500 kotak

Sumber: wawancara dari Ibu Surati

Tabel 1.2
Omset Penjualan Catering tahun 2018

No.	Tahun	Jenis Catering	Jumlah Penjualan/Tahun	Total
1.	2018	Tiwul lauk pedas	69 kotak	69
		Pecel lele	123 kotak	123
		Lele goreng	81 kotak	81
		Tiwul sayur kulup	117 kotak	117
				390 kotak

Sumber: wawancara dari Ibu Surati

Tabel 1.3
Omset Penjualan Catering tahun 2019

No.	Tahun	Jenis Catering	Jumlah Penjualan/Tahun	Total
1.	2019	Tiwul lauk pedas	150 kotak	150
		Pecel lele	111 kotak	111
		Lele goreng	75 kotak	75
		Tiwul sayur kulup	39 kotak	189
				525 kotak

Sumber: wawancara dari Ibu Surati

Tabel 1.4
Omset Penjualan Catering tahun 2020

No.	Tahun	Jenis Catering	Jumlah Penjualan/Tahun	Total
1.	2020	Tiwul lauk pedas	185 kotak	85
		Pecel lele	55 kotak	55
		Lele goreng	60 kotak	60
		Tiwul sayur kulup	20 kotak	20
				220 kotak

Sumber: wawancara dari Ibu Surati

Pada awal usaha catering dibuka pada tahun 2017, jumlah penjualan atau omset dalam setahun ada 500 kotak dari berbagai jenis makanan yang terjual. Ada yang laris terjual pada tahun 2017, yaitu jenis makanan tiwul sayur kulup yang berjumlah 200 kotak, dan yang sedikit terjual yaitu lele goreng yang berjumlah 90 kotak. Jadi pada tahun 2017 jumlah semua yang terjual adalah 500 kotak nasi catering.

Pada tahun 2018, jumlah penjualan atau omset dalam setahun ada 390 kotak dari berbagai jenis makanan yang terjual. Ada yang laris terjual pada tahun 2018 yaitu jenis makanan pecel lele yang berjumlah 123 kotak, dan yang sedikit terjual yaitu tiwul lauk pedas yang berjumlah 69 kotak. Jadi pada tahun 2018 jumlah semua yang terjual adalah 390 kotak nasi catering.

Pada tahun 2019, jumlah penjualan atau omset dalam setahun ada 525 kotak dari berbagai jenis makanan yang terjual. Ada yang laris terjual pada tahun 2019 yaitu jenis makanan tiwul sayur kulup yang berjumlah 189 kotak, dan yang sedikit terjual yaitu lele goreng yang berjumlah 75 kotak. Jadi pada tahun 2019 jumlah semua yang terjual adalah 525 kotak nasi catering.

Pada tahun 2020, jumlah penjualan atau omset dalam setahun ada 220 kotak dari berbagai jenis makanan yang terjual. Ada yang laris terjual pada tahun 2020 yaitu jenis makanan tiwul lauk pedas yang berjumlah 85 kotak, dan yang sedikit terjual yaitu tiwul sayur kulup yang berjumlah 20 kotak. Jadi pada tahun 2020 jumlah semua yang terjual adalah 220 kotak nasi catering.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa penjualan mengalami penurunan dari tahun 2017 sampai tahun 2018, tetapi pada tahun 2019 penjualan catering ini mengalami peningkatan dikarenakan banyaknya acara-acara di berbagai balai desa. Dan pada Pada tahun 2020 pesanan atau pengeluaran dalam penjualan catering mengalami penurunan menjadi 220 kotak catering dari penjualan yang disebabkan yang pertama pada system pemasaran, daya saing, dan ketambahan lagi terjadinya virus covid-19. Maka dari itu Aneka Usaha Catering mengalami kesulitan dalam system pemasaran dan persaingan pasar yang ketat dan juga berketambahan adanya musibah virus korona atau covid-19 yang menyebabkan semua bidang usaha maupun dalam kegiatan belajar mengalami sangat terganggu. Sebab virus korona atau covid-19 ini memiliki dampak yang buruk buat kalangan semua orang. Maka dari itu terjadi sebuah penurunan dalam penjualan catering dari tahun 2017 sampai 2020, yang disebabkan dari system pemasaran, daya saing yang sangat ketat, dan ketambahan adanya virus covid-19 ini.

Meski begitu pelaku Aneka Usaha Catering tetap menjalankan usaha cateringnya tersebut. Alasannya tentu karena komoditas usaha yang memiliki peran besar terhadap pendapatan rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan

hidupnya. Hal itu menjadikan pelaku usaha agar tetap melakukan pekerjaannya. di negara Indonesia ini pemerintah didorong ke depan, agar dalam proses pembangunan struktur ekonomi bisa dipertimbangkan dalam keberadaan usaha mikro kecil dan menengah. Dalam keberadaannya di bidang ini telah terbukti memberikan banyak manfaat dan rezeki, contohnya memberi lowongan pekerjaan. Tetapi bukan hal itu bisa membuat seseorang senang karena masih banyak juga kendala maupun masalah dalam melakukan sebuah usaha.

Islam mendorong umatnya untuk bekerja dalam memproduksi, bahkan menjadikan sebagai sebuah kewajiban terhadap orang-orang yang mampu, lebih dari itu Allah akan memberi balasan yang setimpal yang sesuai dengan amal kerjanya yang sesuai dengan firman Allah dalam Surat An-Nahl ayat 97 sebagai berikut:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّاهُ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ
مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ (٩٧)

Artinya: “Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam Keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan Sesungguhnya akan Kami beri Balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan”. (QS. An-Nahl/16: 97)

Sekarang ini pemasaran usaha mikro kecil dan menengah semakin meningkat dengan pesat, hal ini dapat ditandai dengan banyaknya para pelaku usaha mikro kecil dan menengah dinegara lain yang menghasilkan produk-produk sejenis dengan berbagai macam kelebihan dan keunggulannya. Strategi pemasaran dalam usaha ini seiring dengan kemajuan teknologi

sekarang sangatlah sulit untuk meningkatkan daya saing. Apalagi sekarang ini ada virus yang menyebabkan perekonomian negara jadi menurun. Perkembangan dalam dunia usaha ini seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih. Ditambah lagi pada tahun 2015 yang lalu Negara Indonesia dan Negara-negara di wilayah Asia Tenggara membentuk sebuah kawasan terintegrasi yang dikenal sebagai Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Dengan terjadinya (MEA) yang menjadikan peluang bagi masyarakat Indonesia untuk menjadi pelaku usaha dan memicu meningkatnya jumlah usaha dan bisnis.⁵

Semakin banyak dan meningkatnya para pelaku usaha bisnis berdampak menimbulkan persaingan pasar yang semakin ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi datang dari segala penjuru baik dari domestik, regional, maupun global. Pertumbuhan dan perkembangan sector usaha kecil dan menengah (UKM) sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara yang memiliki income perkapita yang rendah. Pada tahun 2017-2018, UKM di Indonesia telah menyumbang PDB sebesar 61,51% dan memberi kontribusi sebesar 99,9% dalam jumlah badan usaha di Indonesia, serta dalam penyerapan tenaga kerja sebesar 97%. Dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah penggerakkan perekonomian nasional menjadi sangat tragis, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua usaha sehingga kontribusi usaha kecil dan menengah menjadi

⁵Yuli Rahmini Suci, "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* Vol .6 No. 1, Januari 2017, hlm. 75

sangatlah besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat.⁶

Apalagi sekarang ini banyaknya penyakit dan virus yang menyebabkan semua kegiatan usaha maupun pelaku usaha mengalami kesulitan dalam meningkatkan usahanya. Terutama pada daya saing yang dijadikan permasalahan didalam suatu usaha, karena dalam persaingan pelaku usaha akan melakukan berbagai cara dan mencari jalan agar bisa melewatinya dengan mudah. Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, maka peneliti sangat tertarik dalam melakukan penelitian tentang “Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Aneka Usaha Catering dalam Meningkatkan Daya Saing pada Masa Pandemic Covid-19 (Studi Kasus di Usaha Mikro Kecil dan Menengah Aneka Usaha Catering Desa Tenggarejo, Kecamatan Tanggunggunung, Kabupaten Tulungagung)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas maka sumber masalah yang menjadi pokok rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi produk UMKM Aneka Usaha Catering dalam meningkatkan daya saing pada masa pandemi COVID-19?
2. Bagaimana strategi harga UMKM Aneka Usaha Catering dalam meningkatkan daya saing pada masa pandemi COVID-19?
3. Bagaimana strategi promosi UMKM Aneka Usaha Catering dalam meningkatkan daya saing pada masa pandemi COVID-19?

⁶Maulida Sri, Yunani Ahmad, “Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dari Berbagai Aspek Ekonomi”, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 2 No.1, 2017, hlm. 181

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis strategi produk UMKM Aneka Usaha Catering dalam meningkatkan daya saing pada masa pandemi COVID-19.
2. Untuk menganalisis strategi harga UMKM Aneka Usaha Catering dalam meningkatkan daya saing pada masa pandemi COVID-19.
3. Untuk menganalisis strategi promosi UMKM Aneka Usaha Catering dalam meningkatkan daya saing pada masa pandemi COVID-19.

D. Batasan Masalah

Identifikasi masalah ini akan berdasar pada tujuan pada strategi pemasaran yang meliputi strategi segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar dan bauran dalam pemasaran. Sebenarnya masih ada banyak strategi pemasaran yang bisa digunakan. Jika diambil, maka hasilnya akan lebih banyak variabel juga yang akan dijadikan sebagai objek dalam penelitian akan memakan banyak waktu. Dalam melakukan penelitian sangat diperlakukan pembatasan untuk mengantisipasi pembahasan yang luas serta kesalah pahaman. Peneliti memfokuskan pada penggunaan strategi segmentasi, target, posisi dan bauran pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah Aneka Usaha Catering, yang berada di desa Tengarejo.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan secara teoritis maupun praktis, diantaranya berguna bagi Institusi, akademisi, peneliti dan pihak peneliti

selanjutnya sebagai bahan perbandingan dan rujukan referensi dan pengetahuannya.

1. Secara Teoritis

Untuk pihak Aneka Usaha Catering didesa Tengarejo, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi yang perlu dikembangkan dalam pandemi covid-19 ini. Dan semoga dapat menjadi tambahan wawasan juga pembelajaran bagi orang-orang yang membutuhkan. Khususnya bagi mahasiswa dan mahasiswi yang sedang menjalankan maupun akan melakukan penelitian usaha catering.

2. Secara Praktis

- a. Bagi akademik, untuk gambaran dan menambah wawasan pada lembaga yang digunakan sebagai bahan literature bagi mahasiswa yang membaca ini.
- b. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bekal acuan dalam melakukan penyusunan strategi pemasaran dalam daya saing dimasa mendatang, terutama dalam penyusunan strateginya dan pemasarannya.
- c. Bagi penelitian kedepanya, semoga penelitian ini akan digunakan sebagai referensi dan sebagai dasar pembanding. Karena dapat dikembangkan dalam penelitian selanjutnya dalam bidang strategi pemasaran dalam persaingan.
- d. Bagi peneliti tersendiri, berharap penelitian ini digunakan untuk bahan belajar dan bisa lebih lanjut pada bidang pemasaran dalam persaingan.

F. Definisi Istilah

Berikut ini uraian mengenai beberapa definisi yang terdapat dalam judul penelitian guna untuk menghindari penafsiran yang tidak diharapkan. Definisi dalam penelitian ini diantara lain adalah:

1. Definisi Konseptual

- a. Strategi pemasaran dapat dijelaskan yang pertama pengertian dari strategi yaitu tindakan atau rencana yang akan dilakukan dan dilaksanakan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Karena dalam adanya strategi, maka hal yang akan dilakukan sangat baik dan juga berjalan lancar. Pemasaran ialah suatu proses sosial yang adanya individu dan kelompok yang sedang melakukan proses penawaran dalam pertukaran produk yang memiliki nilai pada pihak yang lainnya. Dan juga pada penawaran produknya itu tidak dibatasi pada barang fisik melainkan suatu gagasan maupun barang dan jasa.⁷
- b. Daya saing memiliki arti suatu kemampuan saat penunjukan proses yang menabjubkan. Daya saing merupakan perusahaan yang memiliki kemampuan dalam memperkokoh pangsa pasar.⁸
- c. Usaha mikro kecil dan menengah adalah suatu kegiatan maupun tindakan yang dilakukan dengan bertujuan mencari untung. Memiliki kekreatifan dan inovasimerupakan tindakan maupun perilaku yang dilakukan seseorang dalam usaha.⁹

⁷Nurul Huda, *Pemasaran Syariah*, (Depok: Kencana, 2017), hlm. 5

⁸Wibowo, Dimas Hendika, and Zainul Arifin, "Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)", *Jurnal Administrasi Bisnis* 29.1 (2015), hlm. 59-66

⁹Rhenald Kasali. Dkk, *Modul Kewirausahaan Untu Program Strata*, (Jakarta Selatan: PT Mizan Publia, 2010), hlm. 143

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini ditujukan untuk mengetahui strategi pemasaran usaha mikro kecil dan menengah Aneka Usaha Catering dalam meningkatkan daya saing pada masa pandemic covid-19 di desa Tenggarejo.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi maka diperlukan sistematika dalam penulisan untuk memudahkan peneliti dengan menjadikan beberapa bagian dan bab. Sistematika penulisannya sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Terdiri atas: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

2. Bagian Utama

Terdiri atas Bab 1 Pendahuluan, meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, identifikasi penelitian dan batasan penelitian, penegasan istilah, sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, yang terdiri dari terdiri dari landasan teoritis, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

Bab III Metode Penelitian, yang membahas metode yang digunakan peneliti untuk memaksimalkan penelitian, yang terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, lokasi penelitian kehadiran peneliti, data dan sumber data,

teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penemuan.

Bab IV Hasil penelitian, terdiri atas: Paparan data dan temuan penelitian. Bab V Pembahasan, berisi analisis hasil temuan melalui teori, penelitian terdahulu dan teori yang ada.

Bab VI Penutup, terdiri dari: kesimpulan, saran atau rekomendasi.

3. Bagian Akhir

Terdiri atas: Daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.