

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kondisi dan kemajuan penduduk dari suatu negara berkaitan dengan berkembangnya usaha ekonomi yang dilakukan. Penduduk itu sendiri sebagai pelaku ekonomi bagi produksi dan disisi lain dapat menjadi konsumen atau sasaran bagi pemasaran produksi. Seiring dengan perkembangan dan kemajuan zaman, pertumbuhan ekonomi berperan penting untuk dapat meningkatkan pendapatan daerah yang didalamnya nanti akan mensejahterakan masyarakat. Salah satu penopang perekonomian adalah UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi karena dapat memberikan peluang bisnis dan pengenalan produk daerah kepada dunia. Namun semenjak adanya wabah yang muncul, dampak dirasakan terutama pada penurunan penjualan, hal ini dikarenakan konsumen mengalami penurunan konsumsi. Sehingga pendapatan UMKM akan mengalami penurunan juga.

UMKM merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perekonomian. Dalam situasi pandemi ini tercatat ada sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa meereka terdampak sangat serius dengan ditandai sekitar 56 persen mengalami penurunan penjualan, 22 persen melaporkan pada aspek pembiayaan, 15 persen melaporkan terdapat masalah pada distribusi barang, dan 4 persen melaporkan

kesulitan mendapat bahan baku mentah.¹ Hal ini menyebabkan adanya penurunan dalam perekonomian.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam bukunya “*Marketing as the process by which companies create value for customer and build strong customer relationship in order to capture value from customer in return*”,² hal ini menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.³ Surinala Culture merupakan UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman (*coffee shop*). Sudah berdiri pada tahun 2018, minat konsumen terhadap UMKM ini dapat dikatakan cukup tinggi. Dalam data Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung dapat dilihat dari beberapa indikator perekonomian, dimana salah satunya yaitu tingkat pendapatan asli daerah dari sektor retribusi mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sejak tahun 2017 sampai 2020 (data 2021 belum muncul). Hanya saja pada tahun 2020 mengalami penurunan semenjak adanya pandemi. Usaha ini memiliki 5 karyawan yang bekerja *fulltime* setiap harinya. Namun semenjak adanya pandemi ini penjualan menurun drastis sampai lebih dari 70% dari penjualan normal. Masyarakat mengalami penurunan pendapatan yang membuat mereka melakukan pengurangan dalam

¹ Abdurrahman Firdaus Thaha, *Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia*, Jurnal Brand, Vol.2 No.1, Juni 2020, hal. 149.

² Philip Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Marketing*, (Jakarta:Erlangga, 2012), hal 73.

³ Bunga Febriana dan Yugih Setyanto, *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan*, Jurnal Prologiana, Vol. 3 No. 1, Juli 2019, hal. 40

konsumsi. UMKM yang paling terdampak adalah usaha makanan, minuman, industri kreatif, perhotelan, dan pariwisata.

Tabel 1.1 Pendapatan Surinala Culture

Bulan/Tahun	Pendapatan max/bulan
Januari 2018	8-10 jt/bulan
Januari 2019	6 jt/bulan
Januari 2020	3-4jt/bulan
Januari 2021	5-6jt/bulan

Sumber : Laporan Pendapatan UMKM Surinala Culture

Berdasarkan tabel diatas, pendapatan Surinala Culture selama pandemi mengalami penurunan. Dengan adanya peraturan-peraturan Pemerintah menimbulkan dampak besar bagi sektor ekonomi. Di Kabupaten Tulungagung sendiri, UMKM seperti coffee shop cukup banyak peminatnya dan berkembang dengan pesat. Surinala Culture merupakan salah satu usaha kedai kopi di Kelurahan Kauman Kota, Kabupaten Tulungagung yang cukup diperhitungkan keberadaannya. Surinala memiliki strategi tersendiri untuk dapat mengatasi permasalahan yang timbul. Strategi yang dilakukan dengan memberikan penawaran yang menarik bagi konsumen dan tentunya tetap memperhitungkan keamanan kesehatan masyarakat.

Dari sekian banyak kedai kopi yang bermunculan di Kabupaten Tulungagung, Surinala Culture merupakan salah satu kedai kopi yang berhasil mempertahankan usahanya ditengah pandemi ini. Tidak sedikit

kedai kopi di Tulungagung ini tidak mampu bersaing dan terpaksa harus menutup usaha. Persaingan antar kedai kopi yang cukup tinggi membuat Surinala Culture harus selalu memberikan inovasi dalam usahanya, baik disisi kenyamanan tempat, cara penjualan, pelayanan dan yang utama adalah inovasi produk. Setiap UMKM harus memiliki strategi tersendiri untuk mempertahankan usahanya mengingat pertumbuhan ekonomi juga dipengaruhi oleh perkembangan UMKM itu sendiri. Keberadaan UMKM memberi nilai yang positif pada penyerapan tenaga kerja sehingga dapat membantu mengurangi angka pengangguran yang ada. Persaingan industri yang semakin kompetitif khususnya pada UMKM, dengan begitu diperlukan strategi untuk memenangkannya.⁴

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul “Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat (Studi UMKM Surinala Culture Di Kelurahan Kauman Kota Kabupaten Tulungagung)”

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan kaidah penelitian diatas, fokus penelitian ini adalah strategi pemasaran yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan UMKM dalam pertumbuhan ekonomi di Surinala Culture. Adapun pertanyaan penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴ Yesi Elsaandra dan Ardhan Agung Yulianto, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Kecil Menengah Berbasis Industri Kreatif Berbasis ICT*, Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, Vol.2 No.1, Maret 2013, hal. 32

1. Bagaimana perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Surinala Culture dalam meningkatkan ekonomi masyarakat?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Surinala Culture dalam meningkatkan ekonomi masyarakat?
3. Bagaimana pengawasan strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Surinala Culture dalam meningkatkan ekonomi masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun oleh peneliti, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Surinala Culture dalam meningkatkan ekonomi masyarakat
2. Mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Surinala Culture dalam meningkatkan ekonomi masyarakat
3. Mengetahui pengawasan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Surinala Culture dalam meningkatkan ekonomi masyarakat

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti. Dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini akan dapat menambah ilmu pengetahuan, dan wawasan untuk penelitian dalam bidang yang sama.

Menumbuhkan juga jiwa pengusaha, terutama pengalaman jika nantinya akan membuat usaha sendiri.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Pemilik UMKM Surinala Culture

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pemilik UMKM Surinala Culture dapat meningkatkan kinerja usaha yang dapat menginspirasi usaha lain. Serta dengan adanya UMKM tersebut dapat membantu meningkatkan perekonomian daerah dan memberikan dampak yang baik bagi daerah disekitar UMKM

b. Untuk Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dengan topik yang sama.

E. Penegasan Istilah

a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menurut Tjiptono merupakan pernyataan baik secara implisit maupun emplitis mengenai bagaimana suatu merk atau lini produk bisa mencapai tujuannya.pada dasarnya, berperan penting dalam proses perencanaan strategi suatu organisasi atau perusahaan dan peranan kepemimpinan yang ada didalamnya

b. UMKM

Menurut Rudjito, UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya.

c. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi menurut Sukirno adalah suatu perkembangan dari kegiatan ekonomi dimana pendapatan ekonomi riil akan makin terus berkembang

F. Sistematika Penulisan

BAB I memaparkan tentang penegasan judul, alasan memilih judul, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan metode penelitian. Dengan pendahuluan ini dimaksudkan agar pembaca dapat mengetahui konteks dalam penelitian. Pendahuluan ini berisi tentang hal-hal pokok yang dapat dijadikan pijakan dalam memahami bab-bab selanjutnya. Selain itu, bab ini juga memaparkan alasan peneliti mengangkat tema dan masalah yang akan diteliti nantinya.

BAB II memaparkan tentang kumpulan kajian teori yang akan dijadikan alat analisa dalam membahas objek penelitian tentang. Selain itu, dalam bab ini juga membahas penelitian terdahulu sebagai pembanding penelitian yang sedang dilakukan.

BAB III memaparkan tentang pendekatan dan jenis penelitian secara maksimal, yang memuat jenis penelitian, sampling, teknik analisis data, sumber data dan variabel dalam penelitian, objek penelitian, metode pengumpulan data, serta metode penelitian yang digunakan.

BAB IV memaparkan mengenai hasil penelitian, peneliti memaparkan hasil penelitian yang membahas tentang deskripsi obyek penelitian dan temuan hasil penelitian.

BAB V memaparkan hasil pembahasan penelitian yang diteliti nantinya dengan membandingkan dengan teori maupun studi empiris yang telah dilakukan peneliti lainnya.

BAB VI memaparkan tentang bagian akhir penelitian berupa bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran.