

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Covid-19 adalah virus yang menyebar secara cepat diseluruh dunia, salah satu negara yang terdampak virus ini adalah Indonesia. Di Indonesia sendiri ada beberapa sektor yang terdampak covid-19, seperti sektor kesehatan, sektor pendidikan, dan sektor ekonomi. Dampak dari covid-19 yang paling terasa adalah melemahnya konsumsi rumah tangga atau daya beli masyarakat secara luas. Penurunan daya beli masyarakat yang signifikan disebabkan karena faktor PPKM yang terus berlanjut sehingga menghambat masyarakat dalam beraktifitas ekonomi. Dampak lain dari pandemi covid-19 adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Karena pembatasan pertemuan, pembatasan aktivitas yang menyebabkan kerumunan menjadi pemicu perlu adanya inovasi dengan pemanfaatan teknologi.¹

Sektor yang masih bisa bertahan di saat seperti ini adalah UMKM. UMKM di Indonesia sudah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian. Karena UMKM merupakan unit-unit usaha yang jumlahnya lebih banyak daripada usaha industri berskala besar. Selain itu UMKM juga punya keunggulan menyerap tenaga kerja lebih banyak dan

¹ E-Parlemen DPRD DIY, <https://www.dprd-diy.go.id/dampak-besar-pandemi-di-sektor-ekonomi/> diakses pada tanggal 09 Desember 2021 pukul 09:19 WIB.

mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan. Usaha berskala kecil dan menengah relatif mampu bertahan dibanding industri berskala besar karena kebanyakan usaha berskala kecil tidak terlalu bergantung kepada modal yang besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga ketika ada fluktuasi nilai tukar, industri berskala besar selalu berurusan dengan mata uang asing, inilah yang paling berpotensi mengalami krisis.²

Pengertian UMKM melalui UU No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau badan usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.³

Ketika krisis ekonomi menerpa dunia, otomatis perekonomian Indonesia juga semakin memburuk. Kondisi krisis terjadi pada periode tahun 1997 hingga 1998, dan hanya sektor UMKM yang mampu tetap

² Yuli Rahmini Suci, "Perkembangan UMKM di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 2017, hlm. 1-2.

³ Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, <https://www.ojk.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx> diakses pada tanggal 9 Desember 2021 pukul 09:36 WIB.

berdiri kokoh. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM adalah usaha yang produktif untuk dikembangkan untuk mendukung perkembangan perekonomian secara makro dan mikro di Indonesia dan juga dapat mempengaruhi perkembangan sektor-sektor yang lain.⁴ Strategi merupakan rencana dalam mewujudkan visi dan misi yang telah dibuat oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Sedangkan pemasaran menurut *American Marketing Association (AMA)* suatu fungsi organisasi dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan serta untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.⁵ Manusia adalah faktor terpenting dalam pengembangan dan kemajuan bisnis, karena tanpa adanya manusia maka perusahaan atau organisasi tidak dapat berjalan dengan semestinya. Manusia memiliki potensi insani yang terpendam dan menjadi kunci keberhasilan suatu organisasi karena potensi insani adalah sumber kekuatan perusahaan yang paling berharga dan sangat menentukan keunggulan suatu organisasi. Sukses atau tidaknya suatu perusahaan atau organisasi tergantung pada kreativitas dan aktivitas sumber daya manusianya. Maka hal utama yang harus diperhatikan oleh manajer suatu perusahaan adalah bagaimana membangkitkan gairah kerja karyawan. Karyawan akan termotivasi dalam meningkatkan kinerjanya dengan didorong oleh perilaku

⁴ Yuli Rahmini Suci, *Perkembangan UMKM....*, hlm. 1-2.

⁵ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, (Surabaya: Erlangga, 2008), hlm. 5.

karyawan yang positif dalam menciptakan citra perusahaan yang baik di mata konsumen. Pentingnya restrukturisasi organisasi bukan hanya kegiatan ‘bongkar pasang’ organisasi, tetapi lebih kepada manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) berbasis kompetensi yang menggambarkan hubungan ketenagakerjaan sehingga karyawan termotivasi untuk meningkatkan produktivitas ke arah perilaku yang produktif, di mana karyawan dapat memberikan satu kontribusi yang berguna bagi perkembangan dan kemajuan perusahaan.⁶

Industri Tempe Kripik Mirasa merupakan salah satu UMKM yang ada di Dusun Kranding, Desa Bendorejo, Kecamatan Pogalan, Kabupaten Trenggalek. Pekerja di industri tempe kripik Mirasa ini juga berasal dari ibu-ibu rumah tangga yang berada di daerah tersebut. Dengan adanya industri tempe kripik Mirasa ini dapat membantu perekonomian masyarakat di desa Bendorejo karena banyak masyarakat yang diberdayakan. Namun karena sedang mengalami masa pandemi Covid-19, dilihat dari segi perekonomian, produksi di industri tempe kripik Mirasa ini menurun drastis sehingga pendapatan juga menurun. Selain itu, masyarakat yang diberdayakan juga menjadi sedikit atau dikurangi jumlah pekerjanya terlebih saat adanya PPKM. Pekerja yang terdampak diantaranya adalah penggilingan kedelai yang dinaungi UMKM Mirasa, ibu-ibu yang memproduksi tempe mentah, dan pegawai yang menggoreng tempe di

⁶ Ivon Arisanti, “Pengaruh Etos Kerja dan Restrukturisasi Organisasi Terhadap Produktivitas Karyawan: Studi Kasus Pada PT Citra Agro Lombok Sebagai Pengelola RPH Banyumulek”, *Jurnal Tambora*, Vol.3 No. 1, 2019, hlm. 32-33.

Industri Tempe Kripik Mirasa. Karena sedang mengalami masa pandemi covid-19 tempat pariwisata di Trenggalek juga mengalami penurunan pengunjung secara signifikan, hal ini menyebabkan UMKM yang menjual jajanan khas Trenggalek salah satunya adalah tempe kripik juga mengalami penurunan penjualan salah satunya adalah Industri Tempe Kripik Mirasa.⁷ Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Industri Tempe Kripik Mirasa dan bagaimana cara Industri Tempe Kripik Mirasa manajemen tenaga kerja supaya tidak semua karyawan yang bekerja di berhentikan dan tetap mempunyai pekerjaan selama pandemi covid-19.

Berdasarkan pemaparan diatas, berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan produktivitas kerja selama pandemi covid-19. Maka berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran dan Restrukturisasi Tenaga Kerja di Industri Tempe Kripik Mirasa Sebagai Penguat Produktivitas Kerja di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Desa Bendorejo Kecamatan Pogalab Kabupaten Trenggalek)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, pokok pembahasan pada skripsi ini berfokus pada strategi pemasaran dan restrukturisasi tenaga kerja ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Istikomah pada tanggal 22 September 2021.

1. Bagaimana perencanaan, pelaksanaan dan *control* di Industri Tempe Kripik Mirasa Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek berdasarkan bauran pemasaran (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*)?
2. Bagaimana restrukturisasi tenaga kerja di Industri Tempe Kripik Mirasa Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan produktivitas kerja selama pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian masalah diatas, bahwa penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mendeskripsikan mengenai perencanaan, pelaksanaan dan *control* yang dilakukan Industri Tempe Kripik Mirasa Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek berdasarkan bauran pemasaran (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*).
2. Untuk mendeskripsikan terkait restrukturisasi tenaga kerja yang diterapkan di Industri Tempe Kripik Mirasa Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan produktivitas kerja selama Pandemi Covid-19.

D. Batasan Masalah

Pembatasan terhadap penelitian sangat diperlukan untuk menghindari pembahasan yang meluas serta kesalahpahaman. Penelitian memfokuskan pada penggunaan strategi pemasaran dengan bauran

pemasaran 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence*) dan penerapan manajemen tenaga kerja selama pandemi Covid-19 dalam memperkuat produktivitas kerja.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan dari penulis maupun pembaca tentang strategi pemasaran khususnya mengenai bauran pemasaran dan manajemen tenaga kerja dalam meningkatkan produktivitas kerja di UMKM.

2. Manfaat secara praktis

a. Bagi Industri Tempe Kripik Mirasa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan bahan evaluasi bagi Industri Tempe Kripik Mirasa agar bisa meningkatkan produktivitas kerja sehingga dapat meningkatkan daya saing dengan UMKM lainnya.

b. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan nilai tambah bagi penelitian-penelitian ilmiah, dan dapat dijadikan referensi bagi yang mengkaji mengenai permasalahan sejenis.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat terutama yang memiliki usaha dalam mengelola usahanya di masa

pandemi covid-19 supaya usahanya tetap bisa berjalan dan tidak mengalami gulung tikar.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi untuk peneliti di bidang yang sama dan mengkaji permasalahan sejenis yaitu terkait strategi pemasaran dan restrukturisasi tenaga kerja.

F. Definisi Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Strategi Pemasaran

Definisi sosial dari pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok diperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan yang lain.⁸

b. Restrukturisasi tenaga kerja

Restrukturisasi adalah salah satu cara dalam melaksanakan transformasi yang merupakan proses mempersiapkan dan menata ulang segala sumber daya dan mengarahkannya untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi.⁹ Sedangkan restrukturisasi tenaga kerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen ...*, hlm. 5.

⁹ Yanti Anesta, *Restrukturisasi Organisasi dalam Meningkatkan Pelayanan Publik*, (Gorontalo: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013), hlm. 1.

lembaga Industri Tempe Kripik Mirasa ini mengatur tenaga kerja supaya mereka tidak diberhentikan/PHK selama pandemi covid-19.

c. Produktivitas kerja

Produktivitas kerja menurut Cascio adalah produktivitas sebagai pengukuran output berupa barang dan jasa dalam hubungannya dengan input yang berupa karyawan, modal, materi dan bahan baku dan peralatan.¹⁰

2. Definisi Operasional

Berdasarkan judul, definisi operasionalnya adalah strategi pemasaran dan restrukturisasi tenaga kerja merupakan hal penting yang harus dilakukan dalam meningkatkan produktivitas kerja selama pandemi covid-19. Semakin besar produktivitas kerjanya maka pendapatan yang dihasilkan juga akan semakin tinggi.

G. Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan, dalam bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan penegasan istilah dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, dalam bab ini menjelaskan strategi pemasaran, pemasaran syariah, restrukturisasi tenaga kerja, produktivitas kerja dan pandemi Covid-19, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

¹⁰ Nuzsep Almigo, "Hubungan Antara Kepuasan Kerja dengan Produktivitas Kerja Karyawan", *Jurnal PSYCHE*, Vol. 1 No. 1, 2004, hlm. 53.

Bab III Metode Penelitian, bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian, bab ini berisi tentang paparan data dan temuan penelitian yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan deskripsi informasi lainnya terkait dengan strategi pemasaran yang diterapkan selama pandemi covid-19 dan restrukturisasi tenaga kerja yang dilakukan oleh Industri Tempe Kripik Mirasa Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek selama pandemi covid-19 untuk memperkuat produktivitas kerja.

Bab V Pembahasan Hasil Penelitian, bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian. Serta menjelaskan isi dari temuan teori yang diungkap dari lapangan berdasarkan rumusan masalah, yaitu mengenai strategi pemasaran dan manajemen tenaga kerja yang dilakukan oleh Industri Tempe Kripik Mirasa Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek sebagai penguat produktivitas kerja selama pandemi Covid-19.

Bab VI Penutup, dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran.