

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2. Virus ini pertama kali dikenal di Wuhan, Tiongkok, Desember 2019. Akibat virus Covid-19 pemerintah Indonesia membuat kebijakan antara lain memakai masker hingga social distancing yang membuat masyarakat menjadi Work From Home (WFH) untuk memutus rantai penyebaran Covid-19. Wabah Covid-19 ini telah membawa dampak yang besar ke dalam beberapa sektor, tidak terkecuali sektor ekonomi. Dengan adanya pandemi covid-19 yang melanda dan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah yaitu social distancing dan PSBB berdampak pada kelangsungan bisnis beberapa UMKM.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, bahkan UMKM merupakan tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat untuk memenuhi kesejahteraan hidupnya. Oleh sebab itu, Salah satu prioritas pembangunan dalam rencana kerja pemerintah adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didasarkan fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional (Ariani and Utomo, 2017).

Di masa pandemi Covid-19 saat ini, banyak sekali UMKM yang mengalami kerugian hingga bangkrut. Banyak sekali UMKM yang masih belum menerapkan strategi pemasaran yang tepat ditengah pandemi pada perusahaan mereka, salah satunya Perusahaan “Otok Goreng HLM”. Oleh karena itu,

dibutuhkan strategi pemasaran yang efektif ditengah pandemi agar dapat bersaing dan bertahan di kondisi ini. Berdasarkan permasalahan tersebut maka penerapan strategi yang tepat dengan menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Hal ini diharapkan dapat menaikkan pangsa pasar dan menarik minat konsumen.

Perusahaan “Otok Goreng HLM” adalah UMKM yang memproduksi kacang tolo pedas manis atau di daerah Pamekasan lebih dikenal dengan Otok Goreng. Perusahaan tersebut berdiri pada tahun 1994 oleh Bapak H. Halimi di Desa Waru Barat. Diawal merintis usahanya Bapak H. Halimi mengerjakan semuanya sendiri tanpa pekerja, lalu menitipkan produknya di toko-toko kelontong. Seiring berjalannya waktu karna banyaknya permintaan kacang tolo goreng membuat Bapak H. Halimi mempekerjakan 2 orang pekerja. Setelah 4 tahun menjalani usaha tersebut produk kacang tolo berhasil memperoleh izin produksi dan mampu memproduksi 1 kwintal perhari dan pengiriman barang hingga sampai keluar kota. Saat ini di masa pandemi karna adanya kebijakan PPKM pendistribusian barang mengalami kendala hingga Bapak H. Halimi hanya memproduksi 1 kwintal selama 3 hari, bahkan terkadang selama 1 bulan stok persediaan produk kacang tolo masih banyak di gudang.

Penurunan jumlah produksi sangat erat kaitannya dengan perubahan perilaku konsumen dimasa saat ini. Perusahaan “Otok Goreng HLM” membutuhkan alternatif strategi pemasaran yang mampu beradaptasi dimasa pandemi. Selain strategi pemasaran *offline*, diperlukan strategi pemasaran secara *online* misalnya dengan pembuatan e-commerce di sosial media. Hal ini dilakukan untuk membuat

produk lebih dikenal oleh banyak konsumen serta dapat menarik konsumen sebanyak-banyaknya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang didapatkan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam perusahaan produk “Otok Goreng HLM” ?
2. Apa strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan “Otok Goreng HLM” di Masa pandemi Covid-19 ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut didapatkan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada perusahaan “Otok Goreng HLM”
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan “Otok Goreng HLM” di Masa Pandemi Covid-19

1.4 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Otok Goreng HLM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan tentang strategi pemasaran di Masa Pandemi Covid-19.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini menambah pengetahuan dan media untuk penerapan ilmu yang telah diperoleh dari bangku kuliah.

3. Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan penambah ilmu dan referensi bagi mahasiswa lain.

