

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UKM dan UMKM dikatan oleh Pemerintah mengidentifikasi empat permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pada masa pandemi Covid-19 saat ini. Deputi Bidang Produksi dan Pemasaran Kementerian Koperasi dan UMKM (Kemenkop) Victoria Simanungkalit mengatakan empat persoalan itu antara lain penurunan permintaan, pemasaran produk, akses bahan baku dan masih rendahnya SDM. Hal- hal ini pemerintah memberikan insentif bagi UKM dan UMKM selain juga pihaknya juga tengah menyiapkan cara agar UMKM dapat optimal menyerap alokasi belanja pemerintah, sekaligus menjaga tingkat permintaan untuk produk UMKM dan juga masyarakat dituntut kreatif dan inovatif untuk tetap bertahan dan eksis. Oleh karena itu, melalui tema PKPM yaitu “Optimalisasi Teknologi Informasi dalam Peningkatan ketahanan Masyarakat di Masa Pandemi COVID-19” pelaksanaan dilakukan secara individual di lokasi sekitar tempat tinggal mahasiswa, dengan menggunakan media online sebagai media pelaksanaan program dan dilakukan dengan berpegang pada rambu-rambu protokol kesehatan COVID-19.

Sektor pertanian di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian hal ini didukung oleh potensi sumber daya alam yang luar biasa selain itu dapat dibuktikan oleh keanekaragaman hayati yang dimiliki, baik dilihat sektor pertanian,perikanan dan peternakan. Selain itu juga letak geografis yang strategis dan iklim cuaca yang menjadi kualitas potensi alam yang lebih unggul. Potensi ini harus dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pemerintah agar Indonesia menjadi negara maju dan sejahtera terutama sektor yang dekat dengan sumber daya alam yaitu, Pertanian. Pemerintah juga melihat sektor pertanian yang mencakup sub-sektor seperti tanaman pangan,perkebunan, kehutanan, peternakan, dan perikanan hal ini sub-sektor tanaman pangan banyak menghasilkan produksi yaitu seperti padi,jagung,ketela pohon,kacang tanah,kedelai serta sayur dan buah-buahan. Di Indonesia salah satu komoditas yang banyak di dikembangkan adalah kedelai. Kedelai merupakan salah satu komoditas tanaman pangan yang diminati dan digemari masyarakat Indonesia. Salah satu olahan kedelai yang terkenal di masyarakat Indonesia adalah Tahu.

Di Indonesia sudah banyak Usaha Kecil Menengah (UKM) atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tersebar dari Sabang hingga Marauke hal ini perkembangan UKM dan UMKM begitu pesat sehingga daya beli masyarakat meningkat dan mengurangi jumlah pengangguran. Tercatat dari masyarakat berminat untuk membuka usaha tersebut yang tercatat begitu pesat hingga dapat mendobrak pendapatan dalam negeri. Banyak masyarakat mendirikan UKM dan UMKM yang memikirkan zero waste (bebas sampah). Salah satu komoditas ialah kedelai yang bisa diproduksi menjadi tahu,tempe,oncom susu kedelai,kecap dan masih banyak lagi. Selain itu mulai dari produksi hingga sampai ke tangan ke konsumen tidak ada limbah yang terbuang ke lingkungan sekitar hingga dapat memberikan dampak baik bagi msasyarakat sekitar. Tetapi dalam UKM atau Pabrik Tahu ini sendiri tidak lepas juga dari masalah-masalah mulai dari menjalankan hingga mempertahankan usaha itu tetap berjalan. Dampak yang sudah terasa oleh pengusaha ini adalah dimana seluruh dunia merasakan pandemi wabah ini yang berdampak kepada bahan utama kedelai yang rata-rata Indonesia mengimpor bahan tersebut yang berakibatkan harga kedelai menjadi mahal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka secara khusus pembahasan penelitian yang menjadi pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana potensi UKM Tahu Bapak M.Syafe'i di daerah Palapa 10 dalam meningkatkan pendapatan atau keuntungan untuk menjalankan usaha tersebut?
2. Bagaimana strategi yang digunakan UKM Tahu Bapak M.Syafe'i di daerah Palapa 10 dalam bertahan di sektor bisnis pada saat pandemi tersebut ?
3. Bagaimana strategi yang digunakan UKM Tahu Bapak M. Syafe'i di daerah Palapa 10 bertahan dengan kurang lebih 3 karyawan selama 3 tahun ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan masalah yang ada diatas, maksud dari penulisan laporan PKPM ini adalah memulihkan UKM dan strategi memasarkan produk Tahu di daerah Palapa 10 di saat masa pandemi. Adapun tujuan dari memulihkan dan memasarkan produk Tahu adalah :

1. Bagi pemilik atau pelaku usaha UKM, yaitu dengan mengutamakan kualitas dan kuantitas produksi Tahu selain itu mengembangkan promosi untuk memperluas jaringan pasar agar meningkatkan pendapatan dan keuntungan bagi UKM tersebut.
2. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan keterampilan peneliti mengenai potensi besar UKM Tahu Bapak M. Syafe'i di daerah Palapa 10.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat bagi penulis

1. Penulis dapat mengimplementasikan semua ilmu yang sudah diberikan kepada pemilik UKM di dunia kerja.
2. Penulis dapat belajar langsung melakukan Pemasaran produk pada UKM Pembuatan Tahu di daerah Palapa 10.
3. Penulis mengetahui kondisi UKM yang terjadi pada saat masa-masa pandemi.

1.4.2 Manfaat Bagi UKM

1. Mendapatkan para konsumen baru yang didapatkan melalui media sosial ataupun lainnya.
2. Pemilik usaha mendapatkan strategi-strategi penjualan produk Tahu.

1.4.3 Manfaat Bagi IIB Darmajaya

1. Kampus IIB Darmajaya menjadi diketahui oleh para UKM-UKM yang ada di Bandar Lampung
2. Kampus IIB Darmajaya dapat dijadikan referensi untuk kegiatan penelitian selanjutnya.

1.5 Mitra yang terlibat

UKM Pembuatan Tahu Bapak M. Syafe'i, desa Palapa 10 Gunung Terang, Bandar Lampung.

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program yang dilaksanakan

1. Perendaman Kedelai

Kedelai direndam selama 6 jam menggunakan Drum yang berisikan kedelai 15-25 Kg dan setelah itu baru dibiarkan hingga pagi hari.

2. Penggilingan Kedelai

Penggilingan kedelai dilakukan bersama dengan dialiri air sedikit agar hasil kedelai menjadi seperti bubur kedelai.

3. Pemasakan Kedelai

Kedelai yang sudah digiling hingga halus lalu dimasukan dalam wadah yang besar setelah itu dimasak dengan menggunakan uap selama 15 sampai 30 menit .

4. Penyaringan Kedelai

Fungsi dari penyaringan ini adalah memisahkan antara air dan ampas kedelai hingga tidak ada ampas yang ikut dalam percetakan tahu selain itu juga air kedelai diberikan air fermentasi tahu di hari sebelumnya agar memiliki kualitas dan kuantitas baik.

5. Mencetak Tahu

Selanjutnya air kedelai dimasukan dalam percetakan tahu setelah itu baru dipress agar air bisa terpisah dengan percetakan tahu tersebut.

6. Pemotongan Tahu

Apabila tahu sudah berbentuk dapat dipotong sesuai keinginan masing-masing.

7. Pemasaran

Pemasaran tahu sering dilakukan di pasar tradisional mulai pukul 05.00 WIB hingga terjual habis dan bisa di pasar di kios-kios lainnya

2.2 Waktu Pelaksanaan

No	HARI/TANGGAL	KEGIATAN
1	Minggu,26 Juli 2020	Perendaman Kedelai
2	Senin,27 Juli 2020	Penggilingan Kedelai,Pemasakan kedelai,penyaringan Mencetak kedelai dan pemotongan tahu
3	Selasa,28 Juli 2020	Memasarkan Tahu
4	Senin,03 Agustus 2020	Perendaman Kedelai
5	Selasa,04 Agustus 2020	Penggilingan Kedelai,Pemasakan kedelai,penyaringan Mencetak kedelai dan pemotongan tahu
6	Rabu,05 Agustus 2020	Memasarkan Tahu
7	Kamis,06 Agustus 2020	Perendaman Kedelai
8	Jum'at,07 Agustus 2020	Penggilingan Kedelai,Pemasakan kedelai,penyaringan Mencetak kedelai dan pemotongan tahu
9	Sabtu,08 Agustus 2020	Memasarkan Tahu
10	Senin,10 Agustus 2020	Perendaman Kedelai
11	Selasa,11 Agustus 2020	Penggilingan Kedelai,Pemasakan kedelai,penyaringan Mencetak kedelai dan pemotongan tahu
12	Rabu,12 Agustus 2020	Memasarkan Tahu
13	Kamis,13Agustus 2020	Perendaman Kedelai
14	Jum'at,14 Agustus 2020	Penggilingan Kedelai,Pemasakan kedelai,penyaringan Mencetak kedelai dan pemotongan tahu
15	Sabtu,15 Agustus 2020	Memasarkan Tahu

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi



Gambar 2.1
Penggilingan kedelai



Gambar 2.2
Perebusan kedelai



Gambar 2.3
Penyaringan air dan ampas kedelai



Gambar 2.4
Mencetak tahu



Gambar 2.5
Pengepressan cetakan tahu



Gambar 2.6
Pemotongan tahu

2.4 Dampak Kegiatan

1. Sebagai mahasiswa saya dapat mengetahui tentang proses pembuatan Tahu dengan secara detail dan hal ini saya juga bisa membandingkan Tahu yang diberi pengawet atau tidak secara tidak langsung.
2. Selain itu juga saya bisa bertatapans secara langsung dengan para konsumen yang membeli produk tahu tersebut.
3. Secara tidak langsung public speaking (komunikasi lisan) dapat berkembang untuk waktu yang akan datang.
4. Mengetahui kondisi pasar secara langsung pada hari-hari libur nasional dan saat pandemi ini berlangsung.

BAB III PENUTUPAN

3.1 Kesimpulan

UKM Pembuatan Tahu ini masih sangat kekurangan tenaga kerja yang rata-rata hanya bertahan 1 bulan ditempat tersebut karena pekerjaan ini membutuhkan tenaga atau kondisi fisik yang sehat. Akan tetapi pemilik usaha ini kurang semangat mencari tenaga kerja, selain itu juga pemilik usaha ini masih mengandalkan pasar tradisional dan konsumen pelanggan yang setiap sore datang kerumah untuk membeli produk ini dan pemilik usaha apabila produk Tahu ini tidak habis dipasar mereka akan pulang kerumah untuk konsumen lainnya. Sang pemilik UKM tersebut tidak memberanikan diri menggunakan teknologi-teknologi yang sedang berkembang begitu pesat saat ini, padahal apabila pemilik usaha memberanikan diri untuk mencoba bukan tidak mungkin sang pemilik akan mendapatkan pendapatan atau keuntungan yang cukup besar hingga UKM ini bisa menjadi industri yang besar.

3.2 Saran

1. Pelaku usaha sebaiknya memanfaatkan media sosial sebagai interaksi kepada pelanggan konsumen ini agar mereka tidak mencari produk Tahu yang lebih baik lagi
2. Pelaku usaha tidak bergantung kepada pasar tradisional dikarenakan apabila keadaan atau kondisi pasar tidak bisa selalu seperti ini atau dimasa yang akan datang pasar-pasar modern bisa mulai mendominasi dan pasar tradisional mulai akan ditinggalkan oleh para konsumen yang beralih ke pasar modern.

3.3 Rekomendasi

1. UKM Tahu ini mulai mencari penerus usaha yang memiliki ide-ide yang revolusi agar UKM ini kedepannya dapat bersaing dengan usaha-usaha lainnya.
2. Pemilik usaha harus mencari tenaga kerja lain agar pekerjaan ini dapat dikerjakan secara efektif dan efisien.
3. Mulai memasarkan ke produk Tahu ke pasar-pasar modern agar konsumen dapat mengetahui bahwa produk Tahu itu tersebar begitu banyak.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



