

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) justru menjadi sektor paling rentan terkena hantaman pandemi virus corona. Sektor ini disebut ekonomi tak bisa lagi menjadi penyangga perekonomian seperti saat krisis ekonomi dan keuangan 1998 dan 2008. Agar UMKM tetap bisa berproduksi dan terhindar dari PHK, Presiden Joko Widodo meminta realokasi APBN dan APBD ketiga bidang, salah satunya UMKM. Pada masa pandemic ini memang 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 PKPM dilaksanakan secara individual dilaksanakan di lokasi sekitar tempat tinggal mahasiswa, dengan menggunakan media online sebagai media pelaksanaan program dan juga pelaksanaan secara dan kelompok terbatas dan program PKPM COVID-19 dilaksanakan dengan tetap berpegang pada rambu-rambu protokol kesehatan COVID-19.

Pertanian sampai saat ini masih diyakini sebagai salah satu akar perekonomian bangsa Indonesia. Menurut Wibowo (2004), pembangunan pertanian dilaksanakan melalui pengembangan diberbagai sektor pertanian seperti pada sub sektor tanaman pangan. Pembangunan dan pengembangan sub sektor tanaman pangan mempunyai posisi yang strategis dan penting karena sub sektor ini mempunyai peran sebagai penghasil makanan pokok bagi penduduk Indonesia sehingga peranan ini tidak dapat disubstitusi secara sempurna oleh sektor lain. Di Indonesia, salah satu komoditas tanaman pangan yang dikembangkan ialah kedelai. Kedelai adalah salah satu dari sekian banyak produk pertanian yang dibutuhkan dan diminati masyarakat di Indonesia, baik sebagai bahan makanan manusia, pakan ternak, dan bahan baku industri. Salah satu hasil olahan kedelai ini yang banyak berkembang di masyarakat adalah tempe.

Industri tempe merupakan salah satu industri yang masih dibutuhkan dan menjadi salah satu industri yang berpotensi untuk dikembangkan.

Dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ataupun pabrik tempe sendiri tidak lepas dari adanya permasalahan-permasalahan dalam menjalankan maupun mempertahankan usaha tersebut tetap berjalan. Salah satu permasalahan yang ditemukan dalam pabrik tempe adalah seperti produksi. Dimana produksi yang dimaksud adalah bahan baku, baik yang primer (kedelai) yang mana kita tau bahwa kedelai tersebut adalah kedelai impor yang mana pada saat awal akan terjadinya lock down di Amerika Serikat banyak usaha pembuatan tempe men stock kedelai mereka yang pada saat itu bisa dibilang harga kedelai cukup mahal.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana Potensi UMKM Tempe Bapak Sarbiyanto di Kelurahan Hadimulyo Timur dalam meningkatkan pendapatan keluarga?
2. Bagaimana strategi yang digunakan UMKM Tempe Bapak Sarbiyanto di Kelurahan Hadimulyo Timur untuk bertahan dalam sektor bisnisnya disaat Pandemi ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan masalah yang sudah ada, maksud dari penulisan laporan PKPM ini adalah memngoptimisasikan pemasaran produk di Tempe di Kelurahan Hadimulyo Timur Disaat pandemi. Adapun tujuan dari pembangunan pemasaran produk Tempe adalah :

1. Bagi pemilik dan pelaku UMKM, dapat memberikan saran-saran dan masukan untuk menyempurnakan dan meningkatkan kualitas potensi UMKM Tempe dalam meningkatkan pendapatan keluarga Bapak Sarbiyanto di Kelurahan Hadimulyo Timur.
2. Mengembangkan promosi untuk memperluas jangkauan pasar sehingga dapat meningkatkan penghasilan UMKM. Memberikan keterampilan dalam mengembangkan produk sehingga memiliki nilai jual yang tinggi, Mendapatkan pengetahuan tentang cara berpromosi dengan memanfaatkan teknologi.
3. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan keterampilan peneliti khususnya mengenai potensi UMKM Tempe Bapak Sarbiyanto di Kelurahan Hadimulyo Timur.

1.4 Manfaat

Manfaat Bagi Penulis

1. Penulis mampu mengimplementasikan semua ilmu dari perkuliahan di dunia kerja.
2. Penulis belajar untuk melakukan Pemasaran Produk Pada UMKM Pembuatan Tempe di Kelurahan Hadimulyo Timur

Manfaat Bagi UMKM

1. Memberikan kemudahan kepada konsumen dalam mendapatkan informasi maupun dalam membeli produk yang dijual oleh UMKM
2. Membantu Pemilik Usaha Pembuatan Tempe dalam mempromosikan dan menjual produk kepada konsumen.

Manfaat Bagi IBI Darmajaya

1. Bisa menjadi media promosi bagi IBI Darmajaya khususnya pada tempat PKPM berlangsung.
2. IBI Darmajaya bisa menjadikan PKPM ini sebagai salah satu tolak ukur hasil pendidikan yang dicapai penulis selama melaksanakan PKPM.

1.5 Mitra yang terlibat

1. Umkm Pembuatan Tempe Bapak Sarbiyanto
2. Aparat Kelurahan Hadimulyo Timur

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program yang dilaksanakan

1. Perebus kedelai.

Proses Perebusan kedelai ini dilakukan selama kurang lebih 3 Jam dengan menggunakan Drum yang berisikan kedelai sebanyak 50 Kg dan Setelah perebusan diamkan kedelai yang sudah direbus selama satu malam.

2. Penggilingan Kedelai

Penggilingan kedelai ini dilakukan untuk memisahkan antara kulit dan kacang kedelai

3. Penyucian kedelai

Setelah penggilingan kedelai maka kedelai dicuci terlebih dahulu dan membuang kulit kedelai agar tidak tercampur pada kedelai yang menyebabkan rasa yang kecut pada tempe

4. Peragian kedelai

ada proses peragian ini dilakukan agar tempe bisa berfermentasi cara nya adalah ragi tersebut ditaburkan di kedelai lalu di aduk agar merata

5. Pembungkusan kedelai

Pada kegiatan ini kedelai dimasukan ke bungkus plastic dan daun sesuai ukuran mulai dari plastik kecil, sedang dan besar Sedangkandaun yang dibentuk kotak panjang dan bulat dan setelah itu di tutup kain terpal hingga tunggu menjamur keesokan hari nya.

6. Pemasaran

Kegiatan disini adalah melakukan penjualan di pasar metro dan melakukan pengantaran tempe ke langganan di seputar kota metro.

2.2 Waktu Pelaksanaan

No	HARI/TANGGAL	KEGIATAN
1	Minggu,26 Juli 2020	Perebusan Kedelai
2	Senin,27 Juli 2020	Penggilingan Kedelai,Pembungkusan kedelai(pencetakan Kedelai)
3	Selasa,28 Juli 2020	Memasarkan Tempe
4	Rabu,29 Agustus 2020	Penggilingan Kedelai,Pembungkusan kedelai(pencetakan Kedelai)
5	Kamis,30 Agustus 2020	Memasarkan Tempe
6	Minggu,03 Agustus 2020	Perebusan Kedelai
7	Selasa,04 Agustus 2020	Penggilingan Kedelai,Pembungkusan kedelai(pencetakan Kedelai)
8	Rabu,05 Agustus 2020	Memasarkan Tempe
9	Kamis,06 Agustus 2020	Perebusan Kedelai
10	Jum'at,07 Agustus 2020	Penggilingan Kedelai,Pembungkusan kedelai(pencetakan Kedelai)
11	Sabtu,08 Agustus 2020	Memasarkan Tempe
12	Senin,10 Agustus 2020	Memasarkan Tempe
13	Selasa,11 Agustus 2020	Memasarkan Tempe
14	Rabu,12 Agustus 2020	Penggilingan Kedelai,Pembungkusan kedelai(pencetakan Kedelai)
15	Kamis,13 Agustus 2020	Memasarkan Tempe

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi



Gambar 2.1
Kegiatan perebusan kedelai



Gambar 2.2
Perendaman Kedelai



Gambar 2.3
Kedelai Setelah Digiling



Gambar 2.4
Pembersihan kedelai dari kulit nya



Gambar 2.5
Peragian Kedelai



Gambar 2.6
Pembungkusan kedelai



Gambar 2.7
Penjualan tempe di pasar



Gambar 2.8
Pengantar langsung ke konsumen

2.4 Dampak Kegiatan

1. Sebagai mahasiswa saya mengetahui proses pembuatan tempe secara detail dan tidak mudah seperti yang dipikirkan.
2. Pada saat menjual tempe di pasar saat cuaca hujan tempe terkadang banyak langganan tidak datang kepasar yang membuat tempe itu lama untuk dijual.
3. Saya juga melatih public speaking kepada konsumen di pasar dan saat mengantar langsung.
4. Dapat berinteraksi langsung terhadap pembeli
5. Mengetahui kondisi di pasar di masa pandemi ini

BAB III PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Masih banyak pelaku usaha umkm pembuatan tempe yang hanya mengharapkan pelanggan mengambil sendiri tempe nya ke rumah dan ke pasar yang kadang kala tidak tau berapa banyak dibutuhkan konsumen tersebut sehingga hanya memperkirakan dari produksi hari yang kemarin yang kadang kita tidak tau keesokan hari nya pelanggan tersebut masih mengambil tempe di rumah produksi dan di pasar yang menyebabkan semakin hari semakin menurunnya omset penjualan di karena kan beberapa faktor yaitu karena cuaca yang menyebabkan konsumen tidak pergi ke pasar dan ke rumah produksi dan hari libur yang kita ketahui adalah banyak pelanggan tetap rumah produksi tersebut pemilik usaha rumah makan dan warung sayur sayuran di desa desa sekitar.

3.2 Saran

1. Pelaku usaha tersebut ada baik nya menanyakan nomor telepon konsumen yang biasa dihubungi agar dapat mengetahui berapa banyak tempe untuk dipersiapkan besok berapa banyak.
2. Pada saat berinteraksi dengan para pelanggan tetap dipasar bertanya tentang alamat usaha dan rumah konsumen agar pada suatu waktu pelanggan berpindah ke pasar lain Pelaku usaha tersebut tidak mengikuti ke pasar yang sering di kunjungi para pelanggan tetap tersebut.

3.3 Rekomendasi

1. Umkm tersebut menitipkan produk mereka ke warung-warung sayuran di desa sekitar dan mulai menjajakan produk mereka kerumah makan di sekitar kota metro.
2. Umkm siap mengantarkan langsung pesanan produk tempe nya ke konsumen.

LAMPIRAN

