

**STRATEGI BISNIS USAHA SEWA TARUP BUMDES ANGKASA  
DESA WATES SELATAN KECAMATAN GADING REJO KABUPATEN  
PRINGSEWU**

**(Laporan Akhir)**

**Oleh:**

**INDAH APRIYANI**

**1901071017**



**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2022**

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI BISNIS USAHA SEWA TARUP PADA BUMDES ANGKASA DESA WATES SELATAN KECAMATAN GADING REJO KABUPATEN PRINGSEWU**

Oleh

**INDAH APRIYANI**

BUMDes Angkasa adalah badan usaha yang unit usahanya bergerak dibidang jasa. Salah satu usahanya yaitu usaha sewa tarup. Dalam mempertahankan bisnisnya agar dapat terus bersaing BUMDes Angkasa memerlukan strategi bisnis yang tepat. Permasalahan dalam penulisan ini adalah “Bagaimana strategi bisnis yang dilakukan usaha sewa tarup pada BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu agar mengalami peningkatan sewa pada usaha sewa tarup tersebut”. Adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui strategi bisnis yang dilakukan usaha sewa tarup pada BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu. Metode yang digunakan untuk memperoleh data sebagai bahan penelitian laporan ini adalah menggunakan observasi dan wawancara. Berdasarkan pada pembahasan yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa BUMDes Angkasa melakukan strategi bisnis dengan menggunakan analisis SWOT dan BMC yang dapat membantu melihat semua faktor internal dan eksternal yang ada dalam usaha sewa tarup BUMDes Angkasa serta dapat memperbaiki kekurangan dan kelemahan yang ada didalam BUMDes Angkasa.

**Kata Kunci :** Strategi Bisnis, BUMDes Angkasa, SWOT, BMC.

**STRATEGI BISNIS USAHA SEWA TARUP PADA BUMDES ANGKASA  
DESA WATES SELATAN KECAMATAN GADING REJO KABUPATEN  
PRINGSEWU**

**(Laporan Akhir)**

**Oleh :**

**Indah Apriyani**

**NPM 1901071017**

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai Sebutan

**AHLI MADYA (A.Md)**

Pada

Program Studi DIII Manajemen Pemasaran

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Laporan Akhir : **STRATEGI BISNIS USAHA SEWA TARUP  
BUMDES ANGKASA DESA WATES SELATAN  
KECAMATAN GADING REJO KABUPATEN  
PRINGSEWU**

Nama Mahasiswa : **Indah Apriyani**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1901071017**

Program Studi : **DIII Manajemen Pemasaran**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



Menyetujui,  
Pembimbing

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
DIII Manajemen Pemasaran

**Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc**  
NIP 19770324 200812 2 001

**Dr. Dorothy R H Pandjaitan, S.E., M.Si**  
NIP 19810126 200801 2 011

**HALAMAN PENGESAHAN**

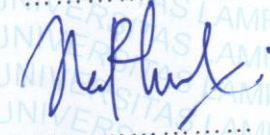
Ketua Penguji : Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc. ....



Penguji Utama : Yuningsih, S.E., M.M. ....



Sekretaris Penguji : Nurul Husna, S.E., M.S.M. ....



Tanggal Lulus Ujian : 23 Juni 2022

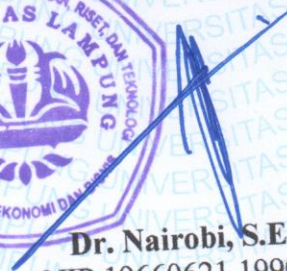


**MENGESAHKAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Lampung



**Dr. Nairobi, S.E., M.Si.**  
NIP 19660621 199003 1 003



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa Laporan Akhir yang berjudul :

**“STRATEGI BISNIS USAHA SEWA TARUP BUMDES ANGKASA DESA  
WATES SELATAN KECAMATAN GADING REJO KABUPATEN  
PRINGSEWU”.**

Adalah benar-benar hasil karya sendiri.

Dengan ini saya mengatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak ada keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namun mengakui seolah olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung.



Bandar Lampung, 23 Juni 2022  
Yang memberi Pernyataan

Indah Apriyani  
1901071017

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, 03 April 2001. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, putri dari pasangan Bapak Nirwana dan Ibu Hadijah. Penulis menempuh pendidikan formal mulai dari Madrasah Ibtidaiyah (MI) Negeri 1 Bandar Lampung pada tahun 2007 dan lulus pada tahun 2013 selanjutnya melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 2 Bandar Lampung pada tahun 2013 dan lulus pada tahun 2016 kemudian melanjutkan pendidikan ke Madrasah Aliyah (MA) Negeri 1 Bandar Lampung pada tahun 2016 dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui jalur vokasi. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Pada tahun 2022 penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) secara offline selama 40 hari di BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu.

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah dengan segala puji syukur kupersembahkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan kesempatan saya dapat menyelesaikan laporan akhir ini. Segala Syukur saya ucapkan, karena telah menghadirkan orang-orang disekitar yang selalu mendukung dan memberikan semangat serta doa, sehingga Laporan Akhir ini diselesaikan dengan baik.

Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati kupersembahkan karya ini untuk kedua orang tua saya, Bapak Nirwana dan Ibu Hadijah. Saya sadar apa yang saya berikan ini belum dapat membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan kepada saya. Berkat segala perjuangan serta pengorbanan kalian saya bisa berada dititik ini. Dan yang terakhir terimakasih atas semua doa dan dukungan bapak dan ibu yang selalu menyertai dalam setiap langkah saya dalam mengejar impian.



## MOTTO

“Bersemangatlal atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah kepada Allah, Jangan engkau lemah.”

*(HR. Muslim)*

*“If you don't go after what you want, you'll never have it. And if you don't ask, the answer always no. Also if you don't step forward, you're always in the same place.”*

*(Nora Roberts)*

*“Whatever you are, be a good one”*

*(Indah Apriyani)*

## SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul **“Strategi Bisnis Usaha Sewa Tarup BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu”**. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Lampung. Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan yang baik ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan Terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Laporan Akhir yang telah bersedia memberikan waktu, pikiran dan tenaga. Terimakasih atas bimbingan, arahan dan saran yang sangat membantu dalam proses penulisan laporan akhir ini.
5. Ibu Yuningsih, S.E., M.M selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan dukungan selama menjalani pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
6. Para dosen, serta staff yang telah memberikan ilmu, arahan, bantuan dan informasi selama menjadi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

7. Ibu Tuti Wahyuni selaku Direktur BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu, Bapak Aji Muda Maulana selaku Sekretaris BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu, Ibu Andi Ari Murti selaku Bendahara BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu, serta masyarakat Desa Wates Selatan. Terima kasih telah memberikan bantuan dan kontribusi bagi peneliti selama menjalani Praktik Kerja Lapangan.
8. Kedua orang tuaku, Bapak Nirwana dan Ibu Hadijah terima kasih atas kasih sayang serta doa dan dorongan semangat yang selalu diberikan kepadaku.
9. Adikku Nikkyta Amanda atas kerjasamanya dengan tidak mengganggu saya dalam proses penyelesaian laporan akhir.
10. Teman-teman tercinta dan seperjuangan Sellysa, Isyabel, dan Wina terima kasih selalu menolong, memberikan semangat, serta menemani sepanjang masa perkuliahan.
11. Sahabatku Fiya dan Jossy serta sahabatku lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu mendukungku.
12. Teman-teman kelompok PKL Firanti dan Dito yang selalu bisa berkerjasama dengan baik.
13. Teman-teman DIII Manajemen Pemasaran 2019 yang selalu memberikan semangat semasa perkuliahan.
14. Almamater tercinta Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 15 Juni 2022

Penulis

Indah Apriyani

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	v
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	viii
<b>SANWACANA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penulisan .....	7
1.4 Manfaat Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSAKA</b> .....	8
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2.2 Strategi Bisnis.....	9
2.3 Pengertian Analisis SWOT .....	11
2.4 Komponen Analisis SWOT.....	11
2.5 Matriks SWOT .....	12
2.6 Manfaat dan Kegunaan Analisis SWOT .....	13
2.7 Pengertian <i>Business Model Canva</i> (BMC).....	14
2.8 Sembilan Blok <i>Business Model Canva</i> (BMC).....	14
2.9 Keunggulan dan Manfaat <i>Business Model Canva</i> (BMC) .....	17
<b>BAB III METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK</b> .	19
3.1 Desain Penelitian .....	19

3.2 Jenis dan Sumber Data .....	19
3.2.1 Jenis Data .....	19
3.2.2 Sumber Data .....	19
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	20
3.4 Objek Kerja Praktik.....	21
3.4.1 Lokasi dan Waktu Praktik.....	21
3.4.2 Gambaran Umum Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).....	21
3.4.2.1 Profil Singkat Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) .....	21
3.4.2.2 Struktur Organisasi .....	22
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>25</b>
4.1 Analisis SWOT pada BUMDes Angkasa.....	25
4.1.1 Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) .....	25
4.1.2 Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) .....	27
4.2 Analisis Matriks SWOT pada BUMDes Angkasa .....	29
4.3 <i>Business Model Canva</i> (BMC) pada BUMDes Angkasa.....	32
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>35</b>
5.1 Simpulan.....	35
5.2 Saran .....	36
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>37</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Penyewaan Tarup Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu pada tahun 2019 .....	4
Tabel 1. 2	Data Penyewaan Tarup Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu pada tahun 2020 .....	5
Tabel 1. 3	Data Penyewaan Tarup Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu pada tahun 2021 .....	6
Tabel 4. 1	Matriks SWOT Usaha Sewa Tarup BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten pringsewu .....	29
Tabel 4. 2	Business Model Canvas (BMC) pada Usaha Sewa Tarup BUMDes Angkasa .....	34

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Matriks Analisis SWOT .....	13
Gambar 2. 2	Sembilan blok Business Model Canva (BMC) .....	17
Gambar 3. 1	Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu.....	23

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Dokumentasi Penelitian
Lampiran 2	Logbook
Lampiran 3	Jurnal Aktivitas Peserta Praktik Kerja Lapangan (PKL) Tahun Akademik 2021/2022
Lampiran 4	Surat Keterangan Praktik Kerja Lapangan Tahun Akademik 2021/2022
Lampiran 5	Pengajuan Judul Laporan Akhir Tahun Akademik 2021/2022
Lampiran 6	Penilaian Pembimbing PKL/Instruktur PKL Tahun Akademik 2021/2022
Lampiran 7	Penilaian Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Tahun Akademik 2021/2022



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan bisnis merupakan salah satu risiko utama yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis. Namun, saat ini banyak orang yang mulai tertarik berbisnis baik di bidang yang berbeda dari pesaing maupun yang sama. Tentu saja hal ini tidak dapat disangkal atau dicegah oleh para pelaku bisnis yang telah terjun lebih dulu, karena kreativitas dan inovasi terus berkembang mengikuti zaman. Persaingan bisnis tidak hanya disebabkan oleh orang-orang yang melakukan bisnis di bidang yang sama dengan orang lain, tetapi juga oleh beberapa penyebab. Misalnya, pelaku bisnis yang sudah ada terlebih dahulu mungkin tidak dapat mengembangkan produk dan layanan yang sesuai oleh keinginan konsumen dan juga memenuhi kebutuhan konsumen. Persaingan dapat terjadi dengan mencari celah yang ada, menciptakan produk dan jasa yang lebih baik dari yang sudah ada, dan tentunya lebih memenuhi kebutuhan konsumen. Kini banyak pebisnis yang bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen agar tidak beralih ke pesaingnya.

Adanya persaingan bisnis yang ketat tersebut, membuat para pelaku bisnis harus mempunyai strategi bisnis yang tepat agar usahanya bisa bertahan serta dapat bersaing dengan para pelaku bisnis lainnya, serta dapat mengalami peningkatan keuntungan. Situasi saat ini yang sedang terjadi di Indonesia bahkan seluruh dunia yaitu pandemi akibat COVID-19 juga membuat para pebisnis harus membuat dan merubah strategi bisnis mereka agar dapat bertahan di kondisi pandemi. Menurut Hariadi (2003), bahwa pengertian strategi bisnis adalah rencana atau strategi yang

berlangsung di tingkat divisi yang dimaksudkan bagaimana membangun serta memperkuat posisi dalam persaingan produk maupun jasa dalam pasar atau industri tertentu yang dilayani oleh divisi tersebut. Sedangkan menurut Solihin (2012), strategi bisnis berberda dengan strategi pada level korporat, strategi di level bisnis ini lebih memfokuskan untuk meningkatkan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan didalam segmen pasar tertentu. Oleh karena itu, untuk mempermudah para pelaku bisnis menetapkan dan menerapkan strategi bisnis yang efektif untuk bisnisnya bisa salah satunya menggunakan analisis SWOT dan BMC.

Analisis SWOT adalah singkatan dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats*. Analisis SWOT adalah metode perencanaan bisnis baik berupa produk maupun jasa. Metode ini mempertimbangkan faktor internal dan eksternal untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif. Sedangkan BMC atau *Bussines Model Canvas* adalah strategi manajemen yang digunakan untuk merancang rencana bisnis sebuah perusahaan. Rencana tersebut harus didasarkan pada beberapa faktor seperti infrastruktur, keuangan, pelanggan, perusahaan, nilai produk. BMC membantu memvisualisasikan ide dan konsep bisnis dengan lebih baik. BMC merupakan peta konsep yang berisi sembilan kotak. Setiap kotak mewakili dasar dari sembilan hal fundenmental bisnis.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) juga memerlukan strategi bisnis yang tepat dan efektif agar usaha-usaha yang diolah oleh mereka bisa bersaing dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) lainnya dan juga memiliki jangkauan konsumen tidak hanya didalam desanya sendiri tetapi bisa menjangkau konsumen dari luar desanya.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah usaha desa yang berbadan hukum dan dikendalikan oleh pemerintah desa. Pemerintah desa dapat mendirikan BUMDes tergantung pada kebutuhan desanya dan ditetapkan oleh peraturan desa. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Pasal 1 Ayat 6 tentang desa, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) didefinisikan sebagai Badan Usaha Milik

Desa, selanjutnya disebut BUM Desa, adalah badan usaha yang seluruh atau Sebagian besar modalnya dimiliki oleh Desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa.

Pengelola BUMDes ialah pemerintah desa dan masyarakat desa setempat. Modal BUMDes berasal dari pemerintah desa, tabungan daerah, bantuan pemerintah, pemerintah provinsi dan kota, pinjaman atau penyertaan modal oleh pihak lain, atau kerjasama bagi hasil yang saling menguntungkan. Unit usaha BUMDes adalah kegiatan ekonomi dan pelayanan umum sebagai badan hukum yang melaksanakan fungsi dan tujuan BUMDes. Fungsi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) ialah sebagai Lembaga yang melayani kebutuhan ekonomi dan pelayanan umum masyarakat desa, memberi ruang untuk masyarakat desa meningkatkan penghasilannya, sebagai Lembaga yang mampu memanfaatkan potensi di desa untuk meningkatkan pendapatan desa. Sedangkan Tujuan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah menjalankan kegiatan usaha ekonomi melalui pengelolaan usaha, pengembangan investasi, untuk memaksimalkan sumber daya ekonomi masyarakat desa. Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat desa, dan juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan cara memperbaiki pelayanan umum dan pemerataan ekonomi desa.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu merupakan usaha desa yang salah satu unit usahanya ialah usaha sewa tarup. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa memiliki 11 unit tarup dengan harga sewa Rp. 80.000/unit. Menurut Ibu Tuti Wahyuni selaku Direktur Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa sewa tarup di BUMDES mereka belum mengalami peningkatan sewa, masih naik turunnya tingkat penyewaan tarup, bahkan ada beberapa bulan BUMDes Angkasa tidak ada sama sekali pelanggan atau warga yang menyewa tarup disana. Salah satu faktor yang menyebabkan belum konsisten peningkatan sewa tarup di Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa ialah belum menerapkan dan

menggunakan strategi bisnis yang tepat dan efektif misalnya menggunakan analisis SWOT dan BMC.

Berikut ini adalah data penyewaan tarup pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu pada tahun 2019-2021 dapat dilihat pada tabel 1.1-1.3 dibawah ini:

**Tabel 1. 1 Data Penyewaan Tarup Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu pada tahun 2019**

No.	Bulan	Jumlah orang yang menyewa tarup (orang)	Jumlah unit tarup yang disewa (unit)
1.	Januari	5	11
2.	Febuari	3	9
3.	Maret	4	5
4.	April	4	10
5.	Mei	7	12
6.	Juni	9	17
7.	Juli	5	5
8.	Agustus	6	11
9.	September	2	5
10.	Oktober	4	8
11.	November	6	10
12.	Desember	8	16

*Sumber : Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu.*

**Tabel 1. 2 Data Penyewaan Tarup Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)  
Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu  
pada tahun 2020**

<b>No.</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah orang yang menyewa tarup (orang)</b>	<b>Jumlah unit tarup yang disewa (unit)</b>
<b>1.</b>	Januari	6	15
<b>2.</b>	Febuari	4	10
<b>3.</b>	Maret	5	8
<b>4.</b>	April	0	0
<b>5.</b>	Mei	0	0
<b>6.</b>	Juni	0	0
<b>7.</b>	Juli	1	1
<b>8.</b>	Agustus	1	2
<b>9.</b>	September	0	0
<b>10.</b>	Oktober	0	0
<b>11.</b>	November	2	2
<b>12.</b>	Desember	3	5

*Sumber : Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu.*

**Tabel 1. 3 Data Penyewaan Tarup Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu pada tahun 2021**

No.	Bulan	Jumlah orang yang menyewa tarup (orang)	Jumlah unit tarup yang disewa (unit)
1.	Januari	2	4
2.	Februari	2	12
3.	Maret	0	0
4.	April	0	0
5.	Mei	4	12
6.	Juni	0	0
7.	Juli	4	14
8.	Agustus	0	0
9.	September	3	5
10.	Oktober	4	17
11.	November	4	9
12.	Desember	4	13

*Sumber : Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu.*

Pada tabel 1.1, 1.2, 1.3 diatas menunjukkan jumlah penyewaan tarup Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu pada tahun 2019-2021. Adanya data penyewaan tarup unit usaha Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu diatas bisa dilihat bahwa sewa tarup setiap bulannya belum stabil mendapatkan peningkatan sewa.

Mengingat pentingnya strategi bisnis dalam memberi peningkatan pada unit usaha, maka penulis tertarik untuk menyusun Laporan Akhir dengan judul **“Strategi Bisnis Usaha Sewa Tarup pada BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu”**.

### **1.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas menunjukkan masalah yang dapat dirumuskan permasalahannya adalah “Bagaimana strategi bisnis yang dilakukan usaha sewa tarup pada BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu agar mengalami peningkatan sewa pada usaha sewa tarup tersebut?”

### **1.3 Tujuan Penulisan**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi bisnis yang dilakukan usaha sewa tarup pada BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu agar mengalami peningkatan sewa pada usaha sewa tarup tersebut.

### **1.4 Manfaat Penulisan**

Manfaat yang diharapkan dari penulisan laporan akhir ini adalah :

a. Bagi Penulis

Sebagai sarana menerapkan ilmu dan pengetahuan yang didapatkan pada saat perkuliahan.

b. Bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu

Dapat dijadikan saran dan pertimbangan bagi BUMDes untuk membuat strategi bisnis yang efektif agar usaha sewa tarup terus dapat peningkatan sewa.

c. Bagi Pembaca

Laporan akhir ini dapat dimanfaatkan untuk menambah pengetahuan dan dapat memahami pentingnya membuat strategi bisnis agar bisnis bisa terus bertahan dan bersaing dengan para pesaing.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSAKA**

#### **2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran**

Manajemen merupakan seni untuk mengatur dan menyelesaikan kegiatan yang dilakukan individu maupun kelompok. Pemasaran atau *marketing* ialah kegiatan yang berkaitan dengan menciptakan, mengidentifikasi, mengkomonikasi, menawarkan produk dan jasa kepada konsumen. Sedangkan arti manajemen pemasaran merupakan ilmu memilih pasar sasaran, mengawasi dan mengendalikan aktivitas pemasaran suatu organisasi atau perusahaan supaya tercapai tujuan organisasi atau perusahaan secara efisien dan efektif.

Pengertian manajemen pemasaran menurut *American Marketing Association* ialah manajemen pemasaran melakukan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian operasi pemasaran total, termasuk tujuan perumusan tujuan pemasaran, kebijakan pemasaran, program pemasaran dan strategi pemasaran yang ditujukan untuk menciptakan pertukaran yang dapat memenuhi tujuan individu maupun organisasi. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih target pasar dan mendapatkan, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan penyampaian dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Pengertian manajemen pemasaran juga sangat berkaitan dengan tugas-tugas manajer pemasaran dalam melaksanakan fungsi-fungsinya.

Berdasarkan pengertian manajemen pemasaran tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran meliputi proses analisis, perencanaan, implementasi, dan



pengendalian program pemasaran. Pada fase awal pemasar perlu melakukan analisis peluang pemasaran untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dengan cara menganalisis lingkungan pemasaran, perilaku konsumen, dan pangsa pasar.

## **2.2 Strategi Bisnis**

Secara umum, strategi berarti upaya individu atau organisasi untuk membuat skema untuk mencaai tujuan yang diharapkan atau diinginkan. Dengan kata lain, strategi adalah seni individu atau organisasi dengan menggunakan keterampilan, dan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan dengan cara yang lebih efektif dan efisien demi mencapai apa yang diharapkan dan diinginkan.

Menurut Chandler dalam Persari dkk (2018: 105) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan. Oleh karena itu, penting setiap individu, organisasi terlebih lagi para pelaku bisnis mempunyai strategi agar meminimalkan kegagalan dan juga membuka peluang keberhasilan.

Kata bisnis berasal dari Bahasa Inggris yaitu *business* dari kata dasar *busy* yang artinya sibuk. Singkatnya, bisnis adalah kegiatan atau pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Didalam ilmu ekonomi, bisnis ialah kegiatan perdagangan atau menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memperoleh laba (keuntungan).

Raymond E. Glos (2011), Bisnis adalah perusahaan, yaitu organisasi yang memproses perubahan keahlian dan sumber daya ekonomi menjadi barang dan jasa bagi pemuasan kebutuhan konsumen, serta diharapkan akan memperoleh laba bagi pemiliknya.

Jadi berdasarkan pengertian bisnis yang telah dipaparkan diatas, bisnis adalah kegiatan perdagangan baik barang ataupun jasa yang bisa dilakukan oleh individu

atau kelompok dengan melihat kebutuhan masyarakat yang akan menjadi target konsumennya dan memperoleh keuntungan bagi bisnis tersebut.

Strategi bisnis ialah kemampuan pengusaha atau perusahaan dalam menganalisis dan mengimplementasikan lingkungan eksternal dan internal perusahaan melalui strategi dan rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis dan memberikan evaluasi kinerja untuk mengembangkan strategi yang akan datang. Menurut Grant dan Owen (2010: 19) strategi bisnis adalah kebijakan-kebijakan dan garis-garis pedoman yang menuntukan cara sebuah perusahaan bersaing dalam sebuah industri dan khususnya cara perusahaan untuk membentuk keunggulan bersaing. Variable strategi bisnis diukur dengan 3 dimensi yaitu *differentiation*, *low cost*, dan *focus strategy*.

Perubahan dalam lingkungan bisnis telah menyebabkan para pelaku bisnis harus bisa mengadaptasi strategi bisnis mereka dengan perubahan ini. Strategi yang baik ialah yang bisa menyesuaikan dan beradaptasi dengan segala perubahan yang akan dan terus terjadi dalam lingkungan bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing didapatkan dengan cara melakukan *brainstorming* tentang desain dan strategi yang tepat secara berkelanjutan. Oleh karena itu, perusahaan dan para pelaku bisnis dapat mendominasi pasar lama dan baru.

Strategi bisnis dibuat memiliki tujuan yaitu supaya suatu bisnis dapat berjalan sesuai dengan perencanaan. Berikut ini tujuan dan manfaat dari dibuatnya strategi bisnis :

1. Menjadi pedoman dalam membangun sebuah bisnis.
2. Membantu para pelaku bisnis mengetahui arah perkembangan bisnisnya.
3. Strategi bisnis dibuat untuk bisa melihat tingkat keberhasilan suatu bisnis.
4. Dengan membuat strategi bisnis dapat memenangkan persaingan bisnis, jika pesaing belum bisa menggunakan strategi bisnis yang baik.
5. Mendapatkan banyak konsumen dan memperoleh keuntungan.
6. Dapat mengkoordinasikan pemasaran yang lebih terarah dengan tujuan bisnis tersebut.

## 2.3 Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode untuk menganalisis perencanaan strategi yang digunakan untuk memantau dan mengevaluasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan untuk tujuan bisnis tertentu. SWOT adalah akronim dari kata-kata : kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) dalam suatu bisnis. Menurut H. Abdul Manap (2016) analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk membantu mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan juga kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya ancaman yang mungkin terjadi.

Analisis SWOT dikembangkan pertama kali oleh Albert Humphrey, yang memimpin sebuah projek penelitian di Universitas Stanford pada tahun 1960-an sampai 1970-an dengan menggunakan data dari perusahaan Fortune 500. Sejak saat itu sampai dengan sekarang analisis SWOT masih digunakan oleh para pembisnis. Berdasarkan pengertian analisis SWOT diatas, dapat dikatakan bahwa analisis ini dapat membantu para pelaku bisnis untuk secara sistematis mengelola tingkat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman mereka. Dengan cara ini, semua orang yang terlibat dalam bisnis dapat lebih memahami dan mengenali tentang perusahaannya.

## 2.4 Komponen Analisis SWOT

### 1. *Strenght*/Kekuatan (S)

*Strenght* atau kekuatan merupakan analisis kekuatan, situasi, atau kondisi yang saat ini menjadi kekuatan organisasi atau perusahaan. Analisis ini menegaskan bahwa setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan dengan pesaingnya.

## 2. *Weaknesses*/Kelemahan (W)

*Weaknesses* atau kelemahan artinya analisis kelemahan perusahaan saat ini meliputi kerentanan, situasi, atau kondisi. Ini adalah cara untuk menganalisis kelemahan perusahaan atau organisasi yang secara serius menghambat kemajuan perusahaan atau organisasi.

## 3. *Opportunity*/Peluang (O)

*Opportunity* atau peluang adalah analisis peluang, situasi, atau kondisi yang berada di luar bisnis atau perusahaan. Metode ini terdiri dari mencari peluang atau terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan atau organisasi berkembang di masa depan.

## 4. *Threats*/Ancaman (T)

*Threats*/ancaman singkatnya, analisis ini adalah analisis ancaman yang harus dihadapi perusahaan untuk mengatasi berbagai faktor-faktor lingkungan yang dapat merugikan dan menyebabkan kemunduran bisnis. Jika ancaman ini tidak segera ditanggulangi, akan menyebabkan hambatan bagi perusahaan baik saat ini maupun di masa depan.

## **2.5 Matriks SWOT**

Matriks SWOT ialah alat untuk menyusun faktor-faktor strategi bisnis dengan mengembangkan 4 strategi.

4 strategi tersebut yaitu :

- 1) Strategi SO (*Strength-Opportunity*) adalah strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut serta memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

- 2) Strategi ST (*Strenght-Threath*) adalah strategi berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman yang ada.
- 3) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) adalah strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 4) Strategi WT (*Weakness-Treaths*)  
Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif serta berusaha meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Faktor Internal	<i>Strenght (S)</i> Faktor kekuatan	<i>Weakness (W)</i> Faktor kelemahan
Faktor Eksternal		
<i>Opportunities (O)</i> Faktor peluang	Strategi SO	Strategi WO
<i>Treaths (T)</i> Faktor ancaman	Strategi ST	Strategi WT

Sumber : Matrik SWOT (Freddy Rangkuti, 2005)

### Gambar 2. 1 Matriks Analisis SWOT

Sumber : Freddy Rangkuti (2005)

## 2.6 Manfaat dan Kegunaan Analisis SWOT

Manfaat dan kegunaan analisis SWOT ialah :

1. Dapat digunakan untuk menganalisis lingkungan internal Lembaga/perusahaan dan menganalisis lingkungan eksternal Lembaga/perusahaan.
2. Dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana posisi sebuah perusahaan dengan perusahaan lainnya.
3. Dapat digunakan untuk mengetahui kemampuan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dibandingkan dengan pesaingnya.

4. Analisis SWOT dapat membantu menganalisis dan mengidentifikasi dari 4 sisi yang terkadang terlupakan.
5. Analisis SWOT dapat menjadi instrument yang kuat dalam melakukan analisis strategi untuk menemukan langkah yang tepat dengan situasi.

## **2.7 Pengertian *Business Model Canva* (BMC)**

*Business Model Canva* (BMC) adalah kerangka kerja untuk membahas model bisnis dengan menyajikannya secara visual dalam bentuk lukisan di atas kanvas atau biasa disebut peta konsep dan terdiri dari sembilan kotak, sehingga mudah dipahami. Model ini digunakan untuk menggambarkan, memvisualisasikan, mengevaluasi, dan memodifikasi model bisnis untuk eksekusi yang lebih baik. Menurut Osterwalder & Yves Pigneur (2014: 20) menjelaskan bahwa *Business Model Canva* (BMC) terdiri dari Sembilan blok bangunan bisnis yang berisikan bagian-bagian penting yang menjelaskan bagaimana organisasi tersebut menciptakan manfaat dan mendapatkan kemanfaatan dari para pelanggannya.

*Business Model Canva* (BMC) dapat digunakan di semua area bisnis tanpa terbatas sektor atau unitnya. BMC dapat sangat membantu para pelaku bisnis dalam merancang perencanaan bisnisnya, mempercepat proses analisis kekuatan dan kelemahan, hubungan para pelaku bisnis dengan pihak-pihak terkait bisnisnya, serta menganalisis kebutuhan dan manfaat dengan cepat dan efektif karena itulah tujuan dari *Business Model Canva* (BMC).

## **2.8 Sembilan Blok *Business Model Canva* (BMC)**

*Business Model Canva* dapat menjelaskan hubungan antara sembilan elemen model bisnis yang direpresentasikan secara visual, sehingga lebih mudah untuk memahami inovasi model bisnis perusahaan.

### 1. *Value Proposition*

Di dalam bisnis, akan selalu ada produk dan jasa yang ditawarkan. Blok atau kotak di area ini berisi produk dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dan menyajikan *value* bisnis yang diberikan kepada pelanggan.

### 2. *Customer Segments*

Pada blok ini memberikan informasi tentang segmen pasar yang diinginkan dan dapat dilayani oleh perusahaan. Segmentasinya ialah berdasarkan demografis, geografis, dan psikologis.

### 3. *Channels*

Pada blok ini menunjukkan bagaimana dan dimana perusahaan menambah nilai bagi pelanggannya. *Channel* yang digunakan bisa offline berupa toko fisik dan online dengan menggunakan market place dan media sosial seperti facebook, Instagram, twitter, whatsapp.

### 4. *Customer Relationship*

Blok ini menggambarkan tentang bagaimana bisnis dapat membangun hubungan bersama konsumen yang tetap setia. Cara mendapatkan kesetiaan konsumen salah satunya dengan memberikan promo atau *giveaway*.

### 5. *Key Partners*

Dalam blok ini mencantumkan pernyataan tentang pihak ketiga atau pihak yang bertindak sebagai mitra untuk menjalankan bisnis dan memberikan nilai kepada konsumen. Contoh umum dari mitra utama adalah pemasok.

#### 6. *Key Activities*

Blok ini menjelaskan apa yang harus perusahaan lakukan setiap hari untuk menjalankan bisnis, seperti bagaimana memproduksi, menjual, dan memberikan solusi kepada pelanggan.

#### 7. *Key Resources*

Pada blok ini memaparkan sumber daya hingga pengetahuan yang diperlukan dalam bisnis. Misalnya, peralatan lunak dan peralatan keras yang dipakai didalam menunjang kegiatan bisnis.

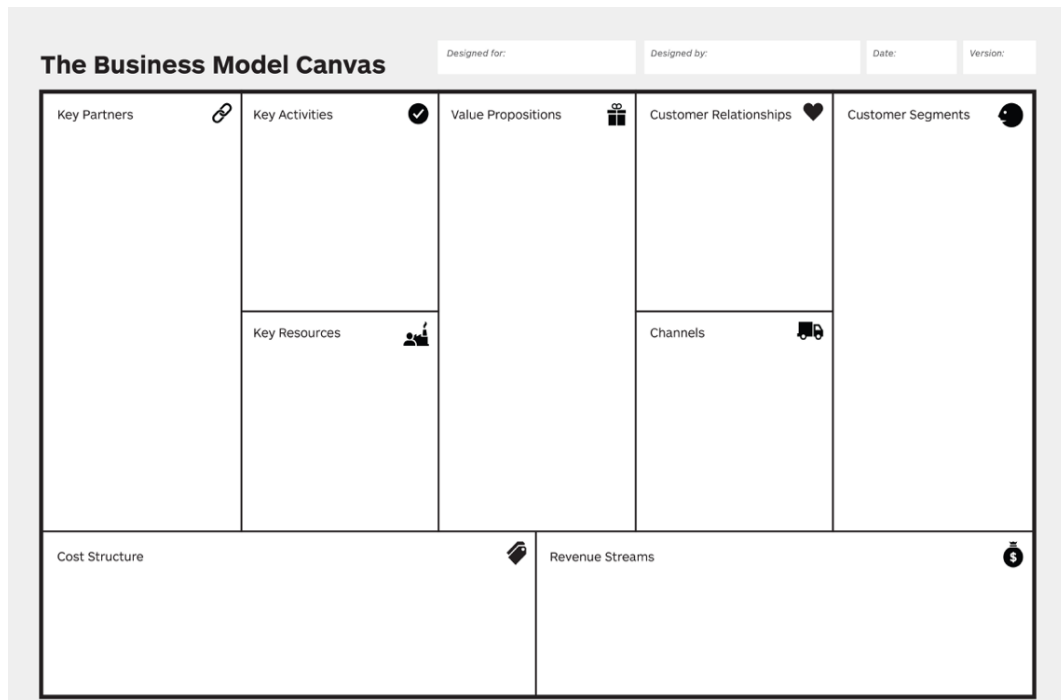
#### 8. *Cost Structure*

Blok ini menjelaskan terkait biaya yang dikeluarkan saat menjalankan dan mengembangkan bisnis.

#### 9. *Revenue Streams*

Blok ini memaparkan sumber pendapatan yang akan didapatkan dari bisnis tersebut.





**Gambar 2. 2 Sembilan blok Business Model Canva (BMC)**

*Sumber : Osterwalder, Pigneur & al (2010)*

## **2.9 Keunggulan dan Manfaat *Business Model Canva* (BMC)**

*Business Model Canva* (BMC) memiliki beberapa keunggulan seperti berikut ini:

1. *Business Model Canva* (BMC) memberikan gambaran secara singkat tentang rencana atau model bisnis dibandingkan dengan rencana bisnis tradisional yang banyak dan detail.
2. Karena bersifat visual *Business Model Canva* (BMC) lebih mudah dipahami oleh semua orang.
3. *Business Model Canva* (BMC) bisa digunakan oleh perusahaan besar maupun bisnis kecil seperti UMKM.

Selain memiliki keunggulan *Business Model Canva* (BMC) juga memiliki beberapa manfaat yaitu :

- 1) *Business Model Canva* (BMC) fokus terhadap poin penting perencanaan bisnis.
- 2) *Business Model Canva* (BMC) mengurangi resiko kekeliruan dalam menjalankan oprasional bisnis.
- 3) Menggunakan *Business Model Canva* (BMC) dapat mengetahui nilai proposi antara konsumen dengan produk atau jasa yang ada didalam bisnis.
- 4) *Business Model Canva* (BMC) membantu para pelaku bisnis mengetahui kebutuhan konsumen dengan tepat.

## **BAB III**

### **METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Pengertian desain penelitian ialah strategi yang dipilih oleh penulis untuk mengintegrasikan sepenuhnya komponen penelitian secara logis dan sistematis untuk membahas fokus penelitian. Pada kerja praktik ini penulis mengambil desain penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berhubungan dengan hal-hal yang bersifat dinamis yang terjadi di lapangan. Data-data penelitian didapatkan berupa tulisan serta lisan yang berasal dari wawancara dengan pengurus Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu dan juga mengamati dan juga melakukan observasi lapangan selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.2.1 Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif. Data kualitatif ialah data yang berbentuk verbal bukan bilangan. Penulis mendapatkannya dengan cara observasi dan wawancara.

##### **3.2.2 Sumber Data**

Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer adalah data atau informasi yang bersifat langsung dan dari sumber asli seperti observasi dan wawancara dengan pengurus BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan mengenai bisnis mereka khususnya pada unit sewa tarup.
2. Data Sekunder adalah data atau informasi yang sudah ada dan bersifat tetap. Seperti buku dan literatur terkait strategi bisnis.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penulisan laporan akhir ini berasal dari Praktik Kerja Lapangan di BUMDes Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu adalah :

#### **1. Metode Wawancara**

Wawancara merupakan salah satu cara untuk mendapatkan informasi atau keterangan yang berguna bagi penelitian. Menurut Sugiyono (2016:317) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang mendalam.

#### **2. Metode Observasi**

Observasi merupakan salah satu cara lainnya untuk mendapatkan informasi dengan cara pengamatan dan pencatatan. Menurut Sugiyono (2018: 229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain.

#### **3. Metode Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif dan juga berfungsi sebagai bukti sehingga dapat mengkonfirmasi data yang didapatkan.

#### **4. Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data-data yang relevan sesuai topik penelitian yang berasal dari buku, artikel ilmiah dan juga pendapat para ahli sebagai dasar befikir dan data pelengkap.

### **3.4 Objek Kerja Praktik**

#### **3.4.1 Lokasi dan Waktu Praktik**

Lokasi praktik berada di Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu. Waktu Praktik Kerja Lapangan (PKL) dari tanggal 17 Januari sampai 04 Maret 2022.

#### **3.4.2 Gambaran Umum Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)**

##### **3.4.2.1 Profil Singkat Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)**

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu sudah berdiri selama 7 tahun. Berdiri sejak tahun 2015 dan masih aktif hingga sekarang.

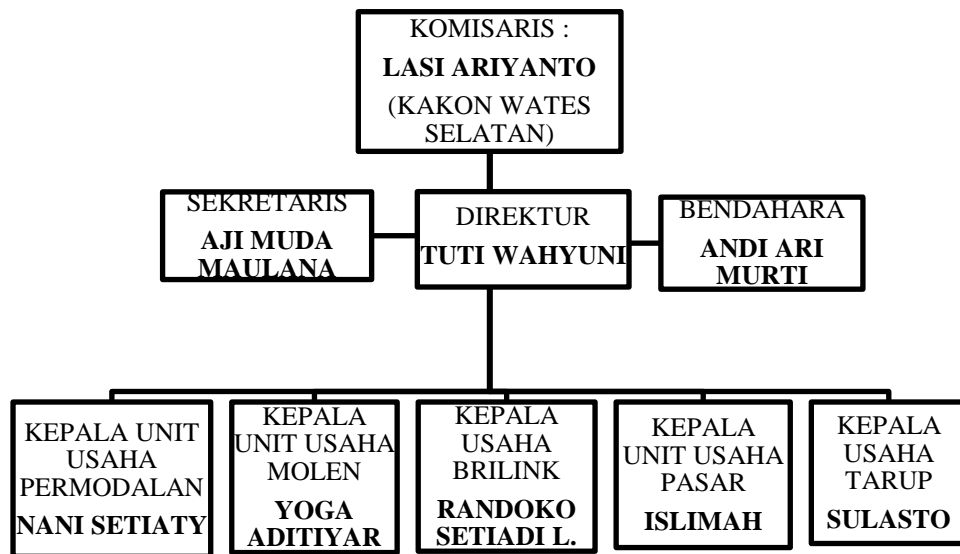
BUMDes Angkasa bergerak dibidang jasa dan memiliki lima unit usaha yaitu usaha sewa tarup, usaha sewa mesin molen, simpan pinjam, brilink, dan pasar. Untuk usaha sewa tarup BUMDes Angkasa memiliki 11 unit tarup dengan harga sewa Rp.80.000/unit. Sedangkan untuk usaha sewa mesin molen BUMDes Angkasa memiliki 2 unit dengan harga Rp. 25.000/seribu. BUMDes Angkasa mengadakan usaha pasar setiap hari selasa dan jum'at mulai pukul 06.00 sampai 08.00 WIB.

BUMDes Angkasa dipimpin oleh seorang direktur bernama Tuti Wahyuni. Jumlah keseluruhan pengurus BUMDes Angkasa sebanyak 9 orang yang terdiri dari komisariss, direktur, sekretaris, bendahara, dan 5 kepala unit usaha.

### 3.4.2.2 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu:

1. Komisaris : Bertanggung jawab untuk melaksanakan dan memberi nasihat kepada direktur dalam pelaksanaan kegiatan usaha desa.
2. Direktur : Bertugas melaksanakan pengelolaan BUMDes dengan menyusun rencana kerja dan anggaran tahunan bersama para pengurus BUMDes.
3. Sekretaris : Melakukan tugas kesekretarian yang mendukung kegiatan Direktur BUMDes serta mengerjakan administrasi umum kegiatan BUMDes
4. Bendahara : Melaksanakan kebijakan operasional pengelolaan keuangan unit usaha BUMDes, menyusun rencana anggaran pendapatan serta membuat pembukuan dan laporan keuangan BUMDes.
5. Kepala Unit Usaha : Mengelola dan merawat unit usaha agar berkembang dan memberi laporan perkembangan unit usaha kepada direktur BUMDes.



**Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)  
Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu**

*Sumber : Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan  
Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu*

### 3.4.2.3 Visi dan Misi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

#### A. Visi

Visi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu adalah terwujudnya kemandirian masyarakat yang sejahtera berlandaskan Iman dan Taqwa kepada Allah SWT.

## B. Misi

Misi dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Angkasa Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu ialah :

- Mendorong berkembangnya usaha-usaha peningkatan pendapatan masyarakat.
- Menampung seluruh usaha-usaha kegiatan perekonomian yang ada di masyarakat.
- Mendorong dan memfasilitasi proses penguatan kelembagaan usaha masyarakat.
- Menciptakan ruang dan peluang terhadap upaya pemberdayaan masyarakat miskin untuk meningkatkan kesejahteraan.
- Meningkatkan kemampuan kelembagaan masyarakat dalam mengelola kegiatan usaha dan pertanggung jawaban keuangannya.



## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan beberapa paparan sebagai berikut :

1. Menggunakan analisis SWOT dan BMC sebagai strategi bisnis BUMDes Angkasa bisa dengan mudah mendapatkan gambaran yang jelas tentang bisnisnya dan dapat melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnisnya. Sehingga dapat mempermudah BUMDes Angkasa bagaimana dalam menjalankan usaha sewa tarup dan melakukan keputusan untuk menghadapi persaingan yang ketat.
2. Analisis SWOT dan BMC juga dapat menjadi patokan BUMDes Angkasa dalam menyusun strategi bisnis agar penyewaan tarup dapat terus meningkat setiap bulan bahkan tahun.
3. Faktor internal lainnya yang bisa meningkatkan penyewaan tarup pada usaha sewa tarup di BUMDes Angkasa ialah harga sewa yang murah dan juga kualitas tarup yang baik.
4. Analisis SWOT BUMDes Angkasa terdiri dari *Strength* (kekuatan) yaitu produk yang berkualitas, harga sewa yang terjangkau dan harga sudah termasuk transportasi kirim dan pemasangan tarup. Sedangkan *Weakness* (kelemahan) yaitu target pasar hanya warga desa setempat, kurang kelengkapan tambahan tarup berupa alat pesta lainnya, desain tarup yang sederhana, tidak melakukan kegiatan promosi, dan kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM). Kemudian *Opportunity* (peluang) yaitu banyak acara yang menggunakan tarup, kepuasan pelanggan, mencakup banyak kalangan

pelanggan. Sedangkan untuk *Threat* (ancaman) yaitu tingkat persaingan bisnis yang tinggi, banyaknya promosi yang dilakukan pesaing, susahnya menggelar acara pada saat pandemi covid-19, dan perubahan cuaca.

5. Hasil analisis *Business Model Canvas* (BMC) pada BUMDes Angkasa yaitu blok yang ditingkatkan kapabilitasnya adalah pada blok *Key Resource* yaitu unit tarup yang harus ditambah untuk meningkatkan penyewaan serta menambah variasi warna dan rumbai tarup. Sumber daya manusia juga perlu ditambah dan ditingkatkan lagi agar terciptanya pelayanan yang memuaskan bagi konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan jumlah penyewaan tarup pada usaha sewa tarup BUMDes Angkasa harus banyak melakukan perubahan pada kelemahan usahanya seperti harus sering melakukan promosi salah satunya dengan promosi yang mudah dan tidak perlu mengeluarkan biaya yaitu membuat media sosial instagram dan facebook, mempunyai medial sosial juga berguna untuk memperluas pangsa pasar.
2. Melakukan inovasi desain tarup yang sesuai dengan perkembangan zaman dan disukai oleh banyak konsumen serta mempunyai alat sewa tarup karena konsumen selalu mencari tarup beserta alat pesta. Melakukan hal tersebut juga bisa membuat usaha sewa tarup BUMDes Angkasa tetap dapat bersaing dengan para pesaing bisnisnya.
3. BUMDes Angkasa dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas tarup yang dimiliki.
4. BUMDes Angkasa dapat meningkatkan kesiapan SDM seperti memberi pelatihan penggunaan sosial media untuk melakukan pemasaran yang lebih luas dan juga pelatihan membuat desain tarup yang beragam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allen Grant dan Mike Owens. (2010). *The Definitive Guide to SQLite*. New York:Aspress.
- Fatimah, F. N. A. D. (2016). *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Hamali S.S A.Y. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Edisi Pertama. Jakarta : Pramedia Grup.
- Hartatik, H., & Baroto, T. (2017). Strategi pengembangan bisnis dengan metode business model canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113-120.
- Hermawan, A., & Pravitasari, R. J. (2013). *Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis)*. Akselerasi. Id, 1-23.
- Hutahaean, R., Fahmi, I., & Yusuf, A. M. (2017). Perumusan strategi bisnis PT XYZ. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 3(3), 447-447.
- Kotler, P., dan & Keller, L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta:Erlangga.
- Manap, H. Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Mulyana, M. (2019). *Peran Pemasaran dalam Masyarakat dan Perusahaan*.
- Osterwalder, Pigneur, (2014). *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers dan Challangers*. Jhon Wiley & Sons, Inc, New Jersey.

Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.

Yunus, E. (2016). Manajemen Strategis. Penerbit Andi.

Undang-undang (UU) No. 6 Tahun 2014 Pasal 1 Ayat 6 tentang desa (diakses pada 14 Mei 2022)

<<https://dispmd.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/memahami-dan-mengerti-badan-usaha-milik-desa-bumdes-45>>