STRATEGI BISNIS USAHA AIR MINUM GALON ISI ULANG PADA BUMDES MEKAR JAYA DESA PANJEREJO KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU

(Laporan Akhir)

Oleh :

DELIMA FRISKA RAMADANTI
1901071005

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022

ABSTRAK

STRATEGI BISNIS USAHA AIR MINUM GALON ISI ULANG PADA BUMDES MEKAR JAYA DESA PANJEREJO KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU

Oleh :

DELIMA FRISKA RAMADANTI

Strategi bisnis adalah upaya suatu badan usaha dalam mengambil tindakan untuk mencapai tujuan penjualan. Strategi bisnis dalam penelitian ini adalah dengan melakukan analisis SWOT dan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) guna meningkatkan penjualan. Permasalahan dalam penulisan ini adalah "Bagaimana strategi bisnis yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mekar Jaya Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu untuk meningkatkan perkembangan usaha air minum galon ?". Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bisnis yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mekar Jaya Desa Panjerejo Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu dalam meningkatkan perkembangan usaha air minum galon. Metode Penulisan Laporan Akhir ini adalah dengan menggunakan data kualitatif yang diperoleh melalui hasil pengamatan dan wawancara selama melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 40 hari. Hasil Laporan Akhir ini adalah BUMDes Mekar Jaya, Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringseweu telah melakukan usaha Air Minum Galon Isi Ulang yang di kelola sejak tahun 2020. Tetapi usaha yang dijalankan oleh BUMDes Mekar Jaya belum sesuai dan tepat. Sehingga diperlukannya Strategi Bisnis dengan menggunakan Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC).

Kata Kunci : Strategi bisnis, Analisis SWOT, *Business Model Canvas* (BMC).

STRATEGI BISNIS USAHA AIR MINUM GALON ISI ULANG PADA BUMDES MEKAR JAYA DESA PANJEREJO KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU

(Laporan Akhir)

Oleh:

DELIMA FRISKA RAMADANTI
1901071005

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai Sebutan
AHLI MADYA (A.Md.)

Pada

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022

Judul Laporan Akhir : **STRATEGI BISNIS USAHA AIR MINUM GALON ISI ULANG PADA BUMDES MEKAR JAYA DESA PANJEREJO KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU**

Nama Mahasiswa : *Delima Friska Ramadanti*

Nomor Pokok Mahasiswa : **1901071005**

Program Studi : **DIII Manajemen Pemasaran**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

MENYETUJI

1. Komisi Pembimbing

Pembimbing

Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc.
NIP 197703242008122001

2. Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran

Dr. Dorothy R H Pandjaitan, S.E., M.Si
NIP 198101262008012011

HALAMAN PENGESAHAN

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

Penguji Utama : **Dr. Dorothy R H Pandjaitan, S.E., M.Si.** .....

Sekertaris Penguji : **Mutiasari Nur Wulan, S.A.B., M.M.** .....

Tanggal Lulus Ujian : **27 Juni 2022**

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung

Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1003

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul :

STRATEGI BISNIS USAHA AIR MINUM GALON ISI ULANG PADA BUMDES MEKAR JAYA DESA PANJEREJO KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU

Adalah hasil karya sendiri.

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

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

Bandarlampung, 27 Juni 2022

Yang Memberikan Pernyataan

Delima Friska Ramadanti

1901071005

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Delima Friska Ramadanti di lahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 09 Desember 2000. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Azhar Abdullah dan Ibu Agustina Desi Ariyanti.

Pendidikan Formal yang pernah ditempuh oleh penulis yaitu :

1. TK Taruna Jaya Perumnas Way Halim Bandar Lampung, diselesaikan pada tahun 2007
2. SD Negeri 2 Perumnas Way Halim Bandar Lampung, diselesaikan pada tahun 2013
3. SMP Kartika II-2 Bandar Lampung, diselesaikan pada tahun 2016
4. SMA Negeri 2 Bandar Lampung, diselesaikan pada tahun 2019

Selanjutnya pada tahun 2019 penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Lampung, melalui jalur vokasi. Pada tahun 2022 penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) secara offline mulai dari tanggal 17 Januari sampai dengan 4 Maret 2022 di Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mekar Jaya, Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupanjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan kesempatan dalam menyelesaikan Laporan Akhir saya dengan segala kekurangannya. Segala Syukur ku ucapkan, karena telah menghadirkan orang orang berarti di sekelilingku. Yang selalu memberiku semangat dan doa, sehingga Laporan Akhir ini diselesaikan dengan baik.

Teruntuk kedua orang tua ku tersayang, ku persembahkan karya ini untuk kalian orang tuaku yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk anak mu ini. Apa yang sekarang saya dapatkan hari ini belum mampu membayar semua kebaikan, keringat dan juga air mata bagi saya. Terima kasih atas segala pelajaran yang kedua orang tuaku berikan sehingga saya dapat menjadi anak yang kuat dan tidak menyerah sampai saat ini. Terima kasih telah menyebut namaku di setiap doa kalian dan kasih sayang yang sangat besar akan selalu kuingat dan tidak akan pernah ku lupakan hingga saya tua nanti. Semoga kebahagiaan yang saya dapatkan hari ini dan seterusnya dapat membuat kedua orang tua kuselalu bahagia.

Teruntuk Kakakku M.Syarif Hidayatullah & Annisa Putri Maysizar, Adikku Assami Qathrinnada yang selalu memberi semangat, dukungan dan doa, terima kasih semoga kalian selalu diberikan kesehatan dan keberkahan. Kalian semua anugrah terindah dalam hidupku

MOTTO

"Jangan kamu merasa lemah dan jangan bersedih, sebab kamu paling tinggi derajatnya jika kamu beriman." (QS. Ali Imran: 139)

"Allah (Tuhan) tidak bermaksud menyulitkan kamu, tetapi Dia bermaksud untuk menyucikan kamu dan melengkapi nikmat-Nya sehingga kamu dapat bersyukur." (QS. Al-Ma'idah: 6)

"Jangan putus asa, atau sedih." (QS. Ali Imran: 139)

SANWACANA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan akhir yang berjudul "**STRATEGI BISNIS USAHA AIR MINUM GALON ISI ULANG PADA BUMDES MEKAR JAYA DESA PANJEREJO KECAMATAN GADINGREJO 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 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 Manjemen Pemsaran dan Dosen Penguji Utama dalam melaksanakan Ujian Komprehensif. Terima kasih telah memberikan arahan dan meluangkan waktu untuk membimbing serta menguji hasil dari penyusunan laporan akhir ini.

4. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E.,M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Laporan Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran. Terima kasih atas bimbingan, arahan, saran, serta masukan yang sangat membantu dalam proses penyusunan laporan akhir ini.

5. Ibu Mutiasari Nur Wulan, S.A.B., M.M. Selaku Sekretaris Penguji. Terima kasih yang ikut serta membantu menguji dan memberi saran untuk laporan akhir ini.

6. Bapak Driya Wiryawan, S.E., M.M. Selaku Pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan dukungan selama menjalani pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

7. Para dosen, serta staff yang telah memberikan ilmu dan bantuan, pengarahan, dan informasi selama menjadi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

8. Bapak Sugiyanto sebagai Ketua BUMDes Mekar Jaya, Mba Erima selaku sekretaris, Bapak Sudiyono selaku pengawas, Bapak Miswanto selaku penasihat, Bapak Puji Dwiyanto selaku bendahara dan seluruh masyarakat pekon panjerejo. Terima kasih telah memberikan kontribusi dan bantuannya bagi peneliti selama menjalani Praktik Kerja Lapangan.

9. Kedua orang tuaku, Ayah dan Bunda, keluargaku semua. Terima kasih atas doa, dukungan yang kalian berikan semoga kalian sehat selalu dan selalu dalam lindungan Allah SWT. Karena berkat doa kalian juga laporan akhirku ini berjalan dengan lancar.

10. Untuk Kakakku Syarif, Annisa dan Adikku Qetrin. Terima kasih telah memberikan canda tawa kalian di dalam rumah walaupun kalian terkadang menyebalkan. Semoga kalian selalu sehat dan segala recana niat baik nya tercapai.

11. Sahabatku Nci, Meita, Pipi sahabat dari SMP. Terima kasih sudah jadi teman curhat, sudah saling mengerti satu sama lain, walaupun kita sering banyak drama dan julid hahaha. Semoga persahabatan kita sampai tua.

12. Sahabat SMA ku Nadya, Sofia, Widya, Wanda, Hanita, Aurel, Marinda. Terima kasih atas dukungan dan doa yang kalian berikan. Semoga kita bisa suskes bareng-bareng ya.

13. Sahabatku BAOM, Jeje, Elda, Windy, Alya, Bella, Ntum. Terima kasih sudah mewarnai kehidupan selama perkuliahan ini, terima kasih untuk canda tawa, senang, susah, dan sedih nya. Semoga kita jadi orang yang sukses dan mendapatkan pekerjaan yang sesuai keinginan kita. Dan semoga kita bisa bareng-bareng terus ya guys.

14. Untuk Bangtan Enthu, Kak Cagat, Jeje, Qetrin. Terima kasih sudah menemaniku di dunia fangirling semoga kita bisa terus ngefangirl dan ngehalu ria bareng-bareng sampai bosan ya haha. Dan semoga impian kita nonton konser BTS bisa tercapai.

15. Serta seluruh Rekan Mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran 2019 yang selalu memberi semangat semasa perkuliahan.

16. Almamater tercinta, Universitas Lampung.

Semoga segala kebaikan yang diberikan dibalas oleh Allah SWT. Akhir kata bahwa Laporan Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bandarlampung, 2022
Penulis,

Delima Friska Ramadanti

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**

HALAMAN JUDUL ..... **ii**

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**

PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **v**

RIWAYAT HIDUP ..... **vi**

PERSEMBAHAN ..... **vii**

MOTTO ..... **viii**

SANWACANA ..... **ix**

DAFTAR ISI ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 5

1.3 Tujuan Penelitian 5

1.4 Manfaat Penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **7**

2.1 Strategi 7

2.2 Bisnis 7

2.3 Strategi Bisnis 8

2.4 Analisis SWOT 9
2.4.1 Pengertian Analisis SWOT 9
2.4.2 Matriks SWOT 10
2.5 Business Model Canvas (BMC) 11

BAB III METODE DAN PROSES PENYELESAIAN 15
3.1 Desain Penelitian 15
3.2 Jenis dan Sumber Data 15
3.2.1 Jenis Data 15
3.2.2 Sumber Data 15
3.3 Metode Pengumpulan Data 15
3.3.1 Metode Observasi 16
3.3.2 Wawancara 16
3.3.3 Dokumentasi 16
3.4 Objek Kerja Praktik 16
3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik 16
3.4.2 Gambaran Umum BUMDes 16
3.4.2.2 Struktur Organisasi 17

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 19
4.1 Analisis SWOT 19
4.1.1 Kekuatan *(Strengths)* 19
4.1.2 Kelemahan *(Weakness)* 19
4.1.3 Peluang *(Opportunities)* 19
4.1.4 Ancaman *(Threats)* 20
4.2 Strategi Bisnis BUMDes Mekar Jaya berdasarkan Analisis Matriks SWOT 20

4.3 Strategi bisnis yang dapat diterapkan oleh BUMDes Mekar Jaya 22

4.4 *Business Model Canvas* (BMC) 25

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 29

5.1 Simpulan 29

5.2 Saran 30

DAFTAR PUSTAKA 31

LAMPIRAN 32

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

Tabel 1. 1 Depot Air Minum Galon Isi Ulang di Kabupaten Pringsewu 3
Tabel 1. 2 Data Penjualan Air Minum Galon Isi Ulang BUMDes Mekar Jaya 4
Tabel 2. 1 Matriks Analisis SWOT.....11
Tabel 4. 1 Matriks SWOT BUMDes Mekar Jaya.....20
Tabel 4. 2 Analisis Matriks SWOT Air Minum Galon Isi Ulang pada BUMDes Mekar Jaya yang sudah dilakukan BUMDes dan disarankan oleh penulis……24
Tabel 4. 2 Business Model Canvas yang dijalankan BUMDes Mekar Jaya 26

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

Gambar 2. 1 *Bisnis Model Canvas* (BMC) 13

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi BUMDes Mekar Jaya..... 17

DAFTAR LAMPIRAN

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

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan usaha desa yang dikelola oleh desa, dan berbadan hukum. Pemerintah desa dapat mendirikin Badan Usaha Milik Desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa. Pemanfaatan potensi desa dapat membantu tercapainya tujuan utama BUMDes yaitu meningkatkan perekonomian desa, menguatkan kelembagaan ekonomi desa, meningkatkan pembangunan desa, dan memberdayakan hak masyarakat.

Menurut UU No. 6 Tahun 2012 Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) tentang Desa pasal 1 ayat (6) didefinisikan sebagai badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modal yang dimiliki oleh desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa, pelayanan, dan usaha lain untuk sebesar -besarnya kesejahteraan masyarakat desa.

Untuk mengembangkan usaha desa, maka diperlukan strategi bisnis. Strategi bisnis adalah upaya dalam mengambil kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen dan tindakan yang terintegrasi serta dirancang untuk memabangun keunggulan dalam persaingan bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan bisnis. Menurut Hariadi (2003) strategi bisnis merupakan rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan bagaimana membangun dan memperkuat posisi bersaing produk dan jasa perushaan dalam industri atau pasar tertentu yang dilayanan divisi tersebut.

Dalam strategi bisnis Analisis SWOT adalah strategi yang memanfaatkan 4 elemen penting untuk mengumpulkan infromasi sebanyak-banyaknya dalam menngembangkan bisnis. Analisis SWOT adalah suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan),

Opportunity (peluang) dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT akan menjadi sebuah titik tumpu dari perkembangan bisnis. Hasil Analisis SWOT yang baik akan memberikan rencana bisnis yang perlu dikerjakan untuk beberapa bulan atau bahkan tahun kedepan. Analisis SWOT dapat membantu suatu bisnis untuk mengenenali kekuatan mereka dan memanfaatkan sebagai peluang yang menguntungkan. Serta dapat membantu bisnis memahami setiap kekurangan dan ancaman.

Selain Analisis SWOT, *Business Model Canvas* (BMC) juga bisa digunakan untuk mengembangkan strategi bisnis. Bisnis Model Canvas (BMC) merupakan sebuah startegi manajemen yang digunakan untuk membantu merancang sebuah perencangan bisnis perushaan. BMC dapat memudahkan untuk membantu memvisualisasikan ide atau konsep bisnis yang sedang di lakukan. BMC mempunyai tampilan berupa visual chart yang terdiri dari 9 Fundamental Bisnis yang digunakan dalam pembuatan *Bussines Model Canvas* : *Key Parrtners* (Kerja Sama Partner), *Key Activities* (Aktivitas Yang Dijalankan, *Key Resources* (Sumber Daya), *Value Propotion* (Proposi Nilai), *Customer Relationship* (Hubungan Dengan Konsumen), *Channels* (Saluran Atau Media), *Customer Segments* (Segmentasi Konsumen), *Cost Structure* (Struktur Biaya), *Revenue Stream* (Aliran Pendapatan). BMC banyak digunakan karena kemudahan dalam proses pembuatannya yang lebih ringkas dan mudah untuk dipahami.

BUMDes sendiri memiliiki unit usaha, yang masing masing memiliki keunggulan untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat untuk mensejahterakan mayarakat desa. Salah satunya adalah SAMDes (Saluran Air Milik Desa). SAMDes (Saluran Air Milik Desa) merupakan unit usaha yang dijalankan pada BUMDes Mekar jaya dari tahun 2018 sampai dengan sekarang. SAMDes (Saluran Air Milik Desa) pada desa Panjerejo Kabupaten Pringsewu merupakan unit usaha yang dijalankan desa untuk kepentingan masyarakat desa itu sendiri. Pada awalnya Desa Panjerejo marupakan desa yang minim akan sarana aliran air bersih, sehingga BUMDes Mekar Jaya mandirikan unit usaha SAMDesa (Saluran Air Milik Desa). Unit usaha SAMDes (Saluran Air Milik Desa) yang berada di desa Panjerejo Kabupatem Pringsewu menggunakan sistem dan prosedur yang ada pada desa tersebut

dengan metode pembayaran tunai dengan cara penagihan setiap bulannya, tagihan berupa meter. Dan seiring berjalannya waktu BUMDes Mekar Jaya mendirikan unit usaha lagi yaitu Air Minum Galon Isi Ulang untuk memenuhi kebutuhan air minum yang bersih di desa karena dengan adanya SAMDes (Saluran Air Milik Desa) yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan air bersih BUMDes memanfaatkan SAMDes (Saluran Air Milik Desa) juga untuk kebutuhan air minum dengan mendirikan Air Minum Galon Isi Ulang.

BUMDes Mekar Jaya, Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu yang salah satu unitnya memproduksi usaha air minum galon isi ulang yang sudah berjalan sejak tahun 2020. Usaha ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memberikan kualitas air minum yang layak untuk dikonsumsi. Karena air minum merupakan kebutuhan pokok yang paling penting dalam kehidupan manusia guna untuk menjaga keberlangsungan hidup manusia agar menjadi lebih sehat. Seiring dengan berkurangnya sumber mata air mineral yang terdapat di lingkungan BUMDes Mekar Jaya di karenakan dampak dari perkembangan globalisasi yang semakin meluas tanpa batas serta tingginya kebutuhan air menjadi pendorong diperlukannya air minum yang praktis. Dengan adanya masalah tersebut maka muncul suatu gagasan BUMDes Mekar Jaya untuk membangun sebuah unit usaha depot air minum.

Depot air minum merupakan usaha yang menyediakan air minum isi ulang menggunakan galon. Maka dari itu, para pemilik usaha dalam bidang ini harus mampu dan dituntut untuk menciptakan ide-ide kreatif agar dapat bertahan lama di dalam industri dan juga mendapatkan keuntungan yang besar dalam persaingan yang semakin ketat.

Berikut ini daftar beberapa Depot Air Minum Galon Isi Ulang yang tersebar di Kabupaten Pringsewu :

Tabel 1. 1 Depot Air Minum Galon Isi Ulang di Kabupaten Pringsewu

No	Nama Depot	Lokasi Depot
1.	Air minum isi ulang Karawang	Jl. Raya Hm. Ghardi No. 01, Kec. Ambarawa, Kabupaten Pringsewu.
2.	Air isi ulang Al Kautsar Bumindo	Jl. Kota Kediri, Kec. Gadingrejo,

		Kabupaten Pringsewu.
3.	Air minum isi ulang Azriqua	Jl. Kapten Silitongam Pandansari Sel, Kec. Sukoharjo, Kab Pringsewu.
4.	Air minum isi ulang Nyoman	Jl. KH Agus Salim, Kec. Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu
5.	Depot isi ulang Melanie	Jl. Raya Gumukmas, Kec. Pagelaran, Kabupaten Pringsewu
6.	Depot air minum KH GHALIB	Jl. KH. Gholib Raya, Kec. Pringsewu, Kabupaten Pringsewu

Sumber : Sekertaris BUMDes Mekar Jaya Desa Panjerejo, Kecamtan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu

Pada Kabupaten Pringsewu sudah banyak berdiri Depot Air Minum Galon Isi Ulang, salah satunya Depot Air Minum Galon isi Ulang BUMDes Mekar Jaya, Desa Panjerejo yang bergerak dalam bidang air minum isi ulang yang didirikan dan dikelola dari tahun 2020. Maka dari itu penulis melakukan wawancara dengan Sekertaris BUMDes Mekar Jaya, dari hasil wawancara diperolah data mengenai penjualan Air Minum Galon Isi Ulang BUMDes Mekar Jaya sebagai berikut.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Air Minum Galon Isi Ulang BUMDes Mekar Jaya

Bulan	Penjualan	
	2020	2021
Januari	Tidak ada penjualan	325 galon
Februari	Tidak ada penjualan	249 galon
Maret	Tidak ada penjualan	308 galon
April	Tidak ada penjualan	295 galon
Mei	Tidak ada penjualan	253 galon
Juni	Tidak ada penjualan	375 galon
Juli	300 galon	247 galon
Agustus	412 galon	179 galon
September	308 galon	Tidak ada penjualan

Oktober	342 galon	Tidak ada penjualan
November	434 galon	Tidak ada penjualan
Desember	461 galon	Tidak ada penjualan
Jumlah	2.257 galon	2.231 galon

Sumber : Sekertaris BUMDes Mekar Jaya Desa Panjerejo, Kecamtan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu tahun 2020 - 2021

Dari tabel 1.1 diketahui bahwa terjadi penjualan yang tidak stabil di setiap bulannya. Maka dari itu BUMDes Mekar Jaya diharapkan bisa untuk terus memberikan keyakinan pada konsumen untuk tetap melakukan pembelian Air Minum Galon Isi Ulang pada BUMDes Mekar Jaya. Oleh karena itu diperlukan strategi bisnis yang tepat agar mendapatkan jangkauan konsumen yang lebih luas dan dapat meningkatkan usaha air minum galon isi ulang pada BUMDes Mekar jaya.

Berdasarakan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas dan mengingat pentingnya strategi bisnis bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mekar Jaya, maka penulis tertarik untuk membahas masalah tersebut dengan judul **"Strategi Bisnis Usaha Air Minum Galon Isi Ulang Pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mekar Jaya, Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu".**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat di identifikasikan permasaahannya adalah "Bagaimana strategi bisnis yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mekar Jaya Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu untuk meningkatkan perkembangan usaha air minum galon ?"

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya. Adapun yang menjadi tujuan penulisan laporan akhir adalah untuk mengetahui strategi bisnis yang

dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mekar Jaya, Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu untuk meningkatkan perkembangan usaha air minum galon.

1.4 Manfaat Penelitian

a) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan tentang strategi bisnis pada usaha Air Minum Galon isi ulang pada BUMDes Mekar Jaya Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu.

b) Bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mekar Jaya Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam hal strategi bisnis untuk perkembangan usaha pada BUMDes Mekar Jaya Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu, agar memberikan kualitas air minum yang layak untuk dikonsumsi masyarakat.

c) Bagi Pembaca

Dapat dimanfaatkan untuk menambah pengetahuan serta lebih memahami mengenai strategi bisnis pada suatu usaha.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi

2.1.1 Pengertian strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu. Menurut David (2012: 17) strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Hal ini sejalan dengan Hunger dan Wheelen (2011: 16) bahwa strategi perusahaan merupakan rumusuan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Pengertian strategi menurut Rangkuti (2009: 3) adalah alat untuk mencapai tujuan. Tujuan utamnya adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perushaan lingkungan eksternal.

2.2 Bisnis

2.2.1 Pengertian Bisnis

Kata “Bisnis” dalam bahasa Indonesia dari kata *“Business”* dari bahasa inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan.

Menurut Sukirno (2010: 20) Bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh suatu keuntungan. Semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidup nya terpenuhi. Tidak ada orang yang melakukan bisnis untuk mencari kerugian.

Menurut Madura (2001: 2) Bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan. Setiap binis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat

karena bisnis tersebut. Kerja sama lintas fungsional di dalam bisnis adalah dengan menekankan kebutuhan para manajer dari area fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan laba dalam pencapaian tujuan bersama.

Dari pengertian diatas, penulis dapat menyimpulakan bisnis adalah keseluruhan rangkaian kegiatan menjalankan investasi terhadap sumber daya yang ada yang dapat dilakukan baik secara individu maupun secara kelompok, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan meningkatkan taraf hidup dengan menciptakan barang atau jasa guna mendapatkan laba / keuntungan yang sebesar-besarnya.

2.3 Strategi Bisnis

2.3.1 Pengertian Strategi Bisnis

Menurut Jeowono (2012: 3) Strategi Bisnis yang utama dalam perusahaan adalah bagaimana membangun dan memperbaiki posisi perusahaan dalam persaingan bisnis jangka panjang, adapun 5 prinsip yang harus dipenuhi antara lain :

1. Memberikan jawaban atau reaksi atas perubahan yang sedang terjadi dalam bidang industri perekonomian, politik, hukum dan sebagiannya;
2. Berisikan langkah-langkah dan pendektan untuk menghadapi persaingan;
3. Menciptakan kemampuan dan kesanggupan bersaing yang berkualitas;
4. Menyatakan inisiatif strategi dari tiap departemen fungsional;
5. Menempatkan strategi utama kegiatan operasional perushaan,

Jeowono (2012: 3) mengatakan bahwa strategi bisnis adalah strategi mencapai tujuan yang sering dianalogikan dengan strategi catur, yang dimana sistematika berfikir, penyusunan rencana, kesigapan melangkah, keberanian mengambil resiko dan gairah untuk memenangkan pertandingan merupakan beberapa karakteristik permainan catur yang relevan dengan praktek pengelolaan bisnis.

Menurut Solihin (2012, p196) startegi bisnis dengan strategi pada level korporat. Strategi di level bisnis ini lebih memfokuskan untuk meningkatkan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan di dalam segmen pasar tertentu.

Dari pendapat-pendapat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa strategi bisnis merupakan strategi untuk mencapai tujuan dalam pengelolaan bisnis yang merupakan pedoman untuk rencana strategi suatu perushaan yang dimaksudkan untuk membangun dan memperkuat posisi bersaing produk atau jasa yang dimaksudkan untuk membangun dan memperkuat posisi bersaing produk atau jasa perushaan dalam industri.

2.4 Analisis SWOT

2.4.1 Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan *(Strengths)*, kelemahan *(Weakness)*, peluang *(Oppurtunities)* dan ancaman *(Threats)* yang terjadi dalam proyek atau sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentuan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagi faktor eksternal.

Menurut Rangkuti (2016:10) Analisis SWOT adalah metode pernecanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan *(Strengths)*, kelemahan *(Weakness)*, peluang *(Opportunities)*, dan ancaman *(Threats)* dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT *(strengths, weakness, opportunities, dan threats)*.

Berikut ini adalah penjelasan dari analisis SWOT :

1. **Keunggulan *(Strengths)***

   Keunggulan adalah gambaran hal-hal positif dari sebuah perusahaan, baik dari sumber daya maupun nilai-nilai perushaan, seperti: pelayanan yang berbeda, merek yang kuat, teknologi yang terbaru, dll. Keunggulan memberikan penampilan positif dan memberikan keunggulan kompetitif terhadap perusahaan sejenis.

2. **Kelemahan *(Weakness)***

Kelemahan adalah keterbatan yang dimiliki perusahaan dalam meraih tujuan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, keuangan, pengelolaan manajemen perusahaan, dan kemampuan pemasaran yang minim.

3. Peluang (*Opportunities)*

Peluang adalah situasi penting dari luar perusahaan yang memiliki potensi menguntungkan perusahaan, baik secara nilai maupun materi. Contohnya adalah: perubahan teknologi, pertumbuhan tingkat ekonomi.

4. Ancaman *(Threats)*

Ancaman merupakan situasi dari luar perushaan yang memiliki potensi menyebabkan masalah dan gangguan bagi perusahaan. Salah satu yang menjadi ancaman bagi perusahaan adalah perubahan regulasi dari pemerintah.

2.4.2 Matriks SWOT

Menurut David (2012: 327), matriks kekuatan,, kelemahan, peluang dan ancaman adalah sebuah alat pencocokan yang penting membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO *(Strength-Opportunnities)*, Strategi WO *(Weakness-Opportunnities)*, Strategi ST *(Strength-Threats)*, dan Strategi WT *(Weakness-Threats)*.

Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Semua manajer tentunya menginginkan organisasi mereka berada dalam posisi di mana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagi *trend* dan kejadian eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Peluang-peluang besar terkadang muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut. Strategi ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Proses ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal. Strategi WT merupakan taktik *defensive* yang diarahkan untuk

mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi yang menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal benar-benar dalam posisi yang membahayakan. Pada kenytaannya, perusahaan semacam itu mungkin harus berjuang untuk bertahan hidup, melakukan merger, penciutan, menyatakan diri bangkrut, atau memilih likudasi.

Tabel 2. 1 Matriks Analisis SWOT

Matriks Analisis SWOT	**STRENGHTH (S)** Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	**WEAKNESS (W)** Tentukan 5-10 kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	**STRATEGI (S-O)** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**STARTEGI (W-O)** Ciptakan strategi uang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	**STRATEGI (S-T)** Ciptakan strategi Yng menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**STRATEGI (W-T)** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT (2017: 26)

2.5 Business Model Canvas (BMC)

2.5.1 Pengertian *Business Model Canvas* (BMC)

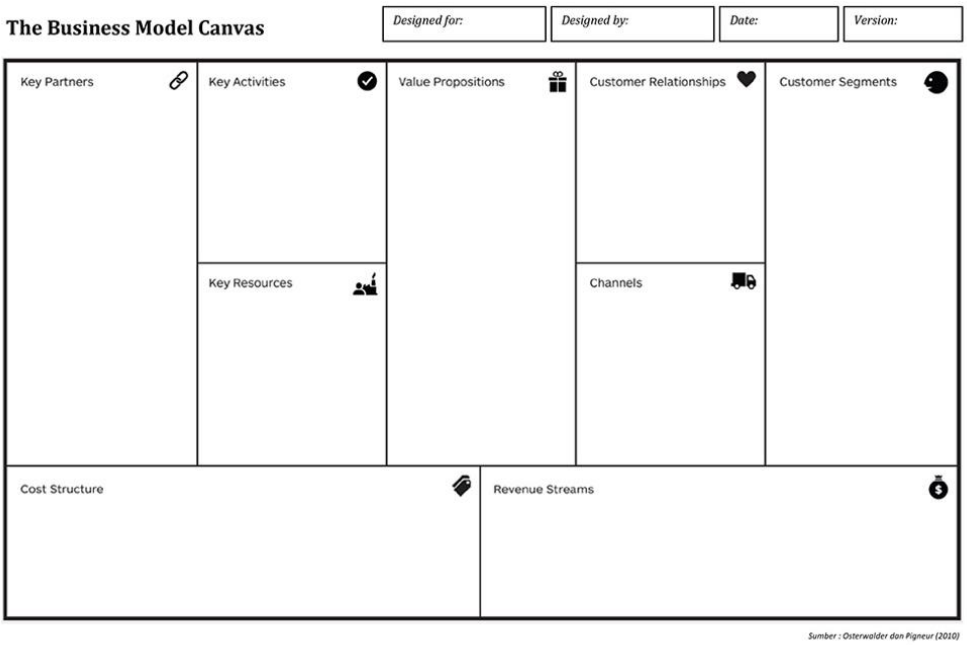
Menurut *Osterwalder & Yves Pigneur* (2014) menjelaskan bahwa *Business Model Canvas* terdiri dari sembilan elemen blok bangunan bisnis. Blok banguna ini berisikan bagian-bagian penting yang menjelaskan tentang bagaimana

organisai tersebut menciptakan manfaat dan juga mendapat kemanfaatan dari para pelanggannya. Adapun bagian dalam *Business Model Canvas* tersebut meliputi *Customer Segment, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership dan Cost Structure.*

Manfaat dar *Business Model Canvas* bisa menjabarkan, menganalisis, dan merancang secara kreatif dan inovatif dalam upaya membentuk, memberikan, dan menangkap dimensi pasar dan mendongkrak permintaan dengan cara menginovasi sebuah nilai. *Business Model Canvas* ini dipaparkan secara visual berupa suatu kanvas/gambar sehingga membantu memudahkan untuk dipahami oleh sang pembaca. Pihak *stakeholder* perusahaan bisa menyesuaikan bentuk Business Model Canvas ini sesuai dengan kebutuhan usahanya.

2.5.2 Elemen-Elemen *Business Model Canvas* (BMC)

Dalam bukunya yang berjudul *"Business Model Generation" 2010* Osterwalder dan Pigneur memuat suatu kerangka Business Model yang berbentuk kanvas dan terdiri dari 9 kotak yang saling berkaitan. Kotak-kotak itu berisikan elemen-elemen yang penting yang menggambarkanbagaiman organisasi menciptakan dan mendapatkan manfaat bagi pelanggan dan dari pelanggannya.



Gambar 2. 1 *Bisnis Model Canvas* (BMC)

(Sumber : Osterwalder dan Pigneur (2012: 44)

1. ***Customer Segments* (Segmen Pelanggan)**

   Blok bangunan segmen pelanggan menggambarkan sekelompok orang atau organisasi berbeda yang ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan.

2. ***Value Propositions* (Proposi Nilai)**

   Blok Banguan proposi nilai menggambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk segmen pelanggan spesifik.

3. ***Channels* (Saluran)**

   Blok bangunan saluran menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan berkomunikasi dengan segmen pelangganya dan menjangkau mereka untuk memberikan proposi nilai.

4. ***Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)**

   Hubungan dengan pelanggan dibangun sesuai dengan *customer segmen* dikarenakan setiap segmentasi memiliki segmen yang berbeda.

5. ***Revenue* (Arus Pendapatan)**

   Blok bangunan arus pendapatan menggambarkan uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari maing-masing segmen pelanggan (biaya harus mengurangi pendapatan untuk menghasilakan pemasukan).

6. ***Key Resources* (Sumber Daya Utama)**

   Blok bangunan sumber daya utama yang menggambarkan aset-aset terpenting yang diperlukan agar sebuah model bisnis dapat berfungsi.

7. ***Key Activities* (Aktivitas Kunci)**

   Blok bangunan aktivitas kunci yang menggambarkan hak-hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat bekerja.

8. ***Key Partnership* (Kemitraan Utama)**

   Blok bangunan kemitraan utama menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapt bekerja. Perusahaan membentuk kemitraan dengan berbagai alasan, dan kemitraan menjadi landasan dari berbagai model bisnis.

9. ***Cost Structure* (Struktur Biaya)**

   Blok bangunan *cost structure* ini menjelaskan biaya terpenting yang muncul ketika mengoperasikan model bisnis tertentu.

BAB III

METODE DAN PROSES PENYELESAIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Sugiyono (2017), metode penilitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan kegunaan tertentu. Oleh karena itu, penelitian memilih menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian tersebut. Penelitian kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus (Sugiyono, 2017).

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data kualitatif adalah jenis data non-numerik atau bukan berupa symbol atau angka. Data ini berupa data dan infromasi yang berbentuk kalimat verbal. Data kualitatif dapat melalui proses menggunakan analisi mendalam.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada peneliti. Sumber data primer adalah wawancara dengan subjek penelitian baik secara observasi ataupun pengamatan langsung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan, penulis menggunakan metode - metode sebagai berikut :

3.3.1 Metode Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan melalui cara terjun langsung Ke BUMDes yang dilaksanakan dari 17 Januari sampai dengan 04 Maret 2022 untuk mendapatkan data primer dari pengamatan di lokasi serta meliputi wawancara langsung dari pihak BUMDes.

3.3.2 Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dan infromasi dengan cara langsung bertanya kepada pengurus BUMDes Mekar Jaya, Desa Panjerejo, Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu.

3.3.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Dokumentasi digunakam sebagai bukti sehingga data yang diperoleh dapat dikonfrimasi kembali.

3.4 Objek Kerja Praktik

3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik

Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan yang berlokasi di BUMDes Mekar Jaya, Desa Panjerejo, Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu. Waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan selama 40 hari terhitung mulai tanggal 17 Januari sampai dengan 04 Maret 2022.

3.4.2 Gambaran Umum BUMDes

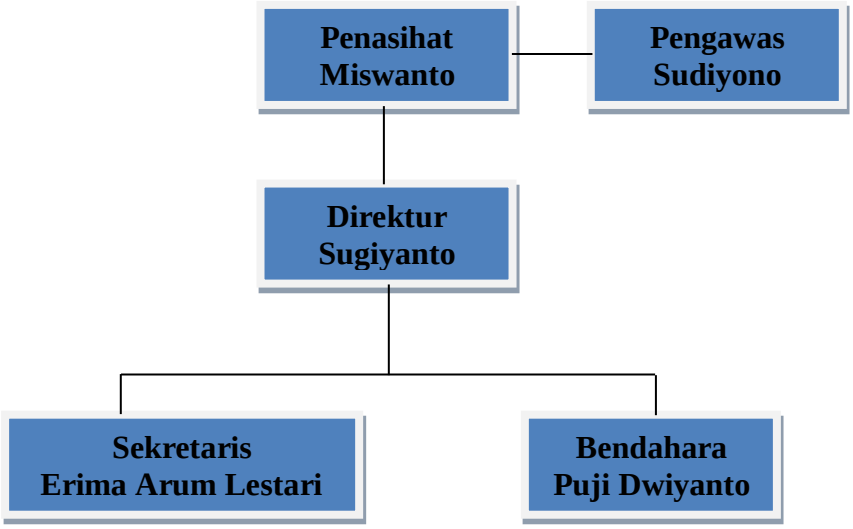
3.4.2.1 Profil Singkat BUMDes

BUMDes Mekar Jaya didirikan pada 12 Oktober 2016 yang berlokasikan di Desa Panjerejo, Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu dan diketuai oleh Sugiyanto.

3.4.2.2 Struktur Organisasi

Struktur oganisasi adalah sebuah garis hieraki atau bertingkat yang mendeskripsikan komponen-komponen yang menyusun perushaan, dimana setiap individu atau SDM yang berada pada lingkup perusahaan tersebut memiliki posisi dan fungsinya masing-masing.

Berikut struktur organisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mekar Jaya, Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabaputen Pringsewu :



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi BUMDes Mekar Jaya

(*sumber: Badan Usaha Milik Desa (BUMDes Mekar Jaya, Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu)*

Keterangan :

1. **Penasihat : Miswanto**

   Merupakam Kepala Pekon Panjerejo yang mendukung program kerja BUMDes Mekar Jaya.

2. **Pengawas : Sudiyono**

   Merupakan tokoh masyarakat mampu bersinergi dengan organisasi lainnya dalam hal memaksimalkan fungsi pengawasan terhadap BUMDes Mekar Jaya.

3. **Direktur : Sugiyanto**

   Merupakan tokoh masyarakat Pekon Panjerejo memiliki latar belakang sebagai petani. Dengan latar belakang ketokohan tersebut sehingga mampu menjalankan manajerial BUMDes Mekar Jaya dengan baik.

4. **Sekretaris : Erima Arum Lestari**

   Merupakan seorang tokoh pemudi Pekon Panjerejo dengan latar belakang pendidikan Sarjana Pendidikan yang sampai saat ini masih ditempuh. Dengan latar belakang pendidikan itulah sehingga mampu untuk mengelola administrasi BUMDes Mekar Jaya dengan baik dan berperan aktif dalam pengelolaan administrasi laporan keuangan dan kegiatan BUMDes Mekar Jaya.

5. **Bendahara : Puji Dwiyanto**

   Merupakan seorang pemuda Pekon Panjerejo sehingga dianggap mampu dalam hal pengelolaan keuangan BUMDes dan administrasu pembukuan BUMDes Mekar Jaya.

3.4.2.3 Visi dan Misi Bidang Usaha BUMDes

Visi BUMDes Mekar Jaya

"Visi BUMDes Mekar Jaya dalam rangka memperkuat pendapatan desa untuk kesejathteraan masyarakat dengan cara menampung seluruh kegiatan perekonimian yang di dasarkan pada kebutuhan dan potensi desa."

Misi BUMDes Mekar Jaya

- Meuntungan untuk memperkuat pendapatan asli desa.
- Mengajukan dan Mengembangkan perekonomian desa.
- Pengumpulan modal usaha dari berbagai sumber.
- Memberikan Pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat.
- Meningkatkan pengelolaan aset desa yang ada
- Mewujudkan kesejahteraan masyarakat desa atau melalui pengembangan ekonomi dan pelayanan sosial.

BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa BUMDes Mekar Jaya, Desa Panjerejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringseweu telah melakukan usaha Air Minum Galon Isi Ulang yang di kelola sejak tahun 2020. Tetapi usaha yang dijalankan oleh BUMDes Mekar Jaya belum sesuai dan tepat. Sehingga diperlukannya Strategi Bisnis dengan menggunakan Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC).Maka dari itu penulis melakukan penelitian strategi bisnis untuk BUMDes Mekar Jaya dengan menggunakan Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC). Dengan menerapkan Analisis SWOT dapat dilihat bahwa Kekuatan *(Strenghts)* yang dimiliki pada BUMDes Mekar Jaya yaitu, kualitas dan kehigenisan air yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan air minum yang layak untuk masyrakat, sedangkan Kelemahan *(Weakness)* yaitu minimnya promosi yang dilkukan BUMDes sehingga banyak konsumen yang belum mengenali produk dari BUMDes Mekar Jaya, dan Peluang *(Opportunities)* yang memungkinkan BUMDes Mekar Jaya dapat menguasai pasar penjualan di BUMDes karena saingan usaha yang tidak banyak, tetapi tentu saja ada ancaman *(Threats)* yang muncul karena selera masyarakat yang dapat berubah serta daya beli konsumen yang menurun.

Berdasarkan Hasil analisis *Business Model Canvas* (BMC) bahwa potensi BUMDes Mekar Jaya pada produk Air Minum Galon Isi Ulang yakni sebagai memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memberikan kuliatas air minum yang layak untuk dikonsumsi masyarakat, dengan penjualan yang berfokus kepada warga desa Panjerejo. Semua pengelolaann air minum isi ulang saat ini sudah memiliki atau memenuhi sembilan elemen *Business Model Canvas*.

5.2 Saran

Adapun saran untuk Air Minum Galon Isi Ulang BUMDes Mekar Jaya, sebagai berikut :

1. Mempertahankan harga dan menjaga kualitas produk yang digunakan agar konsumen mudah mengingat produk dan meningkatkan pemasaran.

2. Memperluas jaringan pasar serta promosi guna meningkatkan volume penjualan.

3. Memaksimalkan sarana produksi (menambah kendaraan distribusi dan pelengkapan produksi lainnya) sebagai penunjang kegiatan produksi.

4. Membentuk sistem infromasi berbasis teknologi untuk mempermudah konsumen mendapatkan infromasi.

5. Menambah SDM khusus untung menangani bagian pemasaran dan alat-alat Produksi.

DAFTAR PUSTAKA

David, F.R. (2012). *Strategic Management.* Jakarta : Salemba Empat.

David, F.R. (2012). *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep.* Bandung : Salemba Empat.

Hariadi, B. (2003). *Strategi Manajemen:Strategi Memenangkan Peran Bisnis.* Malang: Bayumedia.

J. David Hunger, T.L. (2011). *Manajemen Strategis.* Yogyakarta : Andi.

Joewono, H.H. (2012). *The 5 Arrows of Strategy Management.* Jakarta : Arrbey.

Madura, J. (2001). *Pengantar Bisnis Edisi Pertama.* Jakarta : Salemba Empat.

Pigneur, A.O. (2010. *Business Model Generation.* New Jersey : Wiley.

Pigneur, A.O. (2012). *Business Model Generation.* Jakarta : Elex Media Komputindo.

Pigneur, A.O. (2014). *Business Model Generation..* Jakarta : Elex Media Komputindo.

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Republik Indonesia. 2012. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Pasal 1 ayat (6) Tentang BUMDes.* Jakarta.

Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik.* Jakarta : Rajawali Pers.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Bandung: Alfabeta.

Sukirno, S. (2010). *Makroekonomi:* Teori Pengantar. Jakarta : Rajawali Pers.