

**BAURAN PEMASARAN TERNAK KAMBING PADA BUMDES
MAJU SEJAHTERA DI DESA SINAR JATI KABUPATEN PESAWARAN**

(Laporan Akhir)

Oleh:

**ILHAM RESTU SYAHPUTRA
NPM 1901071009**



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

BAURAN PEMASARAN TERNAK KAMBING PADA BUMDES MAJU SEJAHTERA DI DESA SINAR JATI KABUPATEN PESAWARAN

Oleh

ILHAM RESTU SYAHPUTRA

Salah satu kebijakan otonomi daerah adalah pemerintah daerah memberikan keleluasaan bagi masing-masing desa mengembangkan potensi yang ada pada masing-masing desa untuk menambah pendapatan desa dan melindungi usaha masyarakat desa dari ancaman pemodal besar. Salah satunya dengan mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Masalah dalam penelitian ini adalah terjadinya tidak sesuai dengan target penjualan pada produk ternak kambing di BUMDes Maju Sejahtera. Identifikasi masalah yang dapat diambil “Apakah bauran pemasaran ternak kambing pada BUMDes Maju Sejahtera di Desa Sinar Jati Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung sudah berjalan dengan baik atau belum?”. Adapun tujuan dari penulisan ini untuk mengetahui bauran pemasaran ternak kambing pada BUMDes Maju Sejahtera di desa Sinar Jati Tegineneng Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Metode yang digunakan penelitian ini adalah wawancara dan observasi langsung. Berdasarkan pada pembahasan yang dilakukan peneliti menyimpulkan Berdasarkan hasil uraian diatas maka peneliti menarik kesimpulan bahwa bauran pemasaran pada peternakan kambing di BUMDes Maju sejahtera masih banyak perbaikan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, BUMDes, Ternak Kambing.

**BAURAN PEMASARAN TERNAK KAMBING PADA BUMDES
MAJU SEJAHTERA DI DESA SINAR JATI KABUPATEN PESAWARAN**

(Laporan Akhir)

Oleh

**ILHAM RESTU SYAHPUTRA
NPM 1901071009**

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 Lampung



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Laporan Akhir : **BAURAN PEMASARAN TERNAK
KAMBING PADA BUMDES MAJU
SEJAHTERA DIDESA SINAR JATI
KABUPATEN PESAWARAN**

Nama Mahasiswa : **Ilham Restu Syahputra**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1901071009**

Program Studi : **Diploma III Manajemen Pemasaran**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



Menyetujui,
Pembimbing


Driya Wiryawan, S.E., M.M.
NIP 19720909 200501 1 002

Menyetujui,
Ketua Program Studi
DIII Manajemen Pemasaran


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

HALAMAN PENGESAHAN

Ketua Penguji : Driya Wiryawan, S.E., M.M.



Penguji Utama : Dr. Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.



Sekretaris Penguji : Mutiasari Nur Wulan, S.A.B., M.M.

Tanggal Lulus Ujian : 25 Juli 2023



MENGESAHKAN,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.

NIP 19660621 199003 1 003

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ilham Restu Syahputra
NPM : 1901071009
Prodi : Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Akhir yang berjudul "BAURAN PEMASARAN TERNAK KAMBING PADA BUMDES MAJU SEJAHTERA DI DESA SINAR JATI KABUPATEN PESAWARAN" adalah benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat (milik orang lain) atau dibuatkan orang lain. Dalam karya tulis ini adalah murni ide, gagasan, dan tulisan saya tanpa adanya bantuan dari pihak lain kecuali dari Dosen Pembimbing. Apabila dikemudian hari hasil penulisan Laporan Akhir saya ada pihak lain yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggungjawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap dicabut gelar akademik saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 25 Juli 2023
Yang memberi pernyataan



Ilham Restu Syahputra
NPM 1901071009

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 15 Juli 2001. Merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Achmad Riadi (Alm) dan Ibu Helna Dewi. Beralamat di Jalan Sultan Agung, Bandar Lampung. Pendidikan yang telah ditempuh adalah Sekolah Dasar (SDN) Senter Bandar Lampung mulai tahun 2007 hingga 2013, melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 21 Bandar Lampung mulai tahun 2013 hingga 2016, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 5 Bandar Lampung mulai tahun 2016 hingga 2019. Pada tahun 2019, terdaftar sebagai mahasiswa Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Pada awal tahun 2022, Melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) secara langsung selama 40 hari dari bulan Januari hingga bulan maret di BUMDes Maju Sejahtera, Desa Sinar Jati, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan kesempatan dalam menyelesaikan Laporan Akhir saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur saya ucapkan, karena telah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya. Kepada orang tua yang selalu memberiku semangat dan doa, sehingga Laporan Akhir ini diselesaikan dengan baik. Saya persembahkan Laporan Akhir ini kepada kedua orang tua saya tersayang,

Bapak Achmad Riadi (Alm) dan Ibu Helna Dewi

Ini yang selalu mendukung dan mendoakan saya, menjadi sumber semangat saya dalam hidup, sampai saat ini do'a dan dukungan kalianlah yang senantiasa menyertai setiap langkah saya. Kalian adalah inspirasi dan motivasi saya, apa yang saya dapatkan sekarang belum mampu membalas semua kebaikan, semoga Allah SWT. selalu menjaga dan melindungi kalian. Terima kasih telah menjadi kedua orang tua saya.

MOTTO

“Selalu ada cahaya bagi orang yang mau melihat”

(Ali bin Abi Thalib)

“Sholatlah supaya hidup ini terasa tenang dan akan agar dibukakan jalan oleh
Tuhan Yang Maha Esa”

(Achmad Riadi)

SANWACANA

Adapun penyusunan Laporan Akhir merupakan salah satu guna memperoleh gelar Diploma III pada konsentrasi Program Studi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, penulis mendapatkan bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak. Maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof.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. Bapak Dr. Ribhan, SE., M.Si., selaku sekretaris Jurusan Manajemen.
4. Ibu Dr. Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
5. Bapak Driya Wiryawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Laporan Akhir sekaligus menjadi Ketua Penguji Ujian Komprehensif, yang telah meluangkan waktunya, banyak memberi arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini.
6. Ibu Dr. Yuniarti Fihartini, SE.,M.Si., selaku penguji utama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, perhatian, motivasi, saran, pengarahan, dan semangat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Ibu Mutiasari Nurwulan S.A.B., M.M. selaku sekretaris penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, perhatian, motivasi, saran, pengarahan, dan semangat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc., selaku Pembimbing Akademik (PA).
9. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Lampung.

10. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan pelayanan dengan baik.
11. Bapak Dedi Alamsyah selaku Direktur BUMDes Maju Sejahtera, Bapak Nopi Ardianto selaku Sekertaris BUMDes Maju Sejahtera, Bapak Fitra Romasyah selaku BUMDes Maju Sejahtera, Bapak Yono selaku Kepala Unit 1, Ibu Winarti selaku Kepala Unit 2, Bapak Nadang selaku Kepala Unit 3, dan Bapak Suheri selaku Kepala Unit 4 yang telah menerima penulis dalam melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Desa Sinar Jati Kabupaten Pesawaran, serta telah memberikan kontribusi dan bantuan bagi penulis.
12. Teman-teman kelasku D3 Manajemen Pemasaran angkatan 2019 yang selalu membantu penulis pada saat perkuliahan.
13. Kepada keluarga besar yang selalu mendukung dan memberikan do'a terbaik bagi saya.
14. Kepada Bapak Dr. Yunada Arpan S.E., M.M. selaku paman saya yang telah mendukung saya.
15. Kepada tim Abang Rian, Kaka Imelda, Ngah Sherly, Abang Ahmadi, yang telah membantu kelancaran dalam perjalanan tugas akhir saya ini.
16. Wina Prastya yang turut mendukung, membari semangat dan motivasi untuk memberikan yang terbaik.
17. Teman-teman koesoed diningrat yang telah menghibur dan mensupport saya.
18. Almamater tercinta, Universitas Lampung.

Semoga kebaikan Bapak dan Ibu serta teman-teman berikan mendapatkan kelimpahan dari Tuhan Yang Maha Esa. Semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat dan memperluas wawasan bagi penulis dan juga pembaca.

Bandar Lampung, 25 Juli 2023

Ilham Restu Syahputra
NPM 1901071009

DAFTAR ISI

	Halaman
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	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep Pemasaran	10
2.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.3 Agribisnis Kambing	14
BAB III METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK	20
3.1 Desain Penelitian	20
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	20
3.2.1 Jenis Data	20
3.2.2 Sumber Data.....	20
3.3 Metode Pengumpulan Data	21

3.4	Objek Kerja Praktik	22
3.4.1	Lokasi dan Waktu Kerja Praktik.....	22
3.4.2	Gambaran Umum BUMDes.....	22
3.4.2.1	Visi dan Misi.....	23
3.4.2.2	Profi Singkat BUMDes	24
3.4.2.3	StrukturBUMDes	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		26
4.1	Alur Kerja Ternak Kambing Pada BUMDes Maju Sejahtera.....	26
4.2	Pembahasan Alur Kerja Ternak Kambing BUMDes Maju Sejahtera.....	29
4.3	Bauran Pemasaran Ternak Kambing Pada BUMDes Maju Sejahtera	36
4.4	Pelaksanaan Bauran Pemasaran BUMDes Maju Sejahtera	37
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		40
5.1	Kesimpulan	40
5.2	Saran	42
DAFTAR PUSTAKA.....		43
LAMPIRAN.....		45

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi BUMDes Majusejahtera Desa SinarJati Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran	24
--	----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Harga Jual Kambing Di BUMDes Maju Sejahtera Tahun 2022.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Awal Pembelian Kambing di BUMDes Maju Sejahtera Tahun 2018.....	5
Tabel 1.3 Daftar Pengelola Ternak Kambing di BUMDes Maju Sejahtera Tahun 2022.....	5
Tabel 1.4 Penjualan Ternak kambing pada BUMDes Maju Sejahtera Desa Sinar Jati Priode Tahun 2018 Hingga 2022.....	7
Tabel 1.5 Data Pesaing BUMDes Maju Sejahtera di Desa Sinar Jati Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Tahun 2022	7
Tabel 4.1 Alur Kerja Ternak Kambing.....	26
Tabel 4.2 Jumlah Kambing Yang Diternak dan Dikembangbiakan Warga Yang Dinaungi BUMDes Maju Sejahtera	34
Tabel 4.3 Penjualan Kambing BUMDes Maju Sejahtera	35
Tabel 4.4 Pelaksanaan Bauran Pemasaran BUMDes Maju Sejahtera Pada Bentuk Tabel.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 2 Wawancara Dengan Pengurus BUMDes 2021/2022
- Lampiran 3 Jurnal Aktivitas Peserta Praktik Kerja Lapangan (PKL) Tahun Akademik 2021/2022
- Lampiran 4 Logbook Aktivitas Praktik Kerja Lapangan (PKL) Tahun Akademik 2021/2022
- Lampiran 5 Surat Keterangan PKL Tahun Akademik 2021/2022
- Lampiran 6 Pengajuan Judul Laporan Akhir Tahun Akademik 2021/2022
- Lampiran 7 Penilaian Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Tahun Akademik 2021/2022
- Lampiran 8 Penilaian Pembimbing Lapangan/Instruktur PKL Tahun Akademik 2021/2022

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan ekonomi daerah yang kuat dan berkelanjutan merupakan sebuah kolaborasi yang efektif antara pemanfaatan sumber daya yang ada, masyarakat dan pemerintah (*Undang-Undang No 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah*) yang dimaksud dengan Otonomi daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pembangunan Desa hakekatnya merupakan basis dari pembangunan Nasional, karena apabila setiap desa telah mampu melaksanakan pembangunan secara mandiri maka kemakmuran masyarakat akan mudah terwujud dan secara Nasional akan meningkatkan indeks kemakmuran masyarakat Indonesia. (Dita Angga 2017)

Salah satu kebijakan otonomi daerah adalah pemerintah daerah memberikan keleluasaan bagi masing-masing desa mengembangkan potensi yang ada pada masing masing desa untuk menambah pendapatan desa dan melindungi usaha masyarakat desa dari ancaman pemodal besar. Salah satunya dengan mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagaimana amanat UU No. 6 Tahun 2014 tentang tentang Desa dimaksudkan untuk mendayagunakan segala potensi ekonomi, kelembagaan perekonomian, serta potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. (Aisyah et al., 2022)

BUMDes 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. Dari pengertian diatas, kita bisa

mengetahui bahwa Bumdes merupakan organisasi yang diharapkan bisa ikut berperan serta dalam memajukan ekonomi masyarakat desa. (Izzuddin et al., 2021) Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan salah satu lembaga perekonomian desa yang sepenuhnya dikelola oleh masyarakat. Sebagai salah satu program andalan dalam meningkatkan kemandirian dan kreativitas masyarakatnya, maka BUMDes perlu didirikan BUMDes menurut (*Pasal 1 Ayat 6 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014*) diartikan sebagai 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.

Hal ini didasarkan pula pada terbitnya (*UU Desa No 6 Tahun 2014*) yang memberikan jembatan agar Desa mampu mengerakan semangat bagi masyarakat untuk terlibat berpartisipasi dalam pembangunan desa. (Masykur & Setyawan, 2019)

Dalam konteks demikian, BUMDes pada dasarnya merupakan bentuk konsolidasi atau penguatan terhadap lembaga-lembaga ekonomi desa. Beberapa agenda yang bisa dilakukan antara lain: pengembangan kemampuan SDM sehingga mampu memberikan nilai tambah dalam pengelolaan aset ekonomi desa, mengintegrasikan produk-produk ekonomi pedesaan sehingga memiliki posisi nilai tawar baik dalam jaringan pasar, mewujudkan skala ekonomi kompetitif terhadap usaha ekonomi yang dikembangkan, menguatkan kelembagaan ekonomi desa, mengembangkan unsur pendukung seperti perkreditan mikro, informasi pasar, dukungan teknologi dan manajemen, prasarana ekonomi dan jaringan komunikasi maupun dukungan pembinaan dan regulasi.

BUMDes merupakan instrumen pendayagunaan ekonomi lokal dengan berbagai ragam jenis potensi. Pendayagunaan potensi ini terutama bertujuan untuk peningkatan kesejahteraan ekonomi warga desa melalui pengembangan usaha ekonomi mereka. Disamping itu, keberadaan BUMDes juga memberikan sumbangan bagi peningkatan sumber pendapatan asli desa yang memungkinkan desa mampu melaksanakan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan rakyat secara optimal.

Berdasarkan usulan dari hasil musyawarah desa tersebut kemudian perwakilan masyarakat bersama Kepala Desa dan Pemerintah Desa mengadakan Musyawarah Desa bersama dengan organisasi masyarakat lainnya seperti BPD, LSM, dan tokoh masyarakat terkait perencanaan pendirian program desa tersebut. Dari musyawarah tersebut kemudian didapatkan kesepakatan berupa dicanangkannya program BUMDes yang sesuai dengan (*PP No. 72 Tahun 2005 Pasal 78*)

Pemerintah desa kemudian mengadakan sosialisasi kepada warga desa tentang pendirian BUMDes. Sebagian besar warga merespon dengan antusias tentang pendirian BUMDes tersebut. Hal ini juga karena faktor kondisi perekonomian warga yang sebagian rendah, sehingga warga kemudian berinisiatif untuk mengembangkan usaha bersama melalui suatu lembaga desa guna mengatasi kesulitan yang dialami para warganya.

BUMDes Maju Sejahtera terletak di Desa Sinar Jati Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung, BUMDes Maju Sejahtera telah berganti kepemilikan sejak tanggal 24 Januari 2022 sistem yang digunakan pada BUMDes maju sejahtera adalah dengan sistem bagi hasil yang dimana salah satu bidang yang sedang dijalankan adalah peternakan kambing. BUMDes juga merupakan wadah bagi masyarakat yang dimana dapat dilihat potensi masyarakat pada peternakan akan tinggi dan juga hasilnya akan didapatkan dari warga untuk warga.

Oleh karena itu usaha peternakan dapat dijadikan salah satu alternatif yang menjanjikan nilai keuntungan dimasa depan. Dilihat dari aspek sumberdaya bahwa kambing banyak dibutuhkan oleh masyarakat peternak untu dikembangkan lebih jauh dengan berbagai macam jenis, baik jenis lokal maupun bukan lokal. Sehingga keberadaan kambing ini tidak saja dapat menciptakan lapangan pekerjaan maupun lapangan usaha, namun juga mampu memberikan penghasilan dan pendapatan. (Wacana et al., 2018)

Pada awalnya BUMDes Maju sejahtera memiliki 4 bidang usaha yaitu 1. Keripik pisang 2. Keripik singkong 3. Keripik jagung 4. Peternakan kambing, dikarenakan

hanya peternakan masih berjalan hingga saat ini. Maka BUMDes Maju Sejahtera hanya menjalankan peternakan kambing. Berikut harga dari kambing pada saat ini.

Bauran Pemasaran (*marketing mix*) merupakan salah satu elemen dalam strategi pemasaran jasa maupun produk. *marketing mix* mempunyai peranan yang sangat penting dalam kemajuan organisasi, sehingga *marketing mix* harus dilakukan dengan penuh pertimbangan yang tepat. (A'yuni, 2018)

Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Efektivitas perencanaan bauran pemasaran sangat tergantung pada kemampuan memilih target pasar, yang berarti juga kemampuan dalam mendiversifikasi produk sehingga mampu memuaskan konsumen. (Handayani, R, D dan Rahmawati, 2019)

Produk yang dihasilkan BUMDes Maju Sejahtera adalah Ternak Kambing, jenis kambing yang digunakan adalah kambing pedaging yang sering digunakan pada perayaan idul adha pada saat kurban. Sebelum idul adha tiba wabah PMK atau virus kuku yang menjangkit hewan yang mengkhawatirkan saat ini menjangkit hewan seperti sapi termasuk kambing.

Cara menentukan harga yang tepat sangat tergantung pada berbagai faktor seperti kualitas barang, harga pokok barang, daya beli masyarakat, konsumen yang dituju, keadaan persaingan dan lain sebagainya. (Handayani, R, D dan Rahmawati, 2019).

Tabel 1.1 Harga Jual Kambing Di BUMDes Maju Sejahtera Tahun 2022

NO	Keterangan	Harga kisaran
1	Kambing Betina	Rp.2.000.000,00
2	Kambing Jantan	Rp.2.400.000,00

Sumber: Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Maju Sejahtera Desa sinarjati kecamatan tegineneng kabupaten pesawaran Tahun 2022.

Berdasarkan tabel harga jual diatas dapat dipahami bahwa penjualan harga kambing betina dengan harga kisaran Rp.2.000.000,00 sedangkan untuk harga kambing jantan dengan harga kisaran Rp.2.400.000,00 dengan umur kambing siap jual kisaran 2-4 tahun.

Tabel 1.2 Jumlah Awal Pembelian Kambing di BUMDes Maju Sejahtera Tahun 2018

NO	NAMA BARANG	BANYAK BARANG	HARGA	JUMLAH
1	Kambing Jantan	8 Ekor	Rp.1.500,000	Rp.12.000.000
2	Kambing Betina	15 ekor	Rp.1.300.000	Rp.19.500.000

Sumber: Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Maju Sejahtera Desa Sinar Jati Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Tahun 2022.

Berdasarkan tabel jumlah awal pembelian kambing dapat dipahami bahwa harga kambing jantan dengan jumlah 8 ekor dan kambing betina 15 ekor dengan harga kambing jantan 1.500.000 dan kambing betina 1.300.000, dibeli dengan kondisi kambing masih peranakan.

Tabel 1.3 Daftar Pengelola Ternak Kambing di BUMDes Maju Sejahtera Tahun 2022

No.	Peternak /Pedagang	Jumlah ternak
1.	Damis	2
2.	Parti	1
3.	Gumiatun	1
4.	Panijo	2
5.	Darmanto	2
6.	Panidi	1
7.	Sugeng	2
8.	Jono	2
9.	Daiman	2
10.	Damis	2

Sumber: Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Maju Sejahtera Desa Sinar Jati Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Tahun 2022.

Tempat pemasaran termasuk sebagai saluran distribusi produk daging untuk sampai ke konsumen dengan cara yang paling efektif dan efisien, dengan memperhatikan pengaruh dari 1) sifat produk yang mudah rusak, 2) kebijakan perusahaan, 3) pedagang perantara dan 4) pesaing dan lingkungan perusahaan. (Panjaitan & Cahyanto, 2017)

BUMDes Maju Sejahtera terletak di jalan di Jl. Raya Sinar Jati Dusun Sri Rejeki Sinar Jati Kecamatan Tegineneng Kode Pos 35363 Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Lokasi yang cukup strategis diantara pasar hewan dan masyarakat sekitar dalam melaksanakan bisnis.

Dalam kegiatan promosi, tiap perusahaan wajib bisa memperhitungkan dengan tepat alat promosi mana yang digunakan guna menggapai tujuan dari kegiatan melakukan penjualan. Promosi bertujuan untuk mengenalkan barang, membuat keyakinan serta kesadaran sehingga konsumen tertarik serta terpengaruh guna memutuskan membeli.(Fatimah et al., 2021).

Pemasaran yang dilaksanakan BUMDes Maju Sejahtera masih dilaksanakan secara tradisional melalui pasar hewan setiap seminggu sekali, oleh karena itu BUMDes Maju Sejahtera masih belum menggunakan media digital seperti pemasaran melalui marketplace facebook dan lain sebagainya. Kegiatan promosi atau distribusi yang dilaksanakan BUMDes Maju Sejahtera dari mulut ke mulut masyarakat agar jika pembeli juga tau bahwa BUMDes Maju Sejahtera memiliki ternak kambing.

Proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk akan dipengaruhi oleh beberapa faktor bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat.(Sartika & Hellyward, 2017).

Tabel 1.4 Penjualan ternak kambing pada BUMDes Maju Sejahtera Desa Sinar Jati priode tahun 2018 hingga 2022

Tahun	Jumlah penjualan	Harga penjualan	Total pendapatan
2018	2	Rp.1.500.000	Rp.3.000.000
2019	3	Rp.1.300.000	Rp.3.900.000
2020	0	0	0
2021	1	Rp.1.800.000	Rp.1.800.000
2022	2	Rp.2.400.000	Rp.4.800.000

Sumber: Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Maju Sejahtera Desa sinarjati kecamatan tegineneng kabupaten pesawaran Tahun 2022.

Tabel diatas menunjukkan penjualan tertinggi terdapat pada tahun 2019 yaitu sebanyak 3 ekor kambing jantan dengan harga penjualan 1.300.000 total pendapatan sebesar 3.900.000. Sedangkan penjualan terendah terdapat di tahun 2020 tidak memiliki pendapatan dikarenakan adanya virus corona yang memiliki pendapatan dikarenakan adanya wabah virus corona yang melanda hampir di seluruh dunia, salah satunya melanda Indonesia pada awal tahun 2020.

Berdasarkan target pembelian produk kambing yang diinginkan pertahunnya, BUMDes Maju Sejahtera menargetkan minimal 4 kambing terjual, namun usaha ternak kambing ini belum dapat memenuhi target serta pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan BUMDes Maju Sejahtera belum maksimal.

Tabel 1.5 Data Pesaing BUMDes Maju Sejahtera Di Desa Sinar Jati Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Tahun 2022

NO	Pesaing	Harga kambing jantan	Harga kambing betina
1	Kang sarmani	Rp.3.000.000	Rp.2.500.000
2	Sutrasno	Rp.2.500.000	Rp.2.300.000
3	Wantok Wedos	Rp.3.000.000	Rp.2.000.000
4	Waldi	Rp.3.000.000	Rp.2.500.000
5	Pak kriso	Rp.2.600.000	Rp.2.000.000

Sumber: Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Maju Sejahtera Desa Sinar Jati Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Tahun 2022.

Berdasarkan tabel diatas data pesaing BUMDes Maju Sejahtera memiliki harga relatif lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh BUMDes Maju Sejahtera, akan tetapi penjualan BUMDes Maju Sejahtera mengalami penurunan dikarenakan kualitas pada kambing yang tidak sesuai standar dan pemeliharaan serta penyakit pada kambing.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bauran pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha ternak kambing pada BUMDes Maju sejahtera untuk mencapai target penjualan. Oleh karena itu peneliti menyusun tugas akhir dengan mengambil judul **“Bauran Pemasaran Ternak Kambing Pada Bumdes Maju Sejahtera Di Desa Sinar Jati Kabupaten Pesawaran”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, belum tercapainya target penjualan ternak kambing yang diinginkan BUMDes Maju Sejahtera, sehingga identifikasi masalah yang dapat diambil adalah “Apakah bauran pemasaran ternak kambing pada bumdes maju sejahtera di desa Sinar Jati kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung sudah berjalan dengan baik atau belum”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran ternak kambing yang dilakukan pada BUMDes Maju Sejahtera di desa Sinar Jati Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung.

1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek ini, yaitu :

- a. Bagi BUMDes Maju Sejahtera

BUMDes Maju Sejahtera diharapkan dapat menggunakan hasil penulisan ini sebagai bahan masukan untuk meningkatkan strategi bauran pemasaran (marketing mix).

b. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis dalam melaksanakan penelitian, khususnya tentang bauran pemasaran (marketing mix).

c. Bagi Pembaca

Hasil penulisan laporan akhir ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pembaca tentang penerapan bauran pemasaran di BUMDes

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pemasaran

Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama marketing. Kata marketing ini boleh dikatakan sudah diserap ke dalam bahasa kita, namun juga diterjemahkan dengan istilah pemasaran. Asal kata pemasaran adalah pasar = market. Apa yang dipasarkan itu, ialah barang dan jasa, memasarkan barang tidak berarti hanya menawarkan barang atau menjual tetapi lebih luas dari itu. Di dalamnya tercakup berbagai kegiatan seperti membeli, menjual dengan segala macam cara, mengangkut barang, menyimpan, menyortir dan sebagainya. (Buchari Alma, 2018)

Pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu. (Sudaryono, 2016)

Konsep pemasaran mengajarkan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (kompetitor). (Sudaryono, 2016,)

2.2 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah gabungan variabel atau kegiatan yang berupa inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. (Buchari Alma, 2018)

Keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan tergantung dari susunan strategi pemasaran yang ada di sebuah usaha tersebut. Setiap usaha

menggunakan sejumlah alat untuk mendapat respon dari konsumen terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Salah satu alat yang digunakan dalam menyusun strategi pemasaran adalah dengan cara menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*).

Bauran pemasaran merupakan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan organisasi dan konsumen. Model bauran pemasaran menekankan pada berbagai faktor yang kemudian dikenal dengan istilah 4P yaitu produk, harga, tempat, promosi (*product, price, place dan promotion*). (Buchari Alma, 2018,)

1. Produk

Konsep produksi bertitik tolak dari anggapan, bahwa konsumen ingin produk yang harga murah dan mudah didapatkan di mana-mana. Yang dikatakan produk ialah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (*pengecer*) yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang kebutuhan dan keinginan (*need and wants*) dari konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan (*need*), akan tetapi juga bertujuan memuaskan keinginan (*wants*). (Buchari Alma, 2018,)

Konsep berwawasan produk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik. (Sudaryono, 2016)

Konsep produksi menegaskan bahwa akan memilih produk yang tersedia secara luas dan tidak mahal. Manajer bisnis yang berorientasi pada produksi berkonsentrasi untuk mencapai efisiensi yang tinggi, biaya rendah, dan distribusi masal. Mereka menganggap bahwa konsumen utama akan tertarik pada ketersediaan produk dan harga yang rendah. Kecenderungan ini masuk akal di Negara berkembang.

Konsumen lebih tertarik untuk mendapatkan produk dari pada kelengkapannya. Juga bisa digunakan apabila perusahaan ingin memperluas pasar. Jadi konsumen itu lebih mementingkan produknya yang berkualitas dan barangnya pun lebih murah dan mudah dijangkau dipasaran.

Sesuatu paling besar dihadapi oleh setiap perusahaan adalah masalah pengembangan produk. Pengembangan produk dapat dilakukan oleh personalia dalam perusahaan dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada. Dan dapat pula menyewa para peneliti guna menciptakan produk baru dengan model-model yang sesuai. Perusahaan yang tidak mengadakan atau tidak mampu menciptakan produk baru akan menghadapi resiko seperti penurunan volume penjualan, karena munculnya pesaing yang lebih kreatif adanya perubahan selera konsumen, munculnya teknologi baru dalam produksi.(Buchari Alma, 2018)

2. Harga

Di dalam ekonomi teori, pengertian , harga, nilai dan *utility*, merupakan konsep yang saling berhubungan. Yang dimaksud dengan *utility* ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut, dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*).

Value adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekenomi tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.(Buchari Alma, 2018)

Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lain dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas setiap elemen dan keseluruhan elemen. Langkah awal dalam penetapan harga dadalh menghitung biaya-biaya yang secara langsung berhubungan dengan produk dan jasa. (Sudaryono, 2016)

3. Tempat

Place atau tempat disebut juga sebagai saluran distribusi. Tempat adalah suatu usaha/upaya agar suatu produk dapat tersedia di tempat-tempat yang memudahkan konsumen membelinya setiap saat konsumen membutuhkan. (Buchari Alma, 2018)

Place adalah letak lokasi sekolah mempunyai peranan yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan. Dalam hal ini penyedia jasa perlu mempertimbangkan faktor-faktor:

- a. Akses yaitu kemudahan mencapai lokasi;
- b. Visibilitas yaitu lembaga tersebut dapat terlihat dengan jelas keberadaannya;
- c. Lalu lintas dalam arti tingginya tingkat kemacetan akan mempengaruhi minat customer terhadap jasa tersebut;
- d. Tempat parkir yang luas;
- e. Ketersediaan lahan untuk kemungkinan perluasan usaha;
- f. persaingan yaitu dengan memperhitungkan lokasi pesaing kita;
- g. Ketentuan pemerintah tentang peruntukan lahan sesuai dengan standar
- h. pelayanan minimum yang harus di anut oleh setiap lembaga pendidikan. (Ulum, 2018)

4. Promosi

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan oleh calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.

Promotion atau promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen agar mereka melakukan pembelian produk. (Buchari Alma, 2018)

Promosi bertujuan untuk mengenalkan barang, membuat keyakinan serta kesadaran sehingga konsumen tertarik serta terpengaruh guna memutuskan membeli. Kegiatan promosi yang sesuai mampu mempengaruhi keputusan konsumen guna membeli produk dari perusahaan, maka penjualan meningkat. Budaya romo mengungkapkan berbagai sumber daya yang ditargetkan untuk menarik perhatian dalam jangka panjang. (Fatimah et al., 2021)

Promotion merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas lembaga dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh lembaga tersebut. aktivitas tentang bagaimana memberitahu pelanggan tentang keberadaan produk dan jasa. (Ulum, 2018)

2.3 Agribisnis Kambing

Agribisnis adalah kegiatan ekonomi yang berhulu pada bidang pertanian yang mencakup semua kegiatan mulai dari pengadaan dan penyaluran sarana produksi, hingga pada tataniaga produk pertanian yang dihasilkan dari usaha tani. Agribisnis dapat dibagi menjadi tiga sektor yang saling tergantung secara ekonomis, yaitu sektor masukan (*input*), produksi (*farm*), dan sektor keluaran (*output*). Sektor masukan menyediakan bekal bagi para pengusaha tani untuk dapat memproduksi hasil tanaman dan ternak.

Termasuk dalam sektor masukan adalah bibit, pupuk, bahan kimia, mesin pertanian, bahan bakar, dan banyak perbekalan lainnya. Sektor usahatani merupakan sektor yang memproduksi hasil tanaman dan hasil ternak, yang kemudian diproses dan disebarkan pada konsumen akhir oleh sektor keluaran (*output*). Sistem agribisnis terdiri dari lima subsistem, yaitu: 1) Subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi pertanian, 2) Subsistem usahatani, 3) Subsistem pengolahan hasil pertanian (agroindustri), 4) Subsistem pemasaran dan 5) Subsistem lembaga penunjang. (Susilawati & Kuswati, 2015). Kambing merupakan mamalia yang termasuk dalam ordo *artiodactyla*, sub ordo ruminansia, famili *Bovidae*, dan genus *Capra* atau *Hemitragus* Kambing

termasuk hewan yang pertama kali didomestikasi oleh manusia, berasal dari hewan liar yang hidup di daerah sangat sulit dan berbatu. Pada mulanya diperkirakan pemburu-pemburu membawa pulang kambing hasil buruannya, kemudian anak-anak kambing dipelihara di desa sebagai hewan kesayangan, kemudian dimanfaatkan untuk diambil susunya, daging, dan kulitnya. (Susilawati & Kuswati, 2015)

Kambing Kacang merupakan kambing asli Malaysia dan Indonesia yang mampu beradaptasi dengan baik, mempunyai bulu yang relatif tipis dan bulu yang relatif kasar dan hewan jantannya memiliki bulu surai yang panjang dan kasar. Kegunaan umum dari kambing kacang ialah sebagai ternak penghasil daging

Ciri-ciri kambing Kacang adalah antara lain bulu pendek dan berwarna putih, hitam dan coklat. Adapula yang warna bulunya berasal dari campuran ketiga warna tersebut. Kambing jantan maupun betina memiliki tanduk yang berbentuk pedang, melengkung ke atas sampai ke belakang. Telinga pendek dan menggantung.

a) Perkawinan

Secara fisiologis, aktivitas reproduksi sudah mulai sejak usia dini (muda). Namun, ekspresi tingkah laku seksual (birahi/estrus) yang sebenarnya baru tampak pada saat ternak tersebut pubertas. Waktu yang baik untuk mengawinkan kambing betina adalah 12 – 18 jam setelah terlihat tanda – tanda birahi. Apabila birahi terlibat pada pagi hari, pada siang sampai malam ternak sudah harus dikawinkan. Sebaiknya satukan betina dan jantan dalam salah satu kandang. Apabila pencampuran tetap terjadi kegagalan, ulangi perkawinan ini pada siklus berikutnya (kira - kira 19 hari). Dalam kondisi baik, pejantan dapat dipakai sebagai pemacek sebanyak 2 – 3 kali seminggu.

Peningkatan keuntungan dapat diperoleh dari makan dengan mengatur pada produksi terutama pola interval kelahiran. Jarak beranak adalah periode antara dua beranak yang berurutan dan terdiri atas periode perkawinan periode dari beranak sampai konsepsi) dan periode bunting. Semakin panjang jarak kelahiran maka biaya yang dikeluarkan peternak semakin besar atau

pendapatan yang diterima per satuan waktu semakin kecil. (Budiarsana, 2017)

Bambang mengemukakan bahwa lama kebuntingan kambing berlangsung selama 150 – 154 hari atau antara rata – rata 152 hari. Kambing betina dapat dikawinkan kembali 60 – 90 hari setelah penyapihan anak. Secara normal jarak beranak sekitar 7 hingga 8 bulan. Semakin pendek jarak kelahiran maka semakin banyak kesempatan untuk melahirkan sehingga dapat meningkatkan produksi.(Budiarsana 2017)

b) Pemeliharaan

Kebuntingan dan kelahiran merupakan salah satu yang dihadapi oleh kambing dan domba sehingga perawatannya harus dilakukan secara hati-hati agar tidak terjadi keguguran. Kebuntingan sangat diharapkan oleh peternak kambing karena anaknya (cempe) merupakan *output* utama. Apabila terjadi penundaan kebuntingan, itu berarti peternak mengalami kerugian, baik kerugian ekonomi (pakan, pemeliharaan, dan lain – lain) maupun kerugian waktu. Oleh sebab itu, induk yang telah dikawinkan (kawin alam/kawin buatan) harus segera mungkin diketahui hasilnya. Apabila gagal, harus diulang pada perkawinan berikutnya. (Budiarsana 2017)

Dalam kasus tertentu, ada induk yang bunting masih mengalami birahi. Bila induk tersebut dikawinkan lagi, dapat terjadi keguguran (abortus). Pemeriksaan kebuntingan pada kambing dapat dilakukan dengan teknik observasi, kimiawi, hormonal, dan bekapan. Sekitar 2 – 3 minggu sebelum beranak, induk ditempatkan dalam kandang yang agak luas. Tujuannya agar induk dapat leluasa bergerak. Selain itu, lantai kandang beranak diberi alas rumput/jerami kering beberapa hari menjelang kelahiran. Sementara itu, ember tempat minum tidak boleh ada di dalam kandang karena anak baru lahir bisa masuk dalam ember. Pada saat kelahiran, peternak sebaiknya berada di kandang. Tujuannya untuk membantu kelahiran jika diperlukan.

Minggu pertama sejak kelahiran merupakan massa kritis bagi anak kambing. Kegagalan manajemen pemeliharaan anak prasapih pada awal masa hidupnya sering berakhir dengan kematian. Hal tersebut merupakan kerugian,

terutama pada usaha kambing yang mengandalkan anak sebagai produk utamanya. Untuk itu, manajemen pemeliharaan anak, khususnya pada massa prasapih menjadi sangat penting diperhatikan (Budiarsana 2017). Ternak yang baru lahir harus minum colostrum yang cukup, karena colostrum merupakan satu – satunya sumber anti body yang dapat melawan beberapa penyakit, disamping sebagai sumber energi.

c) Perkandangan

Perlu tidaknya kandang bagi ternak kambing tergantung dari sistem pemeliharaan yang diterapkan. Untuk pemeliharaan secara intensif (dikandangan) dan semi intensif (kombinasi dikandangan dan digembalakan) kandang ternak sangatlah penting. Namun, untuk pemeliharaan secara ekstensif (pengembalaan), kebutuhan akan kandang ternak tidak diperlukan karena ternak selamanya berada di penggembalaan. Pada sistem ini diperlukan pemagaran area penggembalaan dan adanya fasilitas tempat pengumpulan ternak.

Umumnya peternak di Indonesia menggunakan sistem pemeliharaan intensif dan semi intensif. Sistem perkandangan intensif adalah sistem perkandangan yang dibangun menurut persyaratan teknis sesuai dengan kehidupan ternak yang akan dipelihara yaitu meliputi tata letak kandang, kondisi kandang, bahan kandang, dan peralatanya.(Budiarsana 2017)

d) Kesehatan

Salah satu faktor yang mempengaruhi produksi ternak di Indonesia adalah kesehatan ternak. Pelaksanaan program pengendalian penyakit ternak sangat penting karena penyakit tersebut dapat mengakibatkan kerugian ekonomi yang besar (Budiarsana 2017). Tindakan pertama yang dianjurkan pada usaha pemeliharaan kambing adalah pencegahan penyakit. Beberapa langkah pencegahan timbulnya penyakit sebagai berikut :

1. Lahan yang digunakan untuk memelihara ternak kambing harus bebas dari penyakit menular.

2. Kandang kambing harus kuat, aman dan bebas penyakit. Apabila digunakan kandang bekas kambing yang pernah terserang penyakit, kandang tersebut perlu dibersihkan dari hama dengan desinfektan kemudian dibiarkan beberapa saat. Apabila kandang tersebut bekas kambing yang sehat, kandang tersebut hanya perlu dibersihkan dengan air.
3. Kambing yang baru datang dari daerah lain perlu dimasukkan dikandang karantina dan diperlakukan khusus. Ternak yang diduga bulunya membawa penyakit, sebaiknya dimandikan dan digosok dengan larutan sabun karbol, Neguvon, Bacticol Pour, Triatex atau Granade 5 % EC dengan konsentrasi 4,5 g/3 l air. Untuk membasmi kutu, kambing dapat juga dimandikan dengan larutan Asuntol dekonsentrasi 3 – 6 g/ 3 l air. Untuk membasmi kutu, kambing dapat juga dimandikan dengan larutan Asuntol berkonsentrasi 3 – 6 g/ 3 l air.
4. Kandang dan lingkungan tidak boleh lembab serta harus bebas dari genangan air. Kelembapan yang tinggi dan adanya genangan air akan mengakibatkan perkembangan nyamuk atau hewan sejenisnya yang menggigit dan menghisap darah.
5. Dilakukan vaksinasi secara teratur. Vaksinasi bertujuan untuk mencegah dan memberikan kekebalan terhadap penyakit tertentu, khususnya yang diakibatkan oleh virus (Budiarsana, 2017)

Penyakit ternak dikalirifikasi menjadi 2 golongan, yaitu penyakit menular dan tidak menular. Penyakit menular adalah penyakit yang dapat ditularkan atau berpindah dari ternak yang sakit kepada ternak lainnya. Selain dari penyakit menular adalah mikroorganisme (virus, bakteri, dan jamur) serta beberapa parasit (parasitme darah, cacing, dan caplak). Penyakit tidak menular adalah penyakit yang berhubungan dengan pakan, misalnya defisiensi mineral dan keracunan, baik oleh tanaman maupun racun (Budiarsana, 2017)

e) **Produktivitas Kambing**

Di Asia sistem produksi ternak kambing berlangsung bersama-sama dengan sistem pertanian dan peternakan dilaksanakan secara terpadu. Sistem ini sangat bergantung pada lingkungan pertanian, yaitu tersedianya limbah pertanian yang mempunyai kadar serat kasar tinggi.

Di Asia Pasifik produksi daging kambing mencapai kurang lebih 53 % dari produksi daging kambing dunia, produksi susu 32% produksi susu kambing dunia dan 58% dari produksi kulit kambing dunia. Dari data tersebut kita dapat melihat ternak kambing di Asia Pasifik mempunyai produktivitas yang cukup tinggi.(Budiarsana, 2017)

BAB III

METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK

3.1 Desain Penelitian

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang mendalam tentang realitas sosial dan berbagai fenomena yang terjadi di masyarakat yang menjadi subjek penelitian sehingga menggambarkan ciri, karakter, sifat, dan model dari fenomena tersebut. Penelitian kualitatif adalah suatu jenis penelitian yang prosedur penemuan yang dilakukan tidak menggunakan prosedur statistik dan kuantifikasi. (Sugiyono, 2016, h.205)

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang bagaimana bauran pemasaran ternak kambing pada BUMDes Maju Sejahtera di desa Sinar Jati Tegineneng Kabupaten Pesawaran.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. (Sugiyono, 2018) Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, kalimat, skema dan gambar. Data ini biasanya menjelaskan tentang karakteristik atau sifat. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, pengamatan dan wawancara. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari tentang bauran pemasaran ternak kambing pada BUMDes maju sejahtera di desa sinar jati tegineneng kabupaten pesawaran.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

(Sugiyono, 2018) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh secara langsung dari sumber pertama (tanpa perantara) yang diamati oleh peneliti, yang didapatkan melalui wawancara. Pada penelitian ini jawaban data primer diperoleh dari hasil melakukan wawancara langsung kepada Direktur dan Bendahara BUMDes Maju Sejahtera.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder pada penelitian ini meliputi buku-buku, jurnal, artikel dan internet yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai bauran pemasaran ternak kambing pada BUMDes Maju Sejahtera.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dari lapangan untuk memperoleh informasi terkait dengan penelitian yang penulis lakukan. Beberapa metode yang digunakan penulis untuk mendapatkan data antara lain:

a. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab secara langsung yang dilakukan antara dua orang atau lebih. (Sugiyono, 2016) "Wawancara merupakan salah satu penelitian yang merupakan proses untuk memperoleh informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dan subjek yang diteliti". Mengumpulkan data-data melalui kegiatan tanya jawab secara lisan atau secara langsung agar mendapatkan data serta informasi yang dibutuhkan.

b. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. (Sugiyono, 2016) Observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung untuk mengetahui apa saja yang dilakukan oleh

BUMDes Maju Sejahtera dalam melakukan pelaksanaan pemasaran pada usaha

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. (Sugiyono, 2016) Dengan metode ini peneliti dapat memperoleh data mengenai struktur organisasi, bidang usaha, dan informasi lainnya tentang BUMDes Maju Sejahtera yang dibutuhkan dalam penulisan laporan akhir ini.

3.4 Objek Kerja Praktik

3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik

Lokasi kerja praktik BUMDes Maju Sejahtera beralamat di Jl. Raya Sinar Jati Dusun Sri Rejeki Sinar Jati Kecamatan Tegineneng Kode Pos 35363 Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung.

Waktu kerja praktik dilaksanakan selama 40 hari yaitu pada tanggal 17 Januari 2022 sampai 04 Maret 2022.

3.4.2 Gambaran Umum BUMDes

Badan Usaha Milik Desa adalah lembaga Usaha Desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibuat berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. Pendirian BUMDes harus didasarkan pada kebutuhan dan potensi desa, sebagai upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan usaha yang bersumber dari desa yang dibagi untuk mengatur modal, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk mensejahterakan masyarakat desa. Setiap usaha desa yang dijalankan memiliki keunggulan masing-masing sesuai dengan kebutuhan dan potensi yang terdapat di desa-desa tersebut. Juga mendorong BUMDes Maju Sejahtera agar mampu mengelola ekonomi strategis didesa sekaligus mengembangkan jaringan usaha demi meningkatkan daya saing ekonomi pedesaan.

Dalam konteksnya BUMDes Maju Sejahtera pada dasarnya merupakan bentuk konsolidasi untuk penguatan terhadap lembaga-lembaga ekonomi desa.

3.4.2.1 Visi dan Misi

Visi

Menjadi pendorong tumbuhnya usaha ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Desa Sinarjati yang berkelanjutan dengan menjadikan Desa Sinarjati sebagai sentra perdagangan, jasa, pertanian dan industri kerakyatan yang kuat menuju masyarakat sejahtera, cerdas, sehat, dan terampil melalui pengembangan usaha ekonomi, peningkatan kapasitas dan kompetensi sumberdaya dan kelembagaan.

Misi

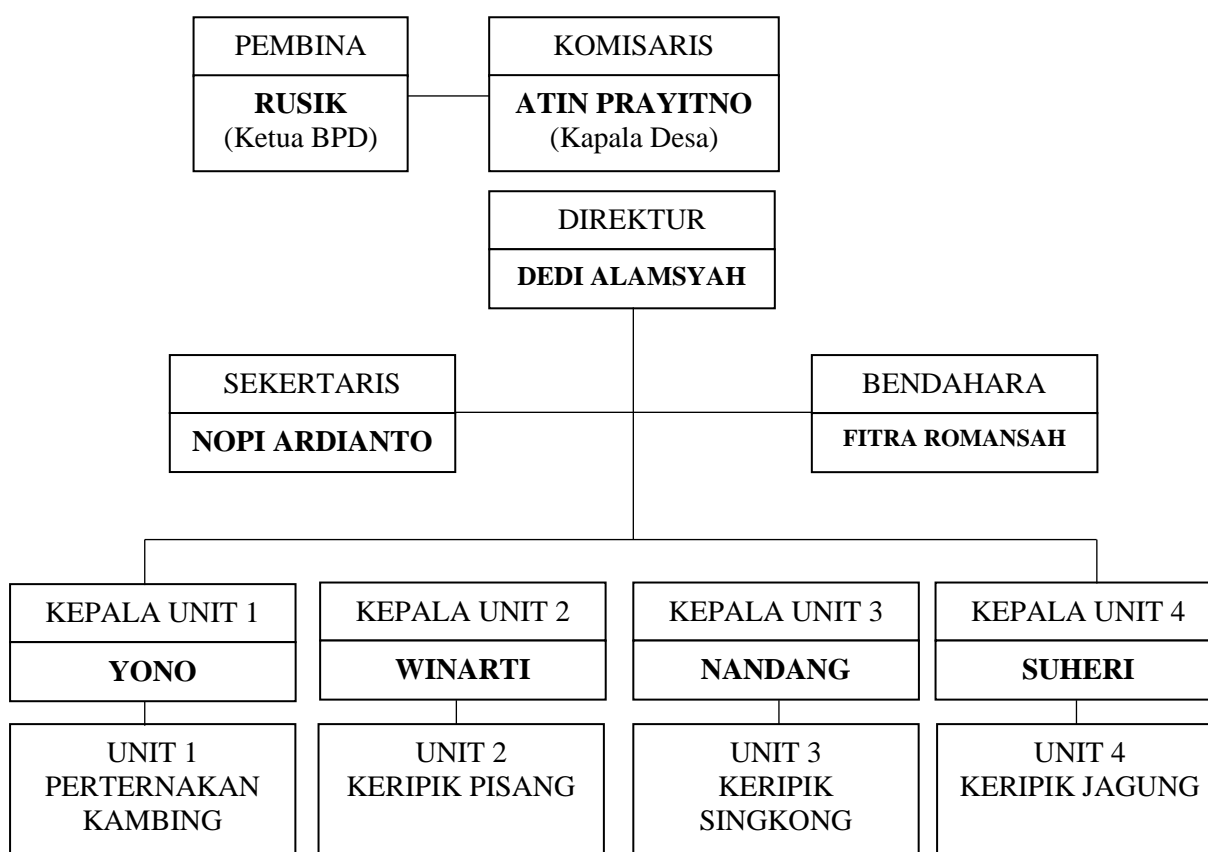
1. Memanfaatkan potensi sumber daya manusia yang ada di desa sebagai aset penggerak ekonomi lokal.
2. Mendorong tumbuhnya inisiatif dan inovasi produk lokal, sehingga memiliki daya saing yang tinggi baik pada tingkat nasional, regional maupun lokal.
3. Meningkatkan kompetensi dan daya saing usaha pedesaan secara mandiri dan profesional.
4. Mewujudkan sinergi dan jejaring antar bumdes dan usaha lain dalam meningkatkan hubungan yang saling menguntungkan.
5. Meningkatkan ketahanan ekonomi dengan menggalakkan usaha ekonomi kerakyatan melalui program setrategis di bidang produksi pertanian, pemasaran, usaha kecil dan menengah, serta peternakan.
6. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan sehingga dapat menumbuh kembangkan kesadaran dan kemandirian dalam pembangunan desa yang berkelanjutan.
7. Menciptakan suasana yang aman dan tertib dalam kehidupan bermasyarakat.
8. Menciptakan masyarakat desa yang dinamis, sejahtera dan berbudaya.
9. Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat kurang mampu yang ada didesa.

10. Pengembangan usaha ekonomi melalui usaha simpan pinjam dan usaha sektor riil.

3.4.2.2 Profi Singkat BUMDes

Pada awal berdirinya BUMDes Maju Sejahtera pada tahun 2017 memiliki 4 bidang usaha yaitu usaha ternak kambing, usaha keripik pisang, usaha keripik singkong, usaha emping jagung. Pada tanggal 24 Januari 2022 seluruh struktur BUMDes mulai mengalami pergantian dan saat ini hanya memiliki 1 bidang usaha yaitu peternakan kambing.

3.4.2.3 Struktur BUMDes



Sumber: Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Maju Sejahtera Desa Sinar Jati Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Tahun 2022.

Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi BUMDes Majusejahtera Desa SinarJati Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran

Tugas di dalam struktur BUMDes Maju Sejahtera

- a. Pembina : Tugas Penasehat yaitu membuat keputusan mengenai perubahan anggaran dasar mengangkat dan memberhentikan anggota pengurus serta anggota pengawas. menetapkan kebijakan umum yayasan berdasarkan anggaran dasar yayasan
- b. Komisaris : Tugas Komisaris adalah melaksanakan dan memberikan nasehat kepada pelaksana operasional atau direksi dalam menjalankan kegiatan pengelolaan usaha desa..
- c. Direktur : Tugas Direktur yaitu memimpin, mengelola, mengendalikan dan bertanggung jawab atas keseluruhan aktivitas BUMDes mulai dari perencanaan usaha, pelaksanaan kegiatan serta manajemen dan keuangan.
- d. Sekertaris : Tugas Sekertaris yaitu melaksanakan tugas kesekretarian yang mendukung kegiatan direktur serta mengerjakan pengelolaan administrasi dalam kegiatan operasional BUMDes.
- e. Bendahara : Tugas Bendahara yaitu melaksanakan fungsi pengelolaan keuangan sumber daya unit usaha BUMDes serta menyusun pembukan penerimaan dan pengeluaran keuangan unit usaha milik BUMDes.
- f. Kepala Unit : Tugas Kepala Unit usaha BUMDes mempunyai tugas membantu direktur dalam mengelola, mengembangkan dan mengurus usaha-usaha BUMDes yang sesuai dengan potensi desa dan kebutuhan masyarakat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian diatas maka peneliti menarik kesimpulan bahwa bauran pemasaran pada peternakan kambing di BUMDes Maju sejahtera masih banyak perbaikan BUMDes Maju Sejahtera menerapkan bauran pemasaran dan alur kerja bumdesyakni:

a) Bauran Pemasaran Ternak Kambing Pada BUMDes Maju Sejahtera

1. Produk

Produk yang digunakan adalah peternakan kambing saat ini berjalan baik masih banyak perbaikan dalam produk seperti perawatan dan sebagainya.

2. Harga

Untuk harga dijual tergantung ada perawatan serta pemeliharaan kambing serta bobot pada kambing tersebut.

3. Promosi

Promosi yang dilakukan BUMDes masih dilaksanakan secara tradisional melalui pasar hewan .

4. Saluran Distribusi

Tempat yang digunakan BUMDes cukup strategis akan tetapi tempat yang digunakan masih belum tetap atau masih dalam status kontrakan.

b) Alur Kerja Ternak Kambing Pada BUMDes Maju Sejahtera

1) Jenis Kambing

BUMDes Maju Sejahtera memilih kambing kacang dengan alasan mudah dikembangbiakan dapat beradaptasi dengan cepat serta dapat beranak dengan mudah.

2) Pemilihan bibit

Pemilihan bibit juga diperhatikan pada kambing, proses penggemukan kambing sangat di tentukan oleh kambing bakalan sebagai ternak potong dapat berasal anak – anak kambing yang berumur 6 – 8 bulan.

3) Perawatan Kambing

a) Pemilihan Pakan dan Nutrisi

Pemilihan pakan juga harus diperhatikan pada umumnya hanya diberikan rumput komposisi pakan kambing yang digunakan pada BUMDes Maju Sejahtera adalah bahan baku yang dapat diberikan untuk kambing terdiri rumput jenis terbaik.

b) Pemeliharaan kesehatan kambing

Kesehatan kambing juga diperhatikan mengingat pada saat penjualan kondisi kesehatan kambing hal paling utama, beberapa kambing para peternak ada juga yang sakit.

c) Penggemukan Kambing

Hasil dari penggemukan kambing BUMDes Maju Sejahtera ada yang berhasil serta ada juga yang kurus.

4) Persiapan Lokasi Tempat (Kandang)

Tempat atau kandang berada bersampingan dengan rumah warga agar dapat selalu diperhatikan warga dengan alasan keamanan juga.

5) Persiapan kelahiran anak dternak

Para proses persiapan kelahiran beberapa dinyatakan tidak layak dikarenakan beberapa faktor yakni kambing tidak sehat atau kurus tidak sesuai standar harga dan perawatan yang tidak maksimal.

6) Masa Panen dan Penjualan

Pada saat panen dan penjualan beberapa peternak tidak menjual hewan ternak dikarenakan beberapa faktor seperti penyakit pada hewan ternak seperti penyakit kuku dan kebersihan hewan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai bauran pemasaran pada peternakan kambing di BUMDes Maju Sejahtera, maka peneliti ingin menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Pada promosi, hendaknya BUMDes memiliki media sosial seperti whatsapp, facebook, dan website bisnis dan lain-lain agar meningkatkan jumlah konsumen.
2. Pada tempat, masyarakat serta ketua hendaklah selalu berkomunikasi agar memiliki gedung atau rumah tetap apabila jika ada pertemuan dan rapat.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, D. S. (2018). PEOPLE DALAM MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH. *AL- 'ADALAH: Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, 3(3), 191–203.
- Aisyah, S., Sari, M. I., Hermawan, H., & Jember, U. M. (2022). PENGARUH PEOPLE , PROCES DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BADAN USAHA MILIK DESA KARYA MANDIRI DESA BALUNG KULON. *BASWARA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 123–129.
- Buchari Alma. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Budiarsana, I.-K. S. I. (2017). *Kupas Tuntas Beternak Kambing*. Penebar swadaya.
- Daus, F., Makmur, T., & Irwan, I. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Ternak Kambing Potong Abu Aqiqah di Kecamatan Krueng Barona Jaya Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 5(2), 167-179.
- Dita Angga Rusiana, BUMDes Motor Penggerak Desa, ditulis pada tanggal 26 Januari 2017. .*
- Fatimah, F., Widyabakti, M. A., & Sodikin, M. F. (2021). Peran Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Peningkatan Pangsa Pasar Pada BUMDES. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 49–58.
<https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4383>
- Guna, M. A. (2019). Analisis Sistem Agribisnis Ternak Kambing (studi Kasus pada Usaha Peternakan Prima Aqiqah di Kota Bandar Lampung).
- Handayani,R,D dan Rahmawati, D. (2019). Pengembangan Pemasaran Madu Lebah Dengan Bauran Pemasaran 4PDi Desa Ciburial, Kampung Cikurutug Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Hal 1-10.
- Izzuddin, A., Santoso, B., & Moulinda, T. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Produk Kuliner Bumdes. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4947>
- Khirzin, M. H., Ruliyanto, J., Wicaksono, D. A., & Laksanawati, T. A. (2022). Pemberdayaan peternak kambing di desa tambong kabupaten banyuwangi melalui pelatihan pemeliharaan dan perawatan kesehatan ternak. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(4), 1914-1919.

- Masykur, F., & Setyawan, M. B. (2019). Penerapan Smart E-Commerce Guna Pengembangan Produk. *ADIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1).
- Panjaitan, & Cahyanto. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak Ayam Pedaging di Kabupaten Jombang Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 14–23.
- Pasal 1 Ayat 6 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014.* .
- PP No. 72 Tahun 2005 Pasal 78.* .
- Sartika, W., & Hellyward, J. (2017). Bauran Pemasaran Susu Sapi dan Susu Kambing Segar di Kota Padang. *Jurnal Peternakan Indonesia (Indonesian Journal of Animal Science)*, 19(3), 178.
<https://doi.org/10.25077/jpi.19.3.178-184.2017>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. ANDI.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Susilawati, T., & Kuswati, P. S. W. (2015). *Agribisnis Kambing*. Universitas Brawijaya Press.
- Ulum, Mi. (2018). Konsep pemasaran lembaga pendidikan dalam pandangan syariah. *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 5(2), 30–42.
- Undang-Undang No 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah.*
- UU Desa No 6 Tahun 2014.*
- Wacana, J., Vol, P., Jurusan, A., Stiper, A., Wacana, D., Staf, L., Jurusan, P., Stiper, A., Wacana, D., Jl, L., No, K., & Metro, K. (2018). STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING PADA CV. BERKAH DI DESABANARJOYO KABUPATEN LAMPUNG TIMUR. *Jurnal Wacana Pertanian*, 14(2), 80–91.