

**POLA DAN STRATEGI PEMASARAN USAHA TERNAK AYAM JOPER
diBUMDES RUWA JURAI DESA TRIMULYO KECAMATAN
TEGINENENG KABUPATEN PESAWARAN**

(Laporan Akhir)



**Oleh
DAFFA RISKY FAREZI
1901071015**

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

ABSTRAK

POLA DAN STRATEGI PEMASARAN USAHA TERNAK AYAM JOPER diBUMDES RUWA JURAI DESA TRIMULYO KECAMATAN TEGINENENG KABUPATEN PESAWARAN

Oleh

DAFFA RIKY FAREZI

Setiap usaha memerlukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman agar dapat memaksimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan, membangun peluang-peluang dan mengatasi ancaman yang dapat mempengaruhi penjualan. BUMDes Ruwa Jurai adalah badan usaha yang unit usahanya bergerak dibidang peternakan yaitu peternakan Ayam Joper. Permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan kelemahan (*treath*) pada peternakan ayam joper di BUMDes Ruwa Jurai sudah berjalan dengan baik?”. tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui analisis SWOT peternakan ayam joper pada BUMDes Ruwa Jurai. Metode yang digunakan untuk memperoleh data sebagai bahan penelitian laporan ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Data di analisis dengan menggunakan SWOT. Berdasarkan pada pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti menyimpulkan bahwa BUMDes Ruwa Jurai sudah melakukan analisis SWOT dengan cukup baik tetapi terdapat beberapa kelemahan seperti kurangnya promosi.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Pola dan Strategi Pemasaran, BUMDes
Ruwa Jurai, Ayam Joper

**POLA DAN STRATEGI PEMASARAN USAHA TERNAK AYAM
JOPER DI BUMDES RUWA JURAI DESA TRIMULYO
KECAMATAN TEGINENENG KABUPATEN PESAWARAN**

(Laporan Akhir)

Oleh :

Daffa Risky Farezi

1901071015

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

Pada

Program Studi Diploma III
Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



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

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Laporan Akhir : **POLA DAN STRATEGI
PEMASARAN USAHA TERNAK
AYAM JOPER DI BUMDES
RUWA JURAI DESA TRIMULYO
KECAMATAN TEGINENENG
KABUPATEN PESAWARAN**

Nama Mahasiswa : Daffa Risky Farezi
Nomor Pokok Mahasiswa : 1901071015
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



**Menyetujui,
Pembimbing**

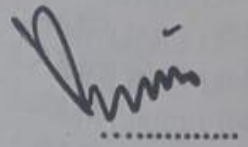
**Mengetahui,
Ketua Program Studi**

**Driya Wiryawan, S.E., M.M.
NIP 197209092005011002**

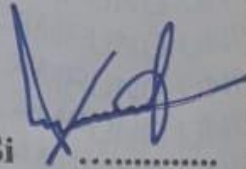
**Dr. Dorothy R.H. Pandjaitan, SE, M.Si.
NIP 198101262008012011**

HALAMAN PENGESAHAN

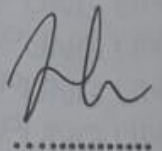
Ketua Penguji : DRIYA WIRYAWAN, S.E., M.M



Penguji Utama : Dr. DOROTHY R. H. PANDJAITAN, S.E., M.Si



Sekretaris Penguji : NURUL HUSNA, S.E., M.S.M



Tanggal Lulus Ujian : 31 Maret 2023



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

NIP 196606211990031003

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

POLA DAN STRATEGI PEMASARAN USAHA TERNAK AYAM JOPER DI BUMDES RUWA JURAI DESA TRIMULYO KECAMATAN TEGINENENG KABUPATEN PESAWARAN

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 keseluruhan 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 terbukti 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, 6 Juni 2023

Yang Memberi Pernyataan



KY FAREZI

19010671015

RIWAYAT HIDUP

DAFFA RISKY FAREZI dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 22 Agustus 2001 merupakan anak pertama dari 3 bersaudara, putra dari Bapak (ALM.) DEDI FIKRI dan Ibu DEASY NATALIA. Pendidikan peneliti dimulai dengan menyelesaikan pendidikan tingkat pendidikan Taman Kanak-kanak pada TK Beringin Raya Kec. Kemiling Kab. Bandar Lampung 2005. Kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Negeri 1 Beringin Raya Kec. Kemiling Kab. Bandar Lampung. Selanjutnya pada tahun 2013 peneliti melanjutkan pendidikan di SMP 14 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 2 Bandar Lampung, Lampung dan lulus pada tahun 2019. Selanjutnya pada tahun 2019 penulis diterima di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Lampung. Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung penulis juga pernah menjadi anggota bidang (Pengabdian Masyarakat) pada Himpunan Mahasiswa Manajemen (HMM) periode 2020-2021, Menjadi anggota Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) dan Menjadi anggota Serikat Mahasiswa Indonesia (SMI), Kemudian peneliti melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) secara offline selama 40 hari di BUMDES Ruwa Rurai Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran pada tahun 2022.

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 disekeliling ku. Yang selalu memberiku semangat dan doa, sehingga Laporan Akhir ini diselesaikan dengan baik. Teruntuk kedua orang tuaku tersayang, Bapak ALM Dedi Fikri dan Ibu Deasy Natalia ku persembahkan karya ini untuk kalian orang tuaku yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk anakmu 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. Kasih sayang yang sangat besar akan selalu ku ingat dan tidak akan pernah ku lupa hingga saya tua nanti. Semoga kebahagiaan yang saya dapatkan hari ini dan seterusnya dapat membuat kedua orang tuaku selalu bahagia.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, jika tidak kaum itu sendiri yang merubahnya”.

(Q.S Ar-Ra'd : 11)

"Janganlah melihat ke masa depan dengan mata buta. Masa yang lampau sangat berguna sebagai kaca benggala daripada masa yang akan datang".

(soekarno)

SANWACANA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Akhir yang berjudul “Pola Dan Strategi Pemasaran Usaha Ternak Ayam Joper Di Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran”. 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 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, S.E., M.Si. selaku Sekretaris jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Dr. Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, yang telah memberikan waktu, ide, dan arahnya.
5. Bapak Driya Wiryawan, S.E., M.M. 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.
6. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc. 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 Supandi sebagai Direktur BUMDes Ruwai Jurai, Bapak Jamaluddin selaku Kepala Desa Kecamatan Tegineneng dan seluruh masyarakat Desa Trimulyo. Terima kasih telah memberikan kontribusi dan bantuannya bagi Peneliti selama menjalani Praktik Kerja Lapangan.
9. Teman-teman D3 Manajemen Pemasaran, M. Alpin, Fajar Irawan, Denmas Aprian R, Daffarel yang senantiasa menolong dan memberikan semangat kepadaku semasa kuliah.
10. Teman-teman Kelompok PKL Desma dan Dimas yang senantiasa menemani pada saat PKL berlangsung.
11. Teman-teman HMJ Manajemen yang menemani dan membimbing berproses dan belajar semasa kuliah.
12. Alamamater tercinta, Universitas Lampung.

Bandarlampung, 6 Juni 2023
Peneliti

Daffa Risky Farezi
1901071015

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
HALAMAN PERSETUJUAN	III
HALAMAN PERNYATAAN	IV
PERNYATAAN ORISINALITAS	V
RIWAYAT HIDUP	VI
PERSEMBAHAN	VII
MOTTO	VIII
SANWACANA	IX
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	I
DAFTAR GAMBAR	I
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penulisan	7
1.4 Manfaat Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran	9
2.2 Ayam Joper	9
2.3 Analisis SWOT	10
2.3.1 Matriks SWOT	12
2.3 Fungsi, Manfaat dan Tujuan Analisis SWOT	13
2.3.1 Fungsi Analisa SWOT	13
2.3.2 Manfaat Analisis SWOT	14

2.3.3 Tujuan Analisis SWOT	14
2.4 Faktor-faktor Analisis SWOT	15
BAB III METODE DAN PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK	18
3.1 Desain Penelitian	18
3.2 Jenis dan Sumber Data	18
3.2.1 Jenis Data	18
3.2.2 Sumber Data	18
3.3 Metode Pengumpulan Data	19
3.4 Objek Kerja Praktik	19
3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik	19
3.4.2 Gambaran Umum Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)	20
3.4.3 Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)	20
3.4.4 Visi dan Misi Badan Usaha Milik Desa	21
Visi :	21
3.4.5 Bidang Usaha Badan Usaha Milik Desa	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Pelaksanaan Pemasaran Ayam Joper Pada BUMDes Ruwa Jurai	22
4.2 Analisis SWOT	22
4.2.1 Kekuatan (<i>Strength</i>)	24
4.2.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>)	24
4.2.3 Peluang (<i>Oppurtunity</i>)	25
4.2.4 Ancaman (<i>Threath</i>)	25
4.3 Pembahasan Strategi Pemasaran Pada BUMDes Ruwa Jurai Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran	35
4.4 Pola dan Strategi Pemasaran BUMDes Ruwa Jurai	36
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	37

DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Usaha BUMDes Ruwa Jurai Tahun 2021.....	1
Tabel 1. 2 Data Penjualan Ayam Joper BUMDes Ruwa Jurai	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Matriks SWOT BUMDes Ruwa Jurai Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung.	26
Tabel 4.2 Strategi Pemasaran yang dilakukan BUMDes Ruwa Jurai	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi BUMDes Ruwa Jurai Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran.....	20
Gambar 2 Alur Kerja Pemasaran BUMDes Ruwa Jurai.....	31

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di Indonesia salah satu permasalahan yang dihadapi saat ini adalah permasalahan ekonomi. Sejauh ini, pemerintah telah meluncurkan banyak program untuk mengatasi permasalahan tersebut. Salah satu program yang dilaksanakan oleh pemerintah adalah pembentukan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Dalam hal ini desa sebagai pemerintah secara langsung meningkatkan kesejahteraan dan secara langsung mempengaruhi kebutuhan masyarakat. Kesejahteraan adalah kondisi ideal setiap masyarakat. Oleh karena itu, kesejahteraan merupakan kondisi ideal yang selalu diupayakan untuk dicapai. Dalam suatu perekonomian, pendapatan merupakan faktor terpenting dalam mengetahui tingkat kesejahteraan. Pendapatan yang jauh di bawah rata-rata merupakan bukti bahwa masih banyak orang miskin di Indonesia.

Ayam Joper merupakan salah satu produk penyilangan antara ayam kampung dengan ayam ras petelur betina. Ayam Joper banyak diminati masyarakat, karena pertumbuhannya lebih baik dari ayam kampung biasa dan rasa dagingnya hampir sama dengan ayam kampung. Ayam Joper mempunyai berbagai keunggulan dibandingkan ayam konsumsi lainnya. Keunggulan tersebut seperti laju pertumbuhan lebih cepat dari pada ayam lainnya, memiliki angka kematian yang lebih rendah dan nilai konversi pakan lebih rendah. Kemampuan adaptasinya terhadap penyakit dan lebih toleran terhadap ransum berkualitas rendah.

BUMDes adalah suatu lembaga usaha yang di kelola oleh desa dan pemerintah untuk membantu perekonomian masyarakat desa sekitar. BUMDes berperan sebagai wadah bagi masyarakat yang bertujuan untuk memberi kesejahteraan dengan memaksimalkan sumber daya di desa dan

membantu dengan memberikan pinjaman modal bagi usaha-usaha yang ada di desa. BUMDes memiliki tujuan dalam mengelola sumber daya desa dan potensi ekonomi upaya meningkatkan perekonomian masyarakat.

BUMDes Ruwa Jurai Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung merupakan salah satu BUMDes merupakan lembaga yang mendorong seluruh unit usaha dalam bentuk peminjaman modal untuk dapat melakukan kegiatan ekonomi di Desa Trimulyo, membantu dalam pelaksanaan program pembangunan desa. Unit usaha yang ada di BUMDes Ruwa Jurai yaitu usaha sewa tenda dan usaha peternakan ayam joper. Usaha peternakan ayam joper merupakan salah satu unit usaha yang sudah berdiri sejak 2020. Pada tahun 2021 usaha ternak ayam joper adalah salah satu yang memiliki intensitas penjualan yang stabil dibandingkan dengan unit usaha lain pada BUMDes Ruwa Jurai Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran.

Tabel 1. 1 Daftar Usaha BUMDes Ruwa Jurai Tahun Pada 2021.

No	Daftar Usaha	Pengelola
1	Usaha Ayam Joper	Rudi Wantoro
2	Usaha tenda	Iman Agung Satria

Sumber : BUMDes Ruwa Jurai Desa Trimulyo Kabupaten Pesawaran

Berdasarkan tabel daftar data usaha yang ada di BUMDes Ruwa Jurai ada 2 pokok usaha yang terdiri dari usaha ayam joper yang di kelola oleh bapak Rudi dan usaha sewa tenda yang dikelola oleh bapak Iman . Dari hasil wawancara yang saya lakukan kepada bapak Supandi selaku Direktur BUMDes Ruwa Jurai, terdapat satu usaha yang tidak lagi berjalan, yaitu usaha tenda dikarenakan jumlah unit yang kurang dan tidak adanya permintaan dari konsumen.

Dalam pengembangan usaha, harus diperhatikan secara cermat dan kemudian mengevaluasi faktor-faktor yang dapat menjadi keunggulan bersaing di masa yang akan datang. BUMDes dalam menjalankan suatu bisnis dimulai karena adanya suatu peluang usaha dan ketertarikan dalam keuntungan yg diharapkan pada bisnis tersebut. Selain adanya peluang, pengusaha akan dihadapkan dengan pesaing. Pesaing adalah kompetitor dalam usaha, dimana penjual memperlihatkan produk yang sama dengan tujuan menerima laba, jumlah penjualan yang tinggi dan pangsa pasar. Kompetitor pula tak jarang dipercaya menjadi risiko atau sebuah tantangan yang wajib ditaklukkan. Agar bisnis yg dimiliki terus berjalan dan menerima laba yg stabil.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan analisis SWOT, analisis ini dapat dijadikan dasar bagi para pelaku usaha untuk mencapai tujuan usahanya. Jika digunakan dengan tepat, alat analisis ini dapat secara langsung berkaitan dengan ketepatan strategi yang dirumuskan untuk mencapai tujuannya dalam usaha, yang kemudian dapat meminimalkan risiko dalam memerangi ancaman, serta memanfaatkan peluang yang ada (Nuraini, 2019). Kegunaan analisis SWOT untuk mengoptimalkan keunggulan (*strength*) dan mendapatkan keuntungan bisnis secara maksimal, mengatasi kelemahan (*weakness*) yang dapat mengurangi penjualan usaha, mengidentifikasi peluang (*opportunities*) yang dapat meningkatkan laba usaha. Mencegah kerugian dan mengantisipasi masalah usaha yang disebabkan oleh ancaman (*threats*). Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Ruwa Jurai Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran merupakan usaha desa yang salah satu unit usahanya bergerak di bidang peternakan.

Menurut Bapak Rudi sebagai Pengelola Usaha Ayam Joper Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) pada awal mula penjualan ayam antusias dari pembeli sangatlah baik dibuktikan dengan adanya permintaan ayam yang melonjak tiap minggunya dari distributor sekitaran Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng. Pemasaran dari ayam joper BUMDes Ruwa Jurai hanya dilakukan di desa Trimulyo yang mengakibatkan pengembangan produk tidak berjalan dengan baik. Ibu Murtini sebagai pengelola ayam joper memasarkan produknya dari

mulut ke mulut dan hanya menawarkan ayam tersebut di whatshap pribadi saja. Pengelola juga sempat memasarkan ayam tersebut ke supermarket (*retail*) yang berada di Bandar Lampung, namun dapat penolakan dari pihak supermarket tersebut dikarenakan banyak yang belum mengetahui keberadaan ayam joper bisa menggantikan ayam boiler maupun ayam kampung, yang mempunyai rasa cita yang lebih enak dan lebih padat dibandingkan ayam konsumsi lainnya.

Strategi pada pemasaran BUMDes Ruwa Jurai Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung dapat teranalisis dengan analisis SWOT. SWOT adalah metode untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman dalam penerapan bauran pemasaran.

Menurut Sondang P. Siagian (2011:172-173), analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa SWOT merupakan akronim untuk kata kata *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Menurut Sondang P Siagian ada beberapa pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT sebagai berikut:

1. Faktor berupa kekuatan

Artinya faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis didalamnya adalah antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan konporatif oleh unit usaha dipasaran. Karena satuan bisnis

memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat daripada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor kekuatan pada BUMDes Ruwa Jurai terdapat pada cita rasa yang dimiliki ayam tersebut lebih enak dibandingkan ayam konsumsi lainnya dan memiliki tekstur daging yang lebih padat dibandingkan ayam konsumsi lainnya. Harga yang ditawarkan tergolong murah hanya dibandrol dengan harga Rp. 28.000 per ekornya.

2. Faktor Kelemahan

Kelemahan disini merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor kelemahan pada usaha ayam joper BUMDes Ruwa Jurai adalah dalam proses pemeliharaannya yang masih belum efektif, dikarenakan keterbatasan lahan untuk proses pembesaran ayam joper tersebut dan belum adanya tempat untuk melakukan penjualan.

3. Faktor Peluang

Peluang secara sederhana ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor Peluang yang dimiliki oleh BUMDes Ruwa Jurai dalam usaha Ayam Joper adalah minimnya kompetitor besar di daerah tersebut.

4. Faktor Ancaman

Ancaman disini diartikan dengan kebaikan pengertian peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis, jika tidak dibatasi ancaman akan menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor ancaman pada usaha ayam joper BUMDes Ruwa Jurai adalah banyaknya pesaing baru bermunculan dan bergerak dibidang yang sama.

Menurut Agus Arif Rahman (2021:25-26) Konsep Analisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan atau *Strength* adalah point internal dan positif dari konsep suatu usaha yang menjadi nilai jual suatu produk yang dipasarkan.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah faktor negatif yang mengurangi kekuatan suatu usaha. Ini adalah hal-hal yang perlu ditingkatkan agar menjadi lebih kompetitif.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah faktor eksternal dalam lingkungan bisnis yang cenderung berkontribusi pada kesuksesan suatu usaha,

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh pelaku usaha. Para pelaku usaha tetap harus mempertimbangkan hal ini untuk menempatkan rencana darurat dalam menangani masalah yang terjadi.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Ayam Joper BUMDes Ruwa Jurai Tahun 2021-2022

Bulan	Harga	Jumlah	Total
Maret, 2021	28.000	45 ekor	1.260.000
Mei, 2021	30.000	80 ekor	2.240.000
Juli, 2021	28.000	70 ekor	1.960.000
September, 2021	28.000	55 ekor	1.540.000
November, 2021	30.000	80 ekor	2.240.000
Desember, 2021	28.000	75 ekor	2.100.000
Februari, 2022	28.000	70 ekor	1.960.000
Total			13.300.000

Sumber : BUMDes Ruwa Jurai Desa Trimulyo Kabupaten Pesawaran

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dijelaskan bahwa penjualan ayam joper mengalami kenaikan pada bulan Mei dan November disebabkan oleh permintaan yang meningkat dikarenakan pada bulan Mei adalah Hari Raya Idul Fitri. Harga mengalami kenaikan sebesar Rp.2.000. Dan pada bulan Juli sampai dengan bulan Februari 2022 penjualan mengalami kenaikan dikarenakan adanya permintaan di pasar Desa Trimulyo. Pada bulan November harga mengalami kenaikan dikarenakan harga bahan baku mengalami kenaikan. Pada bulan Juli, September, Desember dan Februari penjualan tetap stabil berada diangka 55 - 70. BUMDes Ruwa Jurai menjual usaha ternaknya hanya di pasar tradisional yang ada di Desa Trimulyo.

Dengan adanya usaha yang sejenis di Tegineneng, Usaha ayam joper BUMDes Ruwa Jurai yang sudah berdiri selama kurang dari 1 tahun tetap masih mampu untuk bertahan tetapi promosi yang dilakukan belum maksimal. Permasalahan yang dihadapi BUMDes Ruwa Jurai adalah belum maksimalnya strategi pemasaran yang dilakukan sehingga perlu melakukan analisis SWOT agar dapat bertahan dan terus berkembang.

Dari latar belakang dan masalah yang ada, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **POLA DAN STRATEGI PEMASARAN USAHA TERNAK AYAM JOPER DI BUMDES RUWA JURAI DESA TRIMULYO KECAMATAN TEGINENENG KABUPATEN PESAWARAN**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang peneliti jelaskan maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu “Apakah strategi pemasaran melalui analisis SWOT pada usaha ternak Ayam Joper pada BUMDes Ruwa Jurai Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran sudah berjalan dengan baik?”

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui analisis SWOT usaha ternak Ayam Joper pada BUMDes Ruwa Jurai Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran.

1.4 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat yang diperoleh dari penulisan ini adalah :

a. Bagi Penulis

Untuk salah satu syarat dalam mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung tahun akademik 2021/2022.

b. Bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Ruwa Jurai Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran.

Dapat dijadikan masukan dan pertimbangan bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam pengembangan peternakan ayam joper.

c. Bagi Pembaca

Dapat dimanfaatkan untuk menambah pengetahuan dan dapat memahami mengenai pentingnya peran tenaga penjual pada keberlangsungan suatu usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Menurut Priansa (2017:30) mengatakan bahwa pemasaran (*marketing*) berasal dari kata *market* (pasar). secara sederhana, pasar dapat dipahami sebagai tempat sekelompok penjual dan pembeli bertemu untuk melaksanakan kegiatan transaksi tukar menukar barang. Pasar merupakan tempat konsumen dengan kebutuhan dan keinginannya tersedia dan mampu untuk terlibat dalam pertukaran guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:29), menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan sebagai imbalan. Menurut beberapa teori diatas, pemasaran dapat disimpulkan bahwa tempat bertemunya penjual dan pembeli guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menciptakan nilai bagi pelanggan sebagai imbalan.

2.2 Ayam Joper

Ayam joper merupakan hasil persilangan antara ayam kampung jantan dengan ayam betina ras petelur. Dari hasil persilangan tersebut menghasilkan pertumbuhan ayam lebih cepat dibandingkan ayam kampung biasa. Persilangan ayam buras betina dan ayam ras jantan grade 1, bertujuan agar tetap menjaga fenotipe dari persilangan tersebut memiliki perbandingan komposisi darah 50% : 50%, jika dilakukan proses grading up persilangan semakin mendekati ayam ras (Suprijatna et al., 2005).

Menurut Yaman, (2010), perbedaan yang paling signifikan antara ayam joper terlihat pada kemampuan menghasilkan daging, terutama pada organ tubuh bagian paha, seperti ayam pedaging unggul lainnya, perkembangan kedua jenis tipe otot tersebut menunjukkan bahwa ayam joper memiliki sifat dengan jenis

ayam pedaging lainnya. Ciri-cirinya adalah otot bagian dada dan paha tumbuh lebih cepat dan dominan dari pada bagian lainnya

Menurut softjan (2012), laju pertumbuhan ayam joper memang bisa dibilang bagus yaitu bisa mencapai berat 0,6-0,8 kg pada umur pemeliharaan 45 hari, akan tetapi tingkat konsumsi pakan masih tergolong tinggi, karkas ayam joper sepiantas memang agak sulit dibedakan dengan ayam kampung asli.

Pemeliharaan ayam joper bagi sebagian besar masyarakat dilakukan secara ekstensif sehingga hasil yang diperoleh kurang mencukupi kebutuhan konsumen, baik dalam hal kualitas dan kuantitas produksi untuk memperbaiki dan meningkatkan produksi ayam joper diperlukan pemeliharaan intensif dengan perbaikan potensi dan juga diikuti dengan perbaikan lingkungan, utama perkandangan dan pakan yang bergizi. Faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha ternak ayam joper pada umumnya adalah pakan (*feed*), pembibitan (*breeding*) dan tatalaksana (*management*).

2.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode analisis yang sederhana, tetapi berperan penting dalam mengembangkan bisnis kedepannya. SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threats* (ancaman) yang merupakan bagian dari proses perencanaan bisnis.

Menurut Fahmi dalam Ritonga (2013:254) berpendapat bahwa penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi dimasa-masa yang akan datang. Tujuan lain diperlukannya analisis SWOT adalah di mana setiap produk yang beredar di pasaran pasti akan mengalami pasang surut dalam penjualan atau yang dikenal dengan istilah daur hidup produk.

Menurut Afif dan Agus b Siswanto (2019:19) analisis SWOT adalah perkembangan hubungan atau interaksi antar unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman. Kinerja pengembangan ataupun organisasi dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis SWOT digunakan untuk memperoleh pandangan dasar mengenai Strategi yang diperlukan dalam mencapai suatu tujuan tertentu, dalam hal ini pengkajian tentang upaya-upaya apa saja yang dapat dijadikan solusi alternatif dalam pengelolaan dan pengembangan strategi. Menurut Fred R. David (Echdar 2019: 296-297) analisis SWOT sebagai berikut:

- a) Kekuatan (*Strengths*), kekuatan adalah sumberdaya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.
- b) Kelemahan (*Weakness*), kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.
- c) Peluang (*Opportunities*), peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

- d) Ancaman (*Threats*), ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

2.3.1 Matriks SWOT

Menurut rangkuti (2016:83) Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategi. Matriks SWOT adalah alat yang penting bagi seorang manajer dalam mengembangkan empat ide strategi, yaitu SO (*Strengths-Opportunities*), WO (*Weaknesses-Threats*), ST (*Strengths-Threats*) dan WT (*Weaknesses-Threats*).

SWOT merupakan juga alat untuk mengidentifikasi ancaman, peluang, kelemahan dan kekuatan dalam lingkungan suatu organisasi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi, Analisis SWOT dilakukan dengan memfokuskan pada dua hal berikut ini :

1. Fokus mendasar pertama adalah peluang yakni situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, serta ancaman yaitu situasi penting yang tidak menguntungkan dalam perusahaan.
2. Fokus mendasar yang kedua merupakan identifikasi terhadap kekuatan internal yaitu sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan atau ingin dilayani perusahaan, serta kelemahan internal yaitu keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya.

Analisis SWOT menghasilkan empat kombinasi strategi yaitu strategi *Strength Opportunities* (SO) adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, strategi *Strengths Threats* (ST) adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, strategi *Weaknesses Opportunities* (WO) adalah strategi yang

meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang dan strategi *Weaknesses Threats* (WT) adalah strategi yang meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman yang dimilikinya dan memanfaatkan atau mengoptimalkan kekuatan (S) yang dimilikinya dan memanfaatkan berbagai peluang (O) yang ada.

Strategi ST adalah strategi yang digunakan dengan seoptimal mungkin memaksimalkan kekuatan-kekuatan (S) yang ada untuk mengurangi berbagai ancaman (T) yang mungkin terjadi. Strategi (W-T) adalah strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan (W) dalam rangka meminimalisasi atau menghindari ancaman. Strategis (W-O) adalah strategi yang digunakan untuk meminimalkan masalah internal, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

2.3 Fungsi, Manfaat dan Tujuan Analisis SWOT

2.3.1 Fungsi Analisi SWOT

Menurut (Indra Mahardika 2019 : 271) fungsi analisis SWOT pada dasarnya adalah untuk memperoleh informasi terkait dengan analisis situasi, kemudian mengurainya menjadi pokok persoalan internal berupa kelemahan dan kekuatan serta pokok persoalan eksternal yang meliputi ancaman dan peluang. Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Berdasarkan teori tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa analisis SWOT memiliki fungsi sebagai suatu cara untuk meningkatkan bisnis dengan mempertimbangkan persoalan internal (kelemahan dan kekuatan) serta persoalan eksternal (ancaman dan peluang) dalam usaha penetapan strategi.

2.3.2 Manfaat Analisis SWOT

Metode Analisa SWOT merupakan alat yang tepat untuk menemukan masalah dari empat sisi yang berbeda. Menurut Suryatama (2014:33) mengatakan tujuan dari analisa SWOT adalah membantu mengembangkan kesadaran penuh semua faktor yang dapat mempengaruhi perencanaan strategis dan pengambilan keputusan, tujuan yang diterapkan pada hampir semua aspek industri SWOT dimaksudkan terutama untuk penilaian. Adapun manfaat yang didapatkan dari analisis SWOT tersebut sebagai berikut :

1. Sebagai panduan bagi perusahaan untuk menyusun berbagai kebijakan strategis terkait rencana dan pelaksanaan di masa yang akan datang. Dengan adanya analisa ini diharapkan perusahaan akan mampu memilih kebijakan dan rencana terbaik untuk perkembangan bisnis di masa yang akan datang.
2. Menjadi bentuk bahan evaluasi kebijakan strategis dan sistem perencanaan sebuah perusahaan. Analisis SWOT akan membantu perusahaan dalam memikirkan berbagai upaya evaluasi kebijakan yang dirasa merugikan dan mana yang menguntungkan.
3. Memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan, selanjutnya melalui informasi yang ada tersebut akan menjadi pedoman bagi pemilik perusahaan maupun perancang kebijakan untuk melakukan berbagai kebijakan baru sebagai solusi atas hasil analisa yang ada.
4. Memberikan tantangan ide-ide baru bagi pihak manajemen perusahaan, adanya berbagai permasalahan seperti kelemahan, peluang serta kekuatan yang kecil ataupun ancaman dari pihak luar yang mendorong bagian manajemen perusahaan untuk menemukan berbagai ide kebijakan yang lebih baru.

2.3.3 Tujuan Analisis SWOT

Tujuan Analisis SWOT menurut Yudha Yudhanto (2019:103) adalah untuk menggali informasi dari aspek-aspek penting sisi kekuatan,

kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu perusahaan atau organisasi. Dengan mengetahui detail empat aspek tersebut diharapkan mampu memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, mereduksi ancaman dan membangun peluang-peluang dimasa mendatang.

Menurut Bilung (2016:119) dengan analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi baik positif maupun negatif dari dalam dan dari luar perusahaan. Peran kunci dari SWOT adalah untuk membantu mengembangkan kesadaran penuh dari semua faktor yang dapat mempengaruhi perencanaan strategi dan pengambilan keputusan, tujuan yang dapat diterapkan pada hampir semua aspek industri.

Menurut Lukmandono (2015:44) tujuan dari analisis SWOT adalah sebagai berikut: Mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terlibat sebagai input untuk merancang proses, sehingga proses yang dirancang dapat berjalan optimal, efektif, dan efisien.

1. Menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu.
2. Mengetahui keuntungan yang dimiliki perusahaan.
3. Menganalisis prospek perusahaan untuk penjualan, keuntungan, dan pengembangan produk yang dihasilkan.
4. Menyiapkan perusahaan untuk siap dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.
5. Menyiapkan untuk menghadapi adanya kemungkinan dalam perencanaan pengembangan di dalam perusahaan.

2.4 Faktor-faktor Analisis SWOT

Menurut (Afif Salim, Agus B Siswanto, 2019:1-2) analisis SWOT terdiri atas 4 (empat) faktor sebagai berikut :

- a. *Strength* (Kekuatan)

Strength merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek, atau konsep yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek, atau konsep yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri.

c. *Opportunities* (Peluang)

Opportunities merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang akan terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri misalnya, kompetitor, kebijakan pemerintah, dan kondisi lingkungan sekitar.

d. *Threat* (Ancaman)

Threat merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep itu sendiri.

Menurut Dj. Rusmawati (2017:918) unsur-unsur SWOT meliputi:

1. Kekuatan (*Strengths*) Unsur pertama dari SWOT adalah kekuatan (*Strengths*), yang dimaksud dengan kekuatan (*Strengths*) adalah semua potensi yang dimiliki perusahaan dalam mendukung proses pengembangan perusahaan, seperti kualitas sumber daya manusia, fasilitas-fasilitas perusahaan baik bagi SDM maupun bagi konsumen dan lain-lain. Yang dimaksud faktor-faktor kekuatan adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada kepemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Contoh: kekuatan pada sumber daya keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan di pasar, dan kepercayaan bagi berbagai pihak yang berkepentingan atau yang berkaitan.
2. Kelemahan (*Weakness*) Adalah analisis kelemahan, dimana situasi dan kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu perusahaan pada saat ini. Tepatnya terdapat kekurangan pada kondisi internal perusahaan, akibatnya

kegiatan-kegiatan perusahaan belum bisa terlaksana secara maksimal. Misalnya: kekurangan dana, karyawan kurang kreatif dan malas, tidak adanya teknologi yang memadai dan sebagainya.

3. Peluang (*Opportunities*) Adalah faktor-faktor lingkungan luar atau eksternal yang positif, secara sederhana dapat diartikan sebagai setiap situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu perusahaan atau satuan bisnis. Yang dimaksud situasi lingkungan adalah perubahan dalam kondisi pesaing, hubungan antara pembeli (konsumen), hubungan dengan pemasok yang harmonis, kecenderungan penting yang terjadi dikalangan penggunaan produk, identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian.
4. Ancaman (*Threats*) Ancaman yang dimaksud dalam analisis SWOT yang bisa terjadi di lapangan adalah:
 1. Harga bahan baku yang fluktuatif
 2. Masuknya pesaing baru di pasar.
 3. Pertumbuhan pasar yang lambat.
 4. Pelanggan yang memiliki kepekaan terhadap harga dapat pindah ke pesaing yang menawarkan harga murah.
 5. Pesaing yang memiliki kapasitas yang lebih besar dan daya jangkau luas.

BAB III

METODE DAN PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan pedoman untuk melakukan proses penelitian seperti pengambilan data, pengumpulan data, dan analisis data. Pemilihan desain penelitian yang tepat diharapkan dapat membantu peneliti dalam melakukan penelitiannya dengan baik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Artinya, studi yang menghasilkan data deskriptif tertulis atau verbal dari orang-orang atau perilaku yang diamati selama 40 hari praktik kerja lapangan. Data diperoleh melalui wawancara langsung dan observasi lapangan kepada direktur Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Ruwai Jurai, Desa Trimulyo, Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang menjelaskan suatu fenomena yang berbentuk kalimat verbal bukan simbol angka atau bilangan yang umumnya tidak dapat dihitung. Data kualitatif didapatkan melalui suatu proses analisis secara detail dengan uraian yang tidak dapat dijelaskan secara numerik. Data yang diperoleh berupa informasi pendukung penelitian

3.2.2 Sumber Data

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan diberikan kepada pengumpul data atau peneliti. Data primer adalah wawancara dengan subjek penelitian dengan cara observasi atau melakukan pengamatan secara langsung dengan Kepala Bumdes Ruwai Jurai, Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Selama praktek kerja lapangan di Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Ruwa Jurai di Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran, metode yang digunakan untuk mendapatkan data sebagai bahan laporan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Observasi (Pengamatan Secara Langsung)

Observasi adalah suatu kegiatan terhadap proses memperoleh data informasi secara langsung, melalui pengamatan dan kemudian memahami fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk penelitian.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik perolehan data yang dilakukan dengan proses tanya jawab langsung antara penulis dengan narasumber, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang relevan disusun oleh penulis. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai Kepala Bumdes Ruwa Jurai dan Bapak Supandi selaku Pengelola.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dalam penelitian melalui dokumen-dokumen yang sudah ada, buku-buku referensi, serta dokumen berupa gambar saat observasi penelitian dan termasuk rekaman saat mewawancarai responden sehingga data yang diperoleh dapat dikonfirmasi kembali.

3.4 Objek Kerja Praktik

3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik

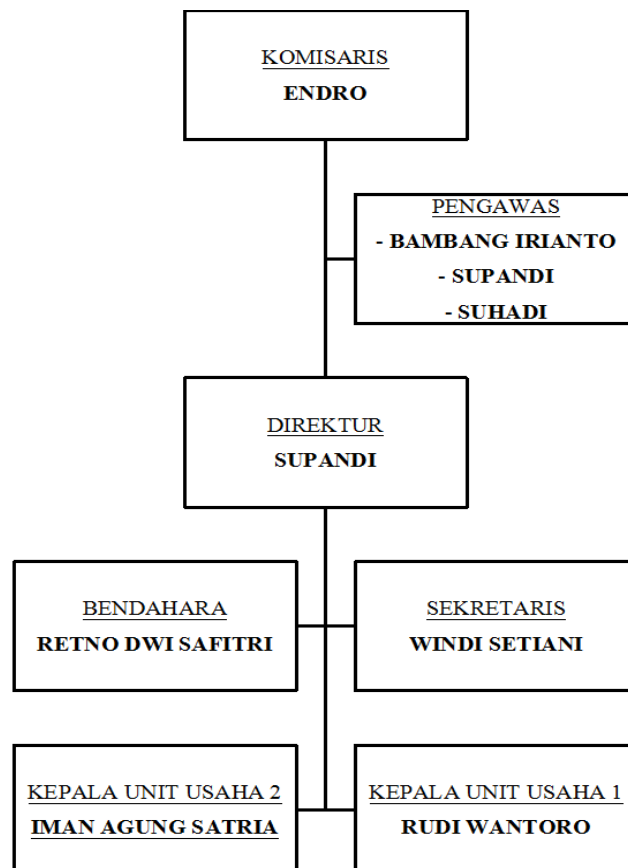
Lokasi yang dijadikan objek penelitian adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Ruwa Jurai Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran. Peneliti melaksanakan penelitian selama 40 hari yaitu tanggal 17 Januari 2022 hingga 04 Maret 2022.

3.4.2 Gambaran Umum Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Ruwa Jurai didirikan pada 20 Desember 2018 dan tahun ber operasi pada 3 Januari 2019 yang berlokasi di Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran yang bergerak pada bidang usaha ternak ayam joper dan usaha sewa tenda.

3.4.3 Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Berikut struktur organisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Ruwa Jurai Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran.



Gambar 1 Struktur Organisasi BUMDes Ruwa Jurai Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran.

3.4.4 Visi dan Misi Badan Usaha Milik Desa

Visi :

Mandiri dan Mendorong Perekonomian Desa

Misi :

1. Menjalankan Usaha Perdagangan, Wisata dan Pertanian sehingga mampu menjadikan BUMDes Ruwa Jurai Menjadi BUMDes yang Mandiri.
2. Mendorong seluruh unit usaha untuk dapat melakukan kegiatan ekonomi di Desa Timulyo.
3. Berperan aktif dalam pelaksanaan program pembangunan Desa.
4. Melakukan kerja sama dengan lembaga lain baik dalam segi usaha dan non usaha untuk mengembangkan BUMDes Ruwa Jurai.

3.4.5 Bidang Usaha Badan Usaha Milik Desa

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Ruwa Jurai adalah salah satu unit usaha yang bergerak dibidang ternak yang beroperasi sejak 3 Januari 2019. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Unit Usaha Ternak Ayam Joper dikelola oleh Bapak Supandi di Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaraan. BUMDes Ruwai Jurai memasarkan produknya di Desa Trimulyo

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan dan menurut hasil kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Oppurtunity*) dan ancaman (*Threat*) pembahasan yang dilakukan, maka dapat disimpulkan analisis SWOT BUMDes Ruwa Jurai belum melaksanakan kegiatan promosi dengan baik. Yang paling menonjol adalah kurangnya memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk promosi. Dari Analisis matriks SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi yaitu meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, melakukan promosi dengan menggunakan media sosial, menjaga hubungan baik kepada konsumen lama maupun konsumen baru dan meningkatkan kualitas Ayam Joper sesuai dengan permintaan pasar.

5.2 SARAN

Berdasarkan simpulan diatas maka ada beberapa saran yang perlu diperhatikan oleh BUMDes Ruwa Jurai dalam menjalankan pengembangan penjualan usaha ternak Ayam Joper berdasarkan matriks, yaitu :

1. BUMDes Ruwa Jurai dapat memaksimalkan pemasaran melalui berbagai macam media sosial, seperti Facebook, Whatsapp, Instagram dan ikut serta dalam berbagai event pemerintahan.

2. Mempertahankan kekuatan yang ada di BUMDes Ruwa Jurai seperti mempertahankan kualitas Ayam Joper dengan tetap menggunakan bahan baku kualitas terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- DJ, Rusmawati. (2017). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Kasus Di Cv. Lamongan Sports Center)*, volume II, No. 3.
- Fahmi, I. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fajar Nur'aini Dwi Fatimah. (2019). *Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta: Pustaka RI.
- Fried, D. R. (2019). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concept*. USE: University Of South Carolina.
- Kotler, p. a. (2012). *Principles Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lukmandono. (2015). *Analisis SWOT Untuk Menentukan Keunggulan Strategi Bersaing Di Sektor Industri Kreatif. Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan III*. Surabaya : Adi Tama.
- Mahardika, I. (2019). *Business Model And Business Plan Di Era 4.0*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Mesiayana, S. (2022). *Analisis SWOT Dalam Pengembangan Produk Rempyek Pada BUMDes Bumi Agung Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung*. Bandar Lampung.
- priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : Cv. Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT, Teknik Membedakan Kasus Bisnis*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- S, Bilung. (2016). *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada CV. Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur*. Kutai Timur: E Jurnal.
- Salim Afif, d. A. (2019). *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner*. Semarang: Pilar Nusantara.
- Suryatama. (2014). *Analisis SWOT*. Bandung: Pena Tama.
- Yudhanto, Y. (2019). *information Technology Business Start-Up*. Jakarta : Elex Media Komputindo.