



**“STRATEGI PEMASARAN BUMDes DI DESA MARGOMULYO
KECAMATAN GLENMORE BANYUWANGI”**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Sains Mandala

Disusun Oleh:

WINDA WIJAYANTI
NIM:21030238

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA
JEMBER
2025**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

**“STRATEGI PEMASARAN BUMDes DI DESA MARGOMULYO
KECAMATAN GLENMORE BANYUWANGI”**

NAMA : WINDA WIJAYANTI

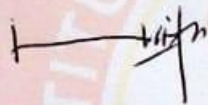
NIM : 21030238

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

MATA KULIAH DASAR : MANAJEMEN PEMASARAN

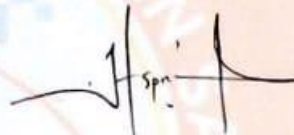
Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing Utama



Dra. Haifa, M.M
NIDN.0721066602

Dosen Pembimbing Asisten



Nely Supeni S.E., M.M
NIDN.0722128103

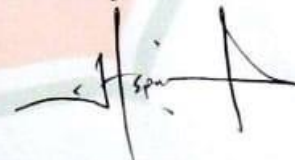
Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Institut Teknologi dan Sains Mandala



Dr. Agustin HP, M.M
NIDN.0723128503

Kaprodi Manajemen
Institut Teknologi dan Sains Mandala



Nely Supeni S.E., M.M
NIDN: 0722128103

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

**“STRATEGI PEMASARAN BUMDes DI DESA MARGOMULYO
KECAMATAN GLENMORE BANYUWANGI”**

Telah dipertahankan Tim Penguji Skripsi

Hari/Tanggal : Selasa, 01 Juli 2025

Jam : 09:45-11:15

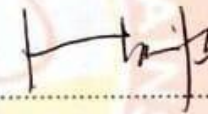
Tempat : Ruang Sidang

Disetujui oleh tim penguji Skripsi:

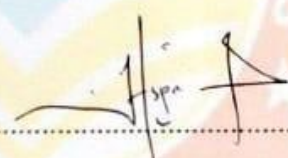
Hayatul Maspufah, S.P., M.M
Ketua Penguji



Dra. Haifa, M.M
Sekretaris Penguji



Nely Supeni, S.E., M.M
Anggota Penguji



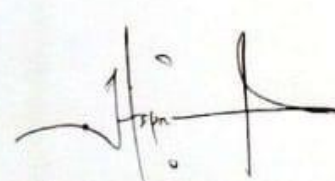
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Institut Teknologi dan Sains Mandala

Kaprodi Manajemen
Institut Teknologi dan Sains Mandala



Dr. Agustin HP, M.M
NIDN.0723128503



Nely Supeni S.E., M.M
NIDN: 0722128103

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Winda Wijayanti

NIM : 21030238

Program Studi : Manajemen

Mata Kuliah Dasar : Manajemen Pemasaran

Judul Tugas Akhir : **STRATEGI PEMASARAN BUMDES DI DESA
MARGOMULYO KECAMATAN GLENMORE
BANYUWANGI**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi” merupakan hasil karya ilmiah yang saya buat sendiri. Apabila terbukti pernyataan saya ini tidak benar maka saya siap menanggung resiko yang akan diberikan untuk saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 10 Mei 2025

Yang menyatakan,



Winda Wijayanti

NIM:21030238

MOTTO

“ Dan dia kamu di mana saja kamu berada. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”

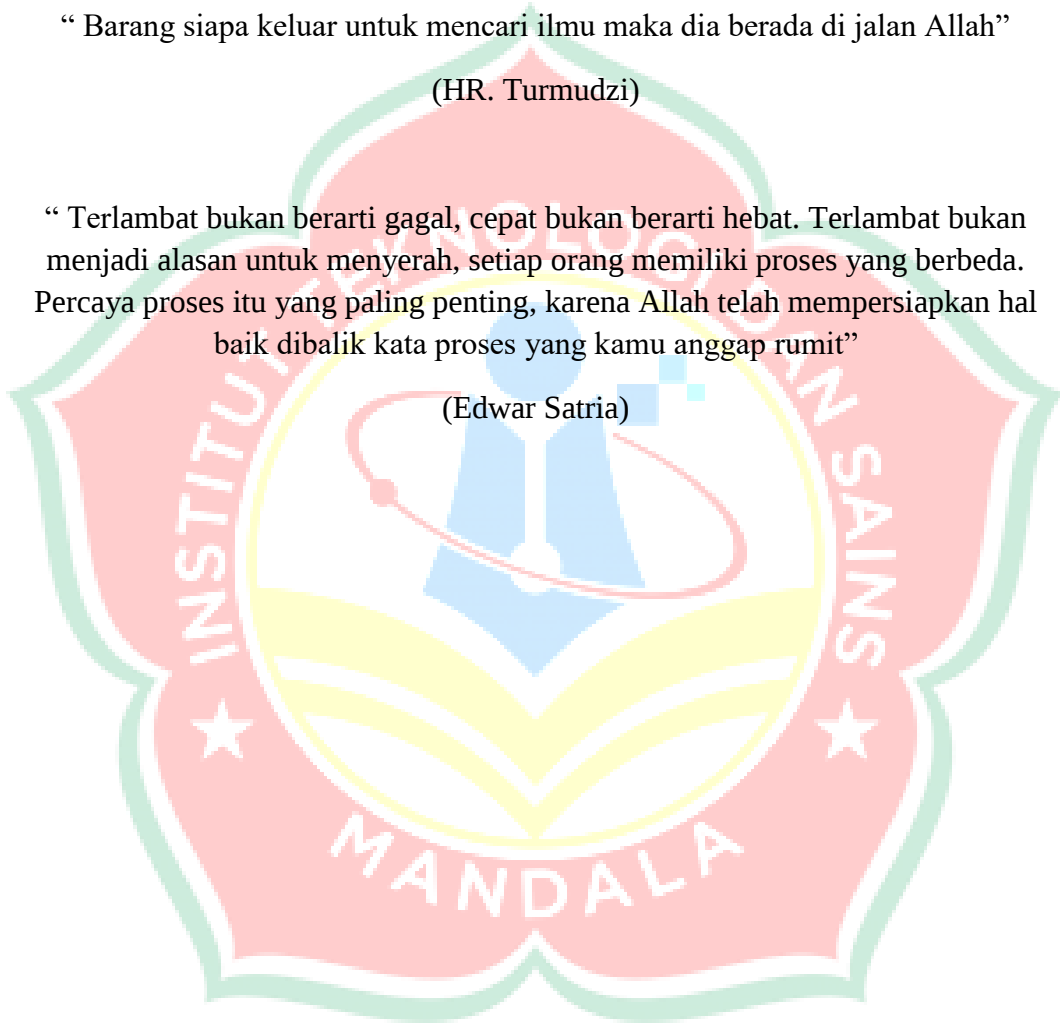
(Q.S Al-Hadid:4)

“ Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah”

(HR. Turmudzi)

“ Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit”

(Edwar Satria)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayahnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Strategi Pemasaran BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi"** sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana (S1) Program Studi Manajemen di ITS Mandala.

Melalui segenap usaha, do'a, serta penantian yang tidak sebentar, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, tentu dengan bantuan, arahan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Penulis sampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, berperan kepada penulis baik semasa perkuliahan maupun semasa menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Terimakasih kepada pemerintah Kebudayaan Riset dan Teknologi Republik Indonesia atas kesempatan mendapatkan KIPK yang diberikan untuk melanjutkan pendidikan.
2. Bapak Dr. Suwignyo Widagdo, SE., MM., MP selaku Rektor Institut Teknologi dan Sains Mandala
3. Ibu Dr. Agustin HP, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Sains Mandala
4. Ibu Nely Supeni, S.E., M.M selaku Ketua Prodi Manajemen yang telah memberikan arahan dan bimbingannya

5. Ibu Dra. Haifa, M.M, selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ibu Nely Supeni, S.E M.M selaku Dosen Pembimbing Asisten yang telah memberikan arahan dan bimbingannya.
6. Segenap Dosen dan Akademika Institut Teknologi dan Sains Mandala
7. Pengurus BUMDes yang telah memberikan izin dan kesediannya meluangkan waktu untuk membantu kelengkapan skripsi ini.
8. Ayah Akhmat Rofi'i dan Ibu tercinta Holifah, orang tua yang selalu saya cintai dan saya banggakan, yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang. Terimakasih atas doa yang selalu ibu dan ayah panjatkan demi kesuksesan anakmu ini.
9. Terimakasih juga untuk tunanganku Muhammad Malik Riski yang telah memberikan support terbaik dan sudah bersedia mendengarkan keluh kesahku setiap waktu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Terimakasih sahabat-sahabatku "Member Baru" , Wines, Putri, Feny, Nuril dan Dina yang sudah menemani dan juga mendukung, selama perkuliahan sampai di titik sekarang ini.
11. Terakhir terimakasih untuk saya sendiri Winda Wijayanti, karena telah berusaha keras dan bisa berjuang hingga sejauh ini. Semua moment yang menurutku sulit dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan sudah terlewatkan dengan baik, semoga pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan bisa menjadi ilmu yang barokah, bermanfaat dan bisa diamalkan. Skripsi ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk saya sendiri.

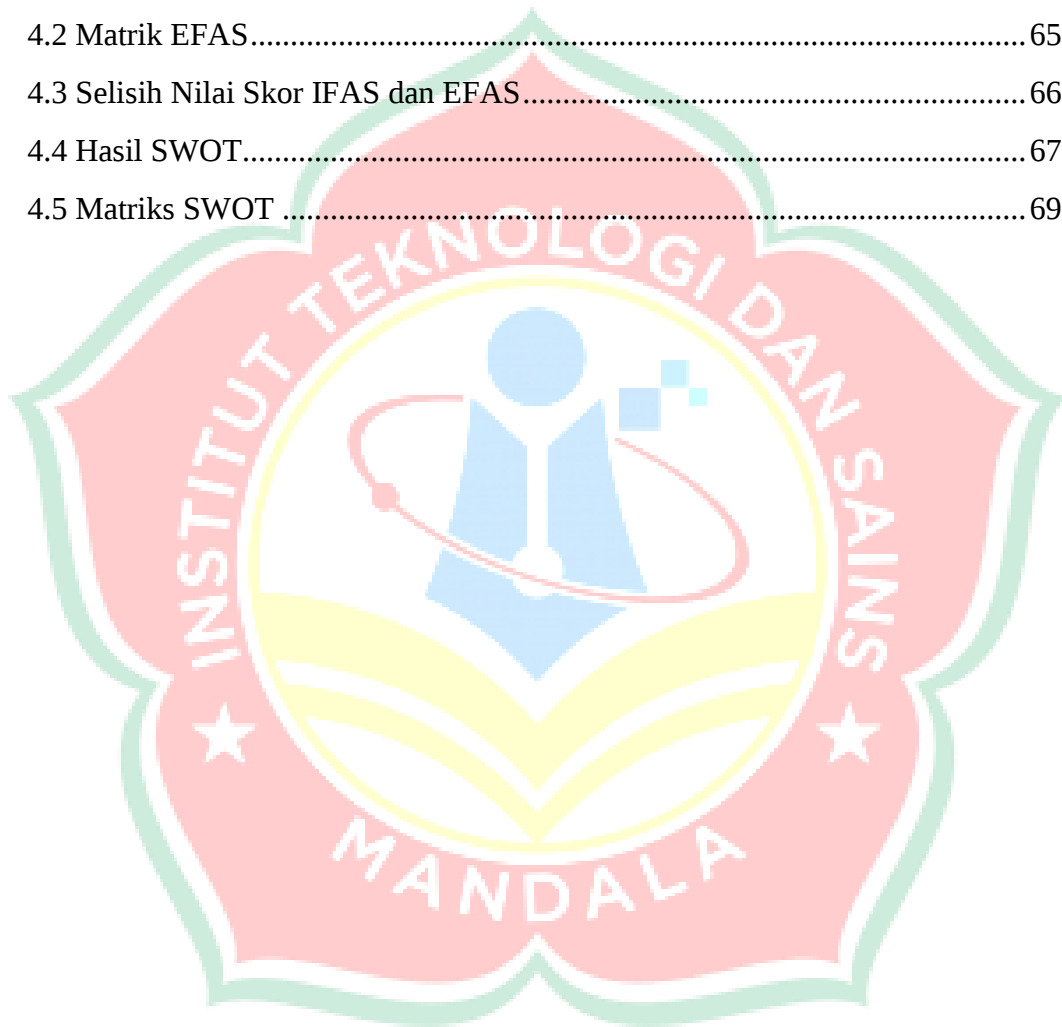
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	x
HALAMAN RINGKASAN EKSEKUTIF.....	xi
HALAMAN ABSTRAK	xii
HALAMAN ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Penelitian terdahulu	6
1.6 Tinjauan Pustaka.....	20
1.6.1 Manajemen Pemasaran.....	20
1.6.2 Strategi Pemasaran	20
1.7 Batasan Masalah	25
BAB II METODE PENELITIAN	26
2.1 Pendekatan dan Strategi Penelitian	26
2.2 Teknik Pengambilan Sampel	27
2.3 Metode pengambilan Data	28
2.4 Tahapan Penelitian	30
2.5 Pendekatan Analisis Data.....	31

2.6 Keabsahan Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Orientasi Kancan Penelitian	35
3.1.1 Gambaran Umum Desa	36
3.1.2 Gambaran Sosial Budaya Desa Margomulyo	37
3.1.3 Mata Pencarian	37
3.2 Pelaksanaan Penelitian	38
3.3 Temuan Penelitian	39
BAB IV PEMBAHASAN.....	59
4.1 Pembahasan	59
4.1.1 Hasil Analisis SWOT.....	59
4.2 Analisis hasil penelitian	60
4.2.1 Matriks IFAS.....	60
4.2.2 Matriks EFAS.....	62
4.2.3 Matriks SWOT	68
4.2.4 Menentukan Strategi Pemasaran	72
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Implikasi.....	75
5.3 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	79
Lampiran 1	79
Lampiran 2	82
Lampiran 3	85
Lampiran 4	86
Dokumentasi.....	87

DAFTAR TABEL

1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	16
2.1 Pengambilan Sampel	27
3.1 Informan	39
3.2 Komponen Pertanyaan.....	39
3.3 Temuan Hasil Penelitian.....	56
4.1 Matriks IFAS	63
4.2 Matrik EFAS.....	65
4.3 Selisih Nilai Skor IFAS dan EFAS.....	66
4.4 Hasil SWOT.....	67
4.5 Matriks SWOT	69



RINGKASAN EKSEKUTIF

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi pemasaran BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi dengan menggunakan metode analisis SWOT. Analisis ini penting untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi BUMDes dalam memasarkan produk tersebut, serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing di pasar.

Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi pemasaran BUMDes di Desa Margomulyo. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan fokus pada pemasaran BUMDes.

Pada tahap analisis SWOT, penelitian ini mengidentifikasi kekuatan BUMDes di Desa Margomulyo seperti kualitas produk, pelayanan prima, harga terjangkau, pengemasan yang bersih dan rapi, serta lokasi yang strategis guna memperluas pasar. Sementara itu, kelemahan yang diidentifikasi meliputi keterbatasan modal, kesulitan beradaptasi jika harga di pasar tidak stabil dan strategi pemasaran masih konvensional. Dari segi peluang, studi ini menyoroti potensi peningkatan permintaan pasar jika BUMDes mampu menjalin kerja sama dengan restoran, supermarket atau yang lainnya dan lebih memanfaatkan media sosial sebagai ladang promosi.

Namun demikian, terdapat pula ancaman yang perlu diatasi, seperti persaingan yang intensif dari produk serupa dan faktor cuaca yang dapat mempengaruhi produksi dan distribusi. Berdasarkan hasil analisis SWOT ini, strategi pemasaran yang direkomendasikan meliputi meningkatkan pangsa pasar, memanfaatkan media sosial sebagai ladsang promosi, menjalin kerja sama distribusi, mengoptimalkan pelayanan yang prima, dan membuat pembukuan yang transparan atau akuntabel.

Dengan memperhatikan strategi pemasaran berbasis analisis SWOT dapat membantu BUMDes di Desa Margomulyo untuk lebih kompetitif dan berkelanjutan. Rekomendasi penelitian mencakup perlunya pemanfaatan teknologi dalam strategi pemasaran produk BUMDes dan pelatihan terhadap SDM, agar dapat memanfaatkan peluang dan ancaman yang di hadapi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Pemasaran BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi dengan menggunakan metode analisis SWOT, Analisis ini penting untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh BUMDes Margomulyo, memasarkan produk tersebut serta merumuskan dalam strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing di pasar, Informan yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 6 orang. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, kuisioner, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini telah menemukan strategi yang tepat untuk pemasaran BUMDes Margomulyo adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang lebih modern, dengan meningkatkan kualitas, produk dan layanan di BUMDes, serta menambah varian produk BUMDes dan juga lebih memanfaatkan media sosial, dengan cara tersebut produk akan lebih di kenal oleh masyarakat luas, setelah strategi tersebut di laksanakan oleh pengelola BUMDes, selanjutnya meningkatkan kualitas produk, layanan dan bisa mengurangi resiko yang dapat merugikan BUMDes tersebut.

Kata kunci: Kekuatan, Kelemahan, Ancaman dan Peluang

ABSTRACT

This study aims to analyze the BUMDes Marketing Strategy in Margomulyo Village, Glenmore District, Banyuwangi using the SWOT analysis method. This analysis is important to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by BUMDes Margomulyo, market the product and formulate the right strategy to increase competitiveness in the market. The informants used in this study were 6 people. Data collection in this study used observation, interviews, questionnaires, documentation and literature studies. The results of this research have found the right strategy for marketing BUMDes Margomulyo is to implement a more modern marketing strategy, by improving the quality, products and services in BUMDes, as well as adding BUMDes product variants and also making more use of social media, in this way the product will be better known by the wider community, after the strategy is implemented by BUMDes managers, then improve the quality of products, services and can reduce risks that can harm the BUMDes.

Keywords: Strengths, Weaknesses, Threats, and Opportunities

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desa adalah komunitas hukum dengan berbagai wilayah yang sangat indah, untuk menetapkan dan mengintrusikan kebutuhan masyarakat kepentingan rakyat berdasarkan asas dan per undang-undangan serta adat istiadat yang di atur dalam sistem pemerintahan daerah pasal (1 ayat 12) Undang-undang No. 32 tahun 2014 tentang sistem pemerintahan daerah. Hidup bergotong royong mempunyai adat istiadat yang sama dan cara yang unik dalam mengekspresikan dirinya guna memengaruhi kehidupan masyarakatnya. Sebagai contoh misalnya wilayah-wilayah desa terletak di daerah pertanian sehingga mata pencarian menjadi petani.

Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore adalah salah satu Desa yang berada di kabupaten Banyuwangi yang berada di penghujung utara Desa Glenmore, yang terdiri dari 4 Dusun yaitu Dusun Sumbermulyo, Dusun Kampung baru, Dusun Ramiyan, Dusun Perkebunan. Pemberdayaan Badan Usaha Milik Desa atau dikenal dengan singkatan (BUMDes) yaitu suatu lembaga usaha milik Desa yang berbadan hukum bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa itu sendiri serta meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan masyarakat desa, sesuai yang di jelaskan dalam (UU No.6 Tahun 2014 pasal 87-90). Setiap Desa pasti memiliki usaha tersendiri tergantung dari potensi desa masing-masing, namun hal itu tidak memungkiri akan menjadi tolak ukur keberhasilan suatu usaha tersebut

karena melihat bukan hanya dari potensi sumber daya yang dimiliki oleh desa, namun melihat juga strategi yang di gunakan selama ini.

Pemasaran sangat penting bagi keberhasilan usaha. Karena dapat meningkatkan visibilitas produk mereka. Dalam pemasaran suatu produk harus memiliki strategi yang efektif guna mencapai tujuan suatu usaha tersebut. Menurut Tul dan Kahle dalam Tjiptono (2023:17), Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang di masuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran yang bersangkutan.

Pada tahun 2016 pemerintah Desa Margomulyo membentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). sebagai satu inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat umum, meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dengan membuka lapangan pekerjaan. Namun di Desa Margomulyo program BUMDes tidak langsung terlaksana, terlaksana mulai dari tahun 2021 dengan awal mula budidaya jamur tiram. Namun hingga saat ini Budidaya jamur tiram ini adalah program satu-satunya yang di miliki oleh BUMDes.

Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan BUMDes menjadi faktor penting dalam keberhasilan strategi pemasaran. Partisipasi masyarakat dapat menciptakan rasa memiliki dan meningkatkan tanggung jawab kolektif. Menurut Hasan Sidik (2020), dalam pelaksanaanya sendiri pengembangan

BUMDes juga memerlukan kerjasama dan kolaborasi dari seluruh pihak yang terlibat, seperti pemerintah, pelaku usaha, maupun masyarakat.

Pelatihan dan pendidikan bagi pengelola BUMDes menjadi faktor penting dalam meningkatkan pemahaman pemasaran. pengelolaan yang baik dan pengetahuan yang memadai tentang pemasaran dapat meningkatkan kinerja BUMDes secara signifikan. Oleh karena itu, program pelatihan perlu menjadi bagian dari strategi pemasaran dalam mengembangkan BUMDes.

Meskipun BUMDes memiliki potensi besar, Banyak BUMDes yang menghadapi kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas karena kurangnya strategi pemasaran yang efektif. Menurut Wenny Murtalingtyas, et al.,(2023) setiap perusahaan yang akan yang bersaing harus memunculkan atau menciptakan beberapa strategi manajemen yang baru dan tentunya strategi yang di gunakan harus benar-benar membutuhkan persiapan yang matang dan sangat efisien agar tidak berjalan dengan abal-abal. Strategi pemasaran yang tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada keterlibatan lingkungan dan sosial, akan memberikan dampak positif bagi masyarakat. Selama ini BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi yang di beri nama “JOYO MULYO” mendapatkan penilaian yang positif dalam pemasaran, namun kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas dan ketidakstabilan dalam penentuan harga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemasaran yang efektif untuk BUMDes di Desa Margomulyo.

Dengan memahami karakteristik pasar dan preferensi konsumen, diharapkan pengelola BUMDes dapat menyusun pendekatan pemasaran yang lebih baik. Pentingnya dilakukan penelitian ini guna memastikan keberhasilan dan keberlanjutan usaha Desa dan apabila penelitian tidak dilakukan dapat menghambat perkembangan dan keberlanjutan usaha tersebut. (Abdul Karim, dkk, 2022). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

1.2 Rumusan Masalah

Penjualan BUMDes sering mengalami ketidakstabilan dan kurangnya dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Ini merupakan permasalahan yang perlu diselesaikan untuk meningkatkan stabilitas ekonomi Desa, strategi pemasaran yang saat ini digunakan oleh BUMDes kurang efektif dan peluang pemasaran yang belum dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini tercermin dari rendahnya produk mereka kurang terdengar oleh masyarakat luas tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh BUMDes. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas, maka dapat diketahui rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa saja faktor kekuatan dan kelemahan pada BUMDes ?
2. Apa saja faktor peluang dan ancaman pada BUMDes?
3. Bagaimana menentukan strategi pemasaran pada BUMDes ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan pada BUMDes.
2. Untuk mengetahui faktor peluang dan ancaman BUMDes.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan pada BUMDes dengan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin peneliti sampaikan dari penulisan skripsi yang dihasilkan ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Peneliti ingin memperluas pemahaman dan pengetahuan tentang bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh BUMDes dengan analisis SWOT sebagai perluasan wawasan pengetahuan peneliti dan juga sebagai salah satu untuk syarat menyelesaikan program study Strata Satu (S1) Sarjana Manajemen.

b. Bagi Perusahaan dan Masyarakat.

Bagi pengelola BUMDes, dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai informasi untuk dipertimbangkan terutama untuk mengembangkan usahanya dibidang pemasaran. Selain itu, di harapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi yang bermanfaat dan sebagai sumber informasi tambahan, dapat memberi motivasi bagi masyarakat Desa Margomulyo. Bagi masyarakat penelitian ini sangat berguna dan

membantu sebagai pengetahuan dan informasi tentang pentingnya menentukan strategi pemasaran yang tepat.

c. Bagi Almamater

Bagi Almamater sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang lain yang mengadakan penelitian dengan permasalahan yang sama.

1.5 Penelitian Terdahulu

Peneliti akan membahas beberapa temuan penelitian terdahulu di bagian ini untuk mencegah duplikasi penelitian atau pengulangan topik yang sama, di perlukan tinjauan terhadap studi penelitian sebelumnya, akan dikaji kemudian membuat ringkasan, tingkat keaslian dan perbedaan dari penelitian yang perlu dilakukan terbukti dalam keberadaan langkah ini, di antaranya:

- 1. Hasan Sidik. (2020).** Kesejahteraan masyarakat di segala lini adalah salah satu cita-cita nasional Indonesia. Desa, sebagai lingkup masyarakat terkecil dalam masyarakat bernegara, sering kali menjadi bagian yang terlupakan dalam upaya mencapai hal tersebut. Oleh karena itu, dibuatlah perundang-undangan yang mengatur masalah desa dengan harapan kesejahteraan masyarakat desa dapat dicapai. Salah satu hal yang diatur dalam undang-undang tentang desa adalah mengenai BUMDes. BUMDes sendiri merupakan badan yang berperan penting dalam peningkatan perekonomian desa. Dalam artikel ini, akan dibahas mengenai peran BUMDes sebagai penggerak ekonomi dengan menggunakan studi kasus Desa Langensari. Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data

berupa wawancara, observasi lapangan, dan studi literatur melalui buku, jurnal, dan *website* terkait. Setelah data dikumpulkan, triangulasi data dari ketiga teknik pengumpulan data tersebut dilakukan untuk mendapatkan validitas data yang digunakan dalam tulisan ini. Hasil yang didapatkan adalah BUMDes dapat berperan secara efektif untuk meningkatkan perekonomian di Desa Langensari karena dapat mengembangkan UMKM yang terdapat di desa tersebut dengan cara meningkatkan *branding* dan memperluas jangkauan pemasaran dari produk yang dihasilkan.

2. **Riris Eka Widayanti, Renny Oktafia (2021).** Munculnya pandemi covid-19 harus disikapi oleh para pelaku usaha dengan penerapan langkah-langkah strategis untuk kelangsungan bisnisnya. Bisnis online pada situasi saat ini merupakan sebuah peluang atau kesempatan yang sangat menjanjikan dan terlebih juga menguntungkan untuk dikembangkan. Bisnis *online* juga tidak menutup kemungkinan adanya kendala, seperti persaingan yang ketat karena banyaknya kompetitor yang berdampak pada sempitnya cakupan pemasaran produk. Desa Sugihwaras merupakan salah satu desa yang sudah menjalankan roda perekonomian yaitu melalui pembentukan BUMDes. Salah satu bentuk inovasi yang sedang dikembangkan dan berjalan oleh BUMDes Sukses Bersama yaitu melakukan pemasaran produk BUMDes berbasis *online* melalui aplikasi *market place* yang dimiliki yaitu Elektronik Bumdes Sugihwaras (E-Bes). Tetapi sampai sekarang penggunaannya belum maksimal, sebab banyak masyarakat Desa Sugihwaras belum mengetahui adanya aplikasi tersebut,

ketertarikannya hanya 40% saja. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan dampaknya pada perekonomian desa.

3. Dwika Nurfalih (2021). Lembaga usaha yang menangani pelayanan jasa, yang telah berdiri pada tahun 2018. menyediakan berbagai jenis jasa seperti pembayaran listrik, pembayaran top up pulsa dan kuota, pembayaran BPJS, dan pembayaran pajak daerah, simpan pinjam, sewa ruko, rental mobil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan strategi pemasaran baru untuk BUMDes Berkah Makmur Desa Harjosari Kidul. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran melalui bauran penelitian/Marketing mix menggunakan 4P (Product, Procces, Place, Promotion). Kesimpulan Produk/Jasa BUMDes Berkah Makmur dipilih agar produk yang dijalankan memudahkan kebutuhan masyarakat dan tidak bersaing dengan masyarakat, BUMDes Berkah Makmur memberikan pelayanan terbaik untuk diterima oleh masyarakat dan pelayanan yang memuaskan.

4. Ahmad Izzuddin, Budi Santoso, Thasya Moulinda (2021). “Strategi Pemasaran Produk Syariah Kuliner BUMDes”. Pengelolaan BUMDes yang sekedar jalan, menyebabkan BUMDes kurang kompetitif dalam bersaing dengan usaha milik swasta. Tujuan penelitian ini yakni untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi kelebihan, kekurangan serta

peluang dan ancaman yang dihadapi oleh BUMDes bos muda di desa panti. Berdasarkan hasil penelitian, kami menyarankan beberapa strategi yang bisa dijalankan yaitu BUMDes bekerja sama dengan PT Perkebunan XII Panti yang menghasilkan kopi, BUMDes menjadi distributor kopi di warung kopi, café, dan toko-toko ritel, Peningkatan kapasitas produksi kopi, Mengolah ketela hasil panen warga menjadi produk kreatif, atau membantu warga menjadi pengusaha pengolahan ketela, BUMDes membuat program dengan pariwisata berlatarkan persawahan, atau perkebunan dan Membangun usaha peternakan kambing. Strategi pemasaran syariah yang kami sarankan, juga tertuang pada strategi bauran pemasaran yaitu BUMDes harus menunjukkan kualitas produknya, kemudian menetapkan harga yang kompetitif, dan menempatkan produknya ke tempat-tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen sasaran, selain itu BUMDes harus mulai mengenalkan produknya melalui promosi yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

5. **Bintang Juniar Algaryan, Anis Fuliatin (2022).** Munculnya pandemi covid-19 harus disikapi oleh para pelaku usaha dengan penerapan langkah-langkah strategis untuk kelangsungan bisnisnya. Bisnis online pada situasi saat ini merupakan sebuah peluang atau kesempatan yang sangat menjanjikan dan terlebih juga menguntungkan untuk dikembangkan. Bisnis online juga tidak menutup kemungkinan adanya kendala, seperti persaingan yang ketat karena banyaknya kompetitor yang berdampak pada sempitnya cakupan pemasaran produk. Desa Banjarsari merupakan salah

satu desa yang sudah menjalankan roda perekonomian yaitu melalui pembentukan BUMDes. Salah satu bentuk inovasi yang sedang dikembangkan dan berjalan oleh BUMDes Sukses Bersama yaitu melakukan pemasaran produk BUMDes berbasis online melalui aplikasi market place yang dimiliki yaitu Elektronik Bumdes Banjarsari (E-Bes). Tetapi sampai sekarang penggunaannya belum maksimal, sebab banyak masyarakat Desa Banjarsari belum mengetahui adanya aplikasi tersebut, ketertarikannya hanya 40% saja. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan dampaknya pada perekonomian desa.

6. **Abdul Karim, Trias Setyowati, Haris Hermawan (2022).** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui IFAS dan EFAS yang akan menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Bumdes Karya Mandiri. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji kondisi objek alam. Berdasarkan Matriks IE, posisi Bumdes Karya Mandiri berada pada kuadran IV. Jika dilihat dari tanda bintang, Bumdes Karya Mandiri menempati posisi IV. Dari hasil penelitian terhadap alternatif strategi perusahaan yang telah diperoleh, peneliti dan manajemen berdiskusi untuk menentukan strategi pemasaran di Bumdes Karya Mandiri yang sesuai dengan situasi dan kondisi serta tujuan dari Bumdes Karya Mandiri. Strategi pemasaran antara lain Mempertahankan promosi penjualan serta mengembangkan iklan dan interaktif marketing

dengan konsumen melalui media sosial, Merancang program-program kegiatan dengan masyarakat sekitar Desa Balung Kulon dan mempererat kerja sama antara mitra kerja, Meningkatkan kualitas SDM dengan mengikut sertakan karyawan ke dalam acara – acara seminar dan pelatihan kerja, Meningkatkan desain produk dan periklanan semenarik mungkin melalui media sosial, guna meningkatkan penjualan, Mengadakan kegiatan event marketing yang menarik untuk menjalin hubungan dengan konsumen Bumdes Karya Mandiri untuk kemudian diperkenalkan melalui media social. Untuk mengetahui gambaran strategi perusahaan berdasarkan rumusan IFAS dan EFAS pada tabel yang dihitung dalam Matriks IE internal dan eksternal.

7. Moh. Qadril Lasaib, Asngadi, Harnida Wahyuni Adda. (2023).

BUMDess Sintuvu adalah lembaga usaha yang menangani pelayanan jasa, yang telah berdiri pada tahun 2017, menyediakan berbagai jenis jasa seperti penyewaan hand traktor, rental mobil pick up, serta sewa tenda terowongan, kursi, meja resepsi, dan panggung pelaminan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan strategi pemasaran baru untuk BUMDes Sintuvu Desa Sikara Tobata. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran melalui bauran pemasaran/Marketing mix menggunakan 4P (Product, Price, Place, Promotion). Kesimpulan Produk/Jasa BUMDes Sintuvu dipilih agar produk yang dijalankan memudahkan kebutuhan masyarakat dan tidak

bersaing dengan masyarakat, BUMDes Sintuvu memberikan pelayanan terbaik untuk diterima oleh masyarakat dan pelayanan yang memuaskan.

8. Astuti Nona Awang, Tumpal Pangihutan Situmorang (2023). Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi pemasaran yang digunakan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Iyya Tekki di Desa Tebara, Kecamatan Kota Waikabubak, Kabupaten Sumba Barat, khususnya dalam kerangka bauran pemasaran 7P. Bauran pemasaran ini mencakup unsur-unsur seperti produk, harga, lokasi, promosi, sumber daya manusia, proses, dan bukti fisik, dengan fokus pada pengembangan sektor Pariwisata Prai Ijing dan Lumbung Desa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan informan adalah kepala desa, pengurus bumdes dan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam aspek produk, Destinasi Prai Ijing dianggap sebagai sebuah museum budaya yang hidup dengan potensi ekonomi yang kuat. Harga berdasarkan paket wisata dan pilihan yang dibuat oleh pengunjung dan tiket masuk terjangkau sambil menawarkan fasilitas. Tempatnya strategis dengan dukungan akses yang ditingkatkan oleh pemerintah. Promosi dilakukan melalui berbagai media sosial, seperti branding, iklan, dan penjualan. Sumber daya manusia dikembangkan di masyarakat desa. Proses pembelian tiket mudah baik secara online maupun manual, dan layanan kepada pengunjung sangat baik. Bukti fisiknya mencakup pengembangan spot foto rumah adat, loket masuk, toilet umum,

tempat parkir, kafe, penginapan, perpustakaan, tempat makan, gerbang, dan fasilitas lainnya, dengan menjaga kebersihan dan suasana yang ramah. Sementara pada Lumbung Desa, dalam aspek produk, mereka menghasilkan beras berkualitas dari panen terbaru dengan harga yang tetap terjangkau. Tempatnya juga strategis dan memiliki fasilitas penyimpanan padi yang baik. Namun, aspek promosi belum dikembangkan baik secara online maupun daring. Sumber daya manusia di masyarakat desa dikembangkan dan memberikan layanan yang baik kepada masyarakat. Proses penawaran produk berkualitas kepada masyarakat dilakukan. Bukti fisiknya memberikan kenyamanan kepada masyarakat melalui produk berkualitas, kebersihan, dan kemasan yang dirancang dengan baik.

9. Margi Christanti Poluan, Ivonne Angelic Umboh, Marlina T. Sau Dkk (2023). Tujuan penelitian ini adalah mengimplementasikan mata kuliah Kewirausahaan terkait marketing mix dalam analisa SWOT dengan melibatkan mahasiswa program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik De La Salle Manado dalam proses pengambilan data dan informasi. Topik penelitian terkait analisa strategi pemasaran dengan SWOT analisis berbasis Marketing Mix sekaligus melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan memberikan penyuluhan berbasis marketing mix kewirausahaan kepada warga setempat di Desa Parepei Kecamatan Remboken Kabupaten Minahasa. Analisis SWOT dilakukan untuk melihat kekuatan, kelemahan dan peluang serta tantangan sebagai bentuk analisis potensi desa setempat sehingga dapat digunakan

sebagai bisnis desa yang berkelanjutan dan menghasilkan pundi-pundi desa melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDEs) Desa Parepei Kecamatan Remboken Kabupaten Minahasa. Rubrik pertanyaan penelitian nantinya akan membahas tentang penjelasan berdasarkan analisis SWOT dan pengembangan strategi pemasaran berbasis marketing mix yang dapat diterapkan untuk pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam mendukung kesejahteraan masyarakat desa dan keberlanjutan ekonomi masyarakat desa setempat. Hal yang penting juga dengan adanya kegiatan ini dapat membantu warga desa sebagai pengelola BUMDes dapat bertahan mengelola BUMDes dengan baik, memenuhi kebutuhan masyarakat sekitarnya serta dapat merangsang dan menumbuhkan usaha-usaha rumahan warga untuk lebih produktif. Proses pengambilan data dan informasi oleh mahasiswa dengan pendampingan dosen dan data dan informasi ini akan diperoleh dari warga yang terlibat dalam usaha BUMDes ini dengan menggunakan rubrik pertanyaan yang disusun berdasarkan beberapa komponen dalam marketing mix (product, price, place, promotion). Sesudah itu ada edukasi dalam bentuk penyuluhan kewirausahaan akan dibawakan oleh mahasiswa dengan menggunakan materi presentasi yang sederhana dan praktis dan sedapat mungkin dapat dipahami oleh warga.

10. Dewi Anifa Rodiatuz Zahro, Ahmad Afan Zaini, Akhmad Sirojudin Munir (2024). Pengelolaan BUMDes Mitra Sejahtera bertujuan sebagai penggerak pembangunan lokal tingkat desa. Pengelolaan

BUMDes Mitra Sejahtera ini didasarkan oleh kebutuhan potensi, kapasitas Desa, peningkatan pendapatan masyarakat Desa dengan tujuan meningkatkan perekonomian masyarakat dengan berdasarkan prinsip kooperatif, emansipatif, dan partisipatif dari masyarakat. pembahasan peneliti ini bertujuan dengan untuk menganalisis dengan Metode SWOT, tantangan pada pengelola BUMDes Mitra Sejahtera, dengan tujuan dapat mengatasi semua permasalahan yang nantinya menjadi penghambat bagi kejayaan BUMDes Mitra Sejahtera dengan menggunakan Metode SWOT. Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan wawancara kepada pihak masyarakat, pihak ketua BUMDes Mitra Sejahtera, kepada Kepala Desa. Guna untuk mengetahui pengelolaan yang dilakukan oleh BUMDes Mitra Sejahtera yang digunakan untuk peningkatan ekonomi masyarakat. Pembahasan ini mendapat Hasil yakni, BUMDes Mitra Sejahtera mempunyai banyak peluang dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, memiliki pemimpin yang kompeten serta memiliki perencanaan dan pengelolaan yang baik sangat diperlukan untuk kemajuan BUMDes Mitra Sejahtera. penelitian yang telah dilakukan yaitu penerapan analisis swot terhadap strategi pengelolaan BUMDes mitra sejahtera dalam peningkatan ekonomi masyarakat. dimana masyarakat ikut berpartisipasi dan saling bekerjasama. Dalam pengelolaan BUMDes dimana SDM menjadi penentu berjalannya

sebuah BUMDes Mitra Sejahtera perlunya pemberian edukasi terhadap masyarakat maupun edukasi kepada SDM pengelola. Dengan adanya analisis SWOT maka dapat memudahkan dan mengetahui dimana dapat mempelajari kejadian dan ancaman di kemudian hari, mengantisipasi kerugian jika terjadinya suatu hambatan dan dengan adanya analisis ini dapat dihindari dan diterapkan demi kebaikan dan kesejahteraan masyarakat serta dapat membantu orang-orang yang membutuhkan.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Penelitian Terdahulu	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Hasan Sidik. (2020).	BUMDes dapat berperan secara efektif untuk meningkatkan perekonomian di Desa Langensari karena dapat mengembangkan UMKM yang terdapat di desa tersebut dengan cara meningkatkan <i>branding</i> dan memperluas jangkauan pemasaran dari produk yang dihasilkan	Metode pendekatan sama yaitu deskriptif kualitatif. Objek lingkup penelitiannya sama yaitu BUMDes.	Tahun penelitiannya berbeda yaitu pada tahun 2020. Tempat penelitiannya berbeda yaitu Desa Lengensari.
2.	Riris Eka Widayanti, Renny Oktafia (2021).	Mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan dampaknya pada perekonomian desa.	Metode pendekatannya sama yaitu deskriptif kualitatif. Objek lingkup penelitiannya sama yaitu BUMDes.	Tahun penelitiannya berbeda yaitu pada 2021. Tempat penelitiannya berbeda yaitu di Desa Sugihwaras Kabupaten Sidoarjo.

No.	Penelitian Terdahulu	Hasil	Persamaan	Perbedaan
3.	Dwika Nurfalah (2021).	Menemukan strategi pemasaran baru untuk BUMDes Berkah Makmur Desa Harjosari Kidul.	Metode pendekatannya sama yaitu deskriptif kualitatif. Objek lingkup penelitiannya sama yaitu BUMDes.	Tahun Penelitiannya berbeda yaitu pada tahun 2021 Tempat penelitiannya berbeda yaitu di Desa Harjosari Kidul Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal”.
4.	Ahmad Izzuddin, Budi Santoso, Thasya Moulinda (2021).	Mengetahui faktor-faktor yang menjadi kelebihan, kekurangan serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh BUMDes bos muda di desa panti	Metode pendekatannya sama yaitu deskriptif kualitatif Metode analisis nya sama yaitu SWOT Objek lingkup penelitiannya sama yaitu BUMDes.	Tahun penelitiannya berbeda yaitu tahun 2021 Tempat penelitiannya berbeda yaitu di Desa Panti.
5.	Bintang Juniar Algaryan, Anis Fuliatin (2022).	Mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan dampaknya pada perekonomian Desa Banjarsari Kabupaten Bojonegoro.	Objek lingkup penelitiannya sama yaitu BUMDes Metode pendekatannya sama yaitu deskriptif kualitatif	Tahun penelitiannya berbeda yaitu tahun 2022 Tempat penelitiannya berbeda yaitu di Desa Banjarsari Kabupatrn Bojonegoro.
6.	Abdul Karim, Trias Setyowati, Haris Hermawan (2022).	Menemukan strategi pemasaran di Bumdes Karya Mandiri yang sesuai dengan situasi dan kondisi serta tujuan dari Bumdes Karya	Metode pendekatannya sama yaitu deskriptif kualitatif Metode analisis nya sama yaitu SWOT Objek lingkup penelitiannya	Tahun penelitiannya berbeda yaitu tahun 2022 Tempat penelitiannya berbeda yaitu di Desa Balung Kulon Kabupaten Jember.

No.	Penelitian Terdahulu	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Mandiri.	sama yaitu BUMDes	
7.	Moh. Qadril Lasuib, Asngadi, Harnida Wahyuni Adda. (2023).	Menemukan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran atau marketing mix menggunakan 4P (<i>Product, Price, Place, Promotion</i>)	Metode pendekatannya sama yaitu deskriptif kualitatif Objek Lingkup Penelitiannya sama yaitu BUMDes.	Tahun penelitiannya berbeda yaitu tahun 2023 Tempat penelitiannya berbeda yaitu di Desa Sikara Tobata Kecamatan Sindue Tobata Kabupaten Donggala.
8.	Astuti Nona Awang, Tumpal Pangihutan Situmorang. (2023).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam aspek produk, Destinasi Prai Ijing dianggap sebagai sebuah museum budaya yang hidup dengan potensi ekonomi yang kuat.	Metode pendekatannya sama yaitu deskriptif kualitatif Objek lingkup penelitiannya sama yaitu BUMDes.	Tahun penelitiannya berbeda yaitu tahun 2023 Tempat penelitiannya berbeda yaitu di Kecamatan Kota Waikabubak, Sumba Barat.
9.	Margi Christanti Poluan, Ivonne Angelic Umboh, Marliana T. Sau Dkk (2023)	Menentukan kekuatan, kelemahan dan peluang serta tantangan sebagai bentuk analisis potensi desa setempat sehingga dapat digunakan sebagai bisnis desa yang berkelanjutan dan menghasilkan pundi-pundi desa melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDEs) Desa Parepei Kecamatan	Metode Pendekatannya sama yaitu deskriptif kualitatif Metode analisisnya sama yaitu SWOT Objek lingkup penelitiannya sama yaitu BUMDes.	Tahun penelitiannya berbeda yaitu tahun 2023 Tempat penelitiannya berbeda yaitu di Desa Parepei Kecamatan Remboken Kabupaten Minahasa.

No.	Penelitian Terdahulu	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Remboken Kabupaten Minahasa.		
10.	Dewi Anifa Rodiatuz Zahro, Ahmad Afan Zaini, Akhmad Sirojudin Munir. (2023)	BUMDes Mitra Sejahtera mempunyai banyak peluang dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, memiliki pemimpin yang kompeten serta memiliki perencanaan dan pengelolaan yang baik sangat diperlukan untuk kemajuan BUMDes Mitra Sejahtera.	Metode Pendekatan sama yaitu deskriptif kualitatif. Metode analisisnya sama yaitu SWOT. Objek lingkup penelitiannya sama yaitu BUMDes. Tahun penelitiannya sama yaitu 2024	Tempat penelitiannya berbeda yaitu di Desa Tempuran Kecamatan Ngluyu Kabupaten

Sumber: Hasan Sidik. (2020). Riris Eka Widayanti, Renny Oktafia (2021). Dwika Nurfalah (2021). Ahmad Izzuddin, dkk (2021). Bintang Juniar Algaryan, Anis Fuliatin (2022). Abdul Karim, dkk (2022). Moh. Qadril Lasaib, dkk (2023). Astuti Nona Awang, Tumpal Pangihutan Situmorang. (2023). Margi Christanti Poluan, dkk (2023) Dewi Anifa Rodiatuz Zahro, dkk (2023)

Persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu terdapat kesamaan objek penelitian yaitu BUMDes dan kesamaan dengan menggunakan analisis SWOT.

Perbedaan dalam penelitian terdahulu yaitu tempat objek yang di teliti dan data yang diambil penelitian fokus terhadap pengambilan data secara kualitatif, sedangkan di penelitian terdahulu beberapa menggunakan kuantitatif.

Kelebihan dalam penelitian terdahulu yaitu menggunakan sumber penelitian yang lebih terbaru dan penelitian ini merupakan penelitian pertama kali di BUMDes Margomulyo.

1.6 Tinjauan Pustaka

1.6.1 Manajemen Pemasaran

Menurut Annisa Riand Ambaratih (2024:7) manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan evaluasi dari aktivitas-aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta mencapai tujuan organisasi.

1.6.2 Strategi pemasaran

Menurut Fandi Tjiptono (2023:3) Strategi adalah rencana keseluruhan bisnis untuk mengalokasikan sumber daya dalam rangka menciptakan keunggulan kompetitif dalam pasar yang dimasukinya.

Tull dan Kahle dalam Fandy Tjiptono (2023:17) merumuskan bahwasanya strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang di gunakan untuk melayani pasar sasaran bersangkutan.

1.) Penentuan Strategi pemasaran

a.) Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi oleh pasar sebagai sarana untuk memenuhi

kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

b.) Harga

Harga Satuan moneter atau ukuran lain (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa

c.) Tempat

Lokasi dan saluran distribusi produk agar produk mudah diakses dan dibeli oleh konsumen, baik secara offline maupun online.

d.) Promosi

Promosi merupakan semua kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan bertujuan agar konsumen tertarik untuk membelinya

2.) Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Treaths). (Rangkuti, 2006) Hal Ini membantu perusahaan untuk mengevaluasi strategi mereka dan menentukan tindakan yang efektif.

a.) Indikator SWOT

Analisis SWOT menilai aspek internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis. Tahapan awalnya melibatkan penilaian posisi perusahaan melalui faktor internal dan eksternal, dengan menggunakan indikator yang dijelaskan dalam penelitian ini.

1.) Faktor Internal

Faktor internal merujuk pada elemen-elemen dalam sebuah usaha, seperti kepemilikan, aset, keuangan, manajemen, dan jejaring sosial, yang berasal dari dalam entitas bisnis tersebut.

2.) Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan sebuah faktor yang berasal dari luar lapangan usaha yang dimaksud biasanya seperti peraturan pemerintah risiko, persaingan, dan prospek ekonomi.

b.) IFAS

IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).

Tabel 1.2 Matriks IFAS

Faktor-faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai Skor
Kekuatan <i>Strengths</i> (S)			
Jumlah Kekuatan			
Kelemahan <i>Opportunities</i> (O)			
Jumlah Kelemahan			
Total			

Sumber : Rangkuti (2006:33)

c.) EFAS

EFAS (*Eksternal Strategic Factors Summary*) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis eksternal dalam kerangka peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*).

Tabel 1.3 Matriks EFAS

Faktor-faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai skor
Peluang <i>Opportunities</i> (O)			
Jumlah Peluang			
Ancaman <i>Threats</i> (T)			
Jumlah Ancaman			
Total			

Sumber : Rangkuti (2006:33)

d.) Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Tabel 1.4 Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	Daftar semua kekuatan/kelebihan yang dimiliki.	Daftar semua kekurangan/kelemahan yang dimiliki.
Opportunities (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi.	STRATEGI (S-O) Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.	STRATEGI (W-O) Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada.
Threats (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	STRATEGI (S-T) Gunakan semua kekuatan untuk menghindari semua ancaman.	STRATEGI (W-T) Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

Sumber, Freddy Rangkuti (2014)

Matriks SWOT ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti:

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Dalam strategi ini kombinasi terjadi antara kekuatan dan kesempatan. Matriks ini bermanfaat untuk memberi berbagai opsi kebijakan perusahaan, untuk memanfaatkan berbagai peluang yang ada (dari luar).

2. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Dalam strategi ini kombinasi terjadi antara kekuatan dan ancaman. Matriks ini berfungsi untuk memberi gambaran bagaimana menghadapi ancaman, dengan menggunakan berbagai kekuatan yang dimiliki perusahaan.

3. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

Dalam strategi ini, kombinasi terjadi antara kelemahan dan kesempatan. Dalam matriks ini di beri gambaran bagaimana opsi kebijakan yang tepat, dalam upaya memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu, juga meminimalkan faktor kelemahan yang dimiliki.

4. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)

Dalam strategi ini kombinasi terjadi antara kelemahan dan ancaman. Matriks strategi ini memberikan opsi kebijakan, yang meminimalkan berbagai kelemahan serta menghindari ancaman yang membahayakan perusahaan.

1.7 Batasan Masalah

Peneliti membatasi penelitian ini dengan memfokuskan terhadap:

1. Periode penelitian dilakukan bulan Februari 2025.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.
3. Analisis strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan dan Strategi Penelitian

Penelitian yaitu suatu kegiatan yang secara sengaja dilaksanakan dengan tujuan untuk memperoleh sebuah hasil dari suatu fenomena yang tampak dengan subjek utama humanisme, setiap penelitian memiliki tujuan yang sama dengan kerangka konseptual berbeda yang disusun berdasarkan metode penelitian yang dipilih sesuai kebutuhan dan karakteristik peneliti dan objek yang diteliti. Metode penelitian yang banyak digunakan oleh sebagian umum masyarakat Indonesia yaitu, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif.

Menurut Sugiyono (2022:9). Pengertian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif.

Strategi dalam sebuah penelitian dirancang untuk pelaksanaan kegiatan yang sistematis dengan langkah-langkah konkret sebagai wujud dari antisipasi selama aktivitas penelitian berlangsung. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini metode kualitatif namun dengan pendekatan

deskriptif, yang pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner, studi pustaka. Kuesioner ini dirancang dengan pertanyaan terbuka maupun tertutup yang memungkinkan responden memberikan jawaban yang mendalam, sehingga tetap sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif. Penggunaan kuesioner dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih luas dan sistematis mengenai fenomena yang diteliti, meskipun terdapat elemen kuantitatif dalam bentuk penghitungan frekuensi atau persentase jawaban, analisis data lebih difokuskan pada pemahaman makna, pola, dan konteks dari jawaban responden secara kualitatif. Dengan demikian, metode ini tetap menggunakan deskriptif kualitatif dengan analisis yang mendalam, sehingga hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang komprehensif dan kontekstual terhadap objek studi.

2.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2013:43) kriteria inklusi (inclusion criteria) adalah karakteristik umum subjek penelitian dari suatu populasi target yang dijangkau dan akan diteliti. Kriteria inklusi ini digunakan untuk menentukan siapa saja yang layak menjadi sampel dalam penelitian agar hasilnya relevan dan representatif terhadap populasi yang diteliti. Dengan demikian peneliti mengambil sampel dari lima orang penting yang turut mengelola BUMDes di Desa Margomulyo dengan kriteria tertentu yaitu:

Tabel 2.1 Pengambilan Sampel

No.	Status	Jumlah
1.	Pemberi modal BUMDes	1
2.	Pengelola BUMDes	1
3.	Penyelenggara pelatihan BUMDes	1
4.	Kepala Desa	1
5.	Karyawan (paling lama bekerja)	1
6.	Konsumen (berlangganan)	1

2.3 Metode Pengambilan Data

Dalam metode pengambilan data peneliti menggunakan beberapa metode seperti:

1. Wawancara

Wawancara atau sering disebut *interview* yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstrusikan makna dalam suatu topik tertentu (Esterberg dalam sugiyono, 2022:231). Teknik wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data menggunakan metode tanya jawab dengan sumber data (informan), baik langsung maupun tidak langsung. Peneliti meneliti melalui wawancara tatap muka pribadi dengan wawancara semi terstruktur.

2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap perilaku, kegiatan, atau keadaan suatu objek penelitian di lapangan tanpa perantara. (Sugiyono,2022:226)

3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2022:236), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya secara offline.

Cara membagikan kuesioner secara offline yaitu mencetak kuesioner dalam bentuk lembar fisik, yang kemudian membagikan langsung kepada informan, dengan penjelasan singkat tujuan penelitian dan cara mengisi kuisoner, yang kemudian mengumpulkan kembali lembar tersebut.

4. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu (Sugiyono, 2022:240). Mengambil data tentang variabel atau objek dari dokumen seperti catatan, peraturan, buku, surat kabar, dan majalah. Metode ini bersifat dokumenter. Untuk mengenali kecenderungan dalam praktik dan penelitian terkait keadaan di lapangan, peneliti menggunakan dokumentasi.

5. Studi Pustaka

Teknik untuk mencari informasi dan data melalui sumber-sumber tertulis, seperti buku, jurnal artikel, makalah, peneliti terdahulu dan hasil laporan.

2.4 Tahapan Penelitian

Dalam suatu kegiatan penelitian membutuhkan tahapan yang harus terencana dan terorganisir. Tahapan penelitian ini akan menentukan langkah-langkah peneliti dalam pelaksanaan kegiatan penelitiannya. Berdasarkan dari hasil kajian kepustakaan yang ada menurut (Moleong, 2014 : 126) tahap-tahap penelitian Kualitatif terdiri dari :

1.) Tahap Pra Lapangan

Dalam melakukan kegiatan penelitian awal yang perlu dilakukan sebelum mengumpulkan data dan lokasi serta waktu penelitian agar sesuai dengan objek permasalahan yang diangkat dan diteliti di antaranya:

- a. Penelitian menentukan tempat penelitian, dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian terletak di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi.
- b. Membuat surat perizinan penelitian, dalam tahapan ini peneliti tentunya harus membuat surat lampiran dalam proposal yang nantinya akan diberikan kepada pelaku yang terlibat dalam usaha BUMDes tentang perizinan dalam rangka kegiatan penelitian yang resmi (legal) dari tempat perguruan tinggi guna mempermudah peneliti mendapatkan informasi yang diinginkan.

2.) Narasumber

Narasumber yang dimaksud di sini yaitu mengambil narasumber dari pelaku yang terlibat dalam usaha BUMDes.

3.) Tahap Pelaksanaan

perencanaan, pengumpulan dan penyusunan data, serta penyajian hasil.

4.) Tahap Analisis Data

Tahap analisis data adalah proses sistematis untuk menggali wawasan dari data yang dikumpulkan. Tahap ini digunakan peneliti untuk mendapatkan informasi dari responden agar sesuai dengan rumusan masalah yang sudah disusunnya.

5.) Tahap Kesimpulan

Setelah tahap analisis data dilakukan selanjutnya dilanjut dengan tahap kesimpulan. Tahap ini mencakup rangkuman hasil temuan penelitian, implikasi, serta saran untuk penelitian masa depan. Kesimpulan harus mencerminkan pencapaian tujuan penelitian dan relevansinya terhadap bidang studi yang sudah bersangkutan.

2.5 Pendekatan dalam Analisis Data

Pendekatan dalam analisis data merujuk pada metode atau strategi yang digunakan untuk mengurai, memahami, dan menyimpulkan informasi dari data. Ini mencakup teknik-teknik seperti analisis statistik, machine learning, dan pendekatan kualitatif seperti analisis teks atau wawancara. Pemilihan pendekatan tergantung pada tujuan penelitian, jenis data yang tersedia, dan pertanyaan yang ingin dijawab. Pada penelitian dilakukan teknik analisis data dengan cara proses mencari menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam katagori, menjabarkan ke

dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, kemudian membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. maka peneliti mengolah data dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis kualitatif, sehingga menjadi suatu hasil pembahasan berupa penjelasan dan solutif melalui metode Analisis SWOT dan kondisi yang ada pada BUMDes yang berada di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi.

2.6 Keabsahan Penelitian

Pengujian keabsahan data perlu dilakukan setelah seluruh data terkumpul. Karena peneliti harus bisa menerima tanggung jawab atas keakuratan data yang dikumpulkan, maka keabsahan data dalam hal ini sangat penting untuk menjamin keabsahan data. Triangulasi dalam pengujian keabsahan data di artikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Wiliam Wiersma dalam Sugiyono, 2022:273). Adapun penjelasanya sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang gaya kepemimpinan seseorang, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke bawahan yang dipimpin, ke atasan yang menugasi, dan ke teman kerja yang merupakan kelompok kerja sama. Data

dari ke tiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan tiga sumber data tersebut.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu yaitu memerlukan pengumpulan data pada beberapa waktu atau kondisi untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh lebih akurat.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Triangulasi Teknik yaitu peneliti melakukan pengecekan data dari sumber yang sama untuk memperoleh keabsahan.

BAB III

HASIL PENELITIAN

3.1 Orientasi Kancan Penelitian

Langkah awal yang harus dilakukan sebelum melakukan penelitian adalah menetapkan kancan atau tempat lokasi yang akan dilakukan penelitian serta mempersiapkan segala sesuatu menjadi lancar serta sesuai dengan judul penelitian tersebut.

Peneliti memilih Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi sebagai lokasi penelitian terkait Strategi Pemasaran BUMDes “JOYO MULYO yang berada di Desa Margomulyo dengan menggunakan metode Analisis SWOT ((*Strenghts, Weaknesses, Opportunity, dan Threath*) untuk menentukan strategi pemasaran.

Dasar pertimbangan peneliti memilih BUMDes “JOYO MULYO” yang berada di Desa Margomulyo sebagai tempat penelitian ada beberapa hal, diantaranya:

1. Belum adanya penelitian terbaru mengenai judul “Strategi Pemasaran BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Bnayuwangi” dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.
2. Sudah memiliki ijin dari pengelola BUMDes JOYO MULYO di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi.

3.1.1 Gambaran Umum Desa

Pada bagian ini peneliti akan melakukan paparan data yang di peroleh dari lapangan dimana peneliti melakukan penelitian baik dari hasil wawancara, pengamatan (observasi), maupun dokumentasi. Paparan penelitian ini diarahkan untuk memberikan jawaban secara keseluruhan tentang beberapa persoalan sebagaimana yang sudah dirumuskan dalam fokus penelitian.

Namun sebelum peneliti membahas paparan data mengenai beberapa persoalan yang sudah terumuskan dalam fokus penelitian, peneliti juga ingin memaparkan tentang profil desa dimana peneliti melakukan sebuah penelitian yaitu di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi, sebagaimana peneliti dapatkan dari hasil wawancara, pengamatan (observasi), serta dokumentasi.

Desa Margomulyo terletak di Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur. Desa Margomulyo berada pada koordinat bujur 112,254269 dan lintang -8,199351, dengan ketinggian tanah sekitar 325 meter di atas permukaan laut. Desa ini memiliki 4 Dusun yaitu Dusun Sumbermulyo, Dusun Kampungbaru, Dusun Ramiyan, Dusun Perkebunan.

Desa Margomulyo di sebelah selatannya berbatasan dengan Desa Sepanjang, di sebelah utaranya berbatasan langsung dengan Gunung Raung, di sebelah barat Desa Tegalharjo, disebelah timur

berbatasan dengan Desa Bumiharjo. Desa Margomulyo memiliki luas wilayah 3,76 Km yang dihuni oleh 2.400 penduduk .

3.1.2 Gambaran Sosial Budaya Desa Margomulyo

Masyarakat di Desa Margomulyo yang termasuk daerah pegunungan dan interaksi sosial masyarakat di Desa Margomulyo sangat dekat. Hal ini dibuktikan dengan segala bentuk aktivitas keseharian masyarakat di Desa tersebut, seperti halnya saling peduli antar sesama dalam bersilaturahmi dan juga tergolong masyarakat yang suka saling gotong royong ketika salah satu masyarakat terdekat ada yang tertimpa musibah ataupun ketika ada tasyakuran mereka bergegas untuk berpartisipasi dalam acara tersebut. Selain itu terlihat semua warga Desa Margomulyo saling mengenal dan sangat akrab satu sama lain.

Kebudayaan dalam kehidupan masyarakat Desa Margomulyo ini masih sangat erat, karena budaya merupakan suatu cara hidup berkembang manusia yang dimiliki oleh sekelompok orang atau masyarakat dalam menjaga sebuah corak budaya yang diwarisi secara turun temurun.

3.1.3 Mata Pencarian

Dalam bidang sosial ekonomi, masyarakat Desa Margomulyo terbagi dalam berbagai profesi mata pencaharian yang mayoritas sama dalam setiap dusun. Mayoritas warga di desa ini masih menggantungkan hidupnya pada alam dengan bekerja sebagai petani

dan berwirausaha dengan cara memanfaatkan hasil pertanian. Bekerja sebagai petani ataupun berwirausaha dirasa sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Banyaknya Petani dan para pelaku usaha tidak menjadi penyebab mereka malas untuk bekerja karena banyaknya saingan. Lebih-lebih banyak pesaing semakin giat mereka untuk segera mencari rezeki.

Selain itu, kebutuhan ekonomi warga desa ini juga ditunjang dari hasil perantauan. Beberapa persen dari jumlah penduduk desa ini, merantau ke luar Banyuwangi. Konon katanya mereka pergi merantau karena faktor bisa merenovasi rumah dan memperbaiki perekonomiannya. Saat mereka merantau dan jika uang yang dimiliki sudah terasa cukup untuk memperbaiki rumah dan melunasi hutang, mereka akan pulang ke kampung halaman dan biasanya hasil uang yang didapatkan dari hasil perantauan biasanya digunakan untuk membeli tanah dan juga membuka usaha.

3.2 Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini digunakan untuk mempermudah dalam memecahkan permasalahan. Sehingga perlu dijelaskan dengan cara atau menggunakan metode yang ditempuh selama proses penelitian berlangsung. Pada kesempatan ini penelitian dilakukan pada bulan Februari 2025. Metode Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan metode analisis SWOT. Karakteristik informan dalam penelitian ini adalah Pengelola BUMDes, pemberi modal, penyelenggara pelatihan BUMDes, Pemerintah

Desa Serta Masyarakat sebagai komunitas yang menggunakan produk BUMDes.

3.3 Temuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Pada program penelitian “Strategi Pemasaran BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi.

Berdasarkan hasil pengamatan, ditemukan temuan-temuan penelitian dan berikut nama- nama informan beserta komponen pertanyaan dan hasil wawancara dengan informan yang terlibat dalam BUMDes:

Tabel 3.1 Informan

No.	Nama	Jabatan
1.	Therrintya Hendrid Febrilida Rosadi	Pemberi Modal BUMDes
2.	Budiono	Pengelola BUMDes
3.	Anik Kusriyani	Penyelenggara Pelatihan BUMDes
4.	Aji	Kepala Desa
5.	Handayani	Karyawan
6.	Siti Wasingah	Konsumen

Berikut adalah komponen pertanyaan dari peneliti untuk Informan:

Tabel 3.2 Komponen Pertanyaan

No.	Nama	Posisi	Pertanyaan
1.	Therrintya Hendrid Febrilida Rosadi	Pemodal	• Apa motivasi utama Anda dalam memberikan modal kepada BUMDes? • Mulai tahun berapa ibu memberikan modal kepada BUMDes? • Apa kekuatan (<i>Strengths</i>) utama yang ibu lihat pada BUMDes

No.	Nama	Posisi	Pertanyaan
			ini dalam menjalankan usahanya? • Bagaimana BUMDes memanfaatkan sumber daya lokal untuk meningkatkan daya saing produk? • Apa kelemahan (<i>weaknesses</i>) yang ibu ketahui dalam pengelolaan BUMDes ini? • Peluang (<i>opportunities</i>) pasar apa yang Anda lihat dapat dimanfaatkan oleh BUMDes untuk meningkatkan penjualan? • Ancaman (<i>threats</i>) terbesar apa yang dihadapi BUMDes dalam konteks pemasaran ? • Apa saran Anda untuk meningkatkan strategi pemasaran BUMDes agar lebih efektif?
2.	Budiyono	Pengelola	• Kapan BUMDes ini didirikan ? • Apa saja unit usaha yang saat ini dikelola oleh BUMDes? • Untuk segi harga BUMDes menjual berapa perkilonya? • Bagaimana proses pengambilan keputusan dalam pengelolaan BUMDes? • Apa saja kekuatan yang bapak ketahui di BUMDes dalam konteks

No.	Nama	Posisi	Pertanyaan
			pemasaran? • Apa kelemahan yang dihadapi BUMDes dalam menjalankan usahanya dalam konteks pemasaran? • Apa peluang pasar yang Anda lihat untuk produk atau layanan BUMDes saat ini? • Apa ancaman terbesar yang dihadapi BUMDes dalam pemasaran ?
3.	Anik Kusriani	Penyelenggara pelatihan BUMDes	• Apa tujuan utama dari pelatihan di BUMDes ini? • Siapa saja yang mengikuti pelatihan ini? • Apa yang ibu praktikkan dalam pelatihan ini? • Selesai pelatihan ini apakah ilmu yang ibu terapkan kepada BUMDes di jalankan? • Menurut ibu sendiri apa saja kekuatan (<i>strengths</i>) BUMDes ini dari segi pemasaran atau hal yang lainnya ? • Apa kelemahan (<i>weaknesses</i>) yang ibu ketahui di BUMDes dari segi strategi pemasarannya? • Apa peluang (<i>opportunities</i>) yang sering ditemukan di bumdes dalam konteks pemasaran BUMDes? • Sejauh ini apa ancaman yang ibu ketahui?

No.	Nama	Posisi	Pertanyaan
4.	Aji	Kepala Desa	• Apa pandangan Anda tentang peran BUMDes dalam meningkatkan perekonomian desa? • Bagaimana kekuatan (<i>Strengths</i>) yang dimiliki BUMDes saat ini?. • Apa kelemahan (<i>Weaknesses</i>) yang Anda temukan dalam pengelolaan BUMDes? • Untuk pengiriman keluar kota tepatnya di mana saja pak? • Apa peluang (<i>Opportunities</i>) yang dapat dimanfaatkan oleh BUMDes untuk meningkatkan pemasarannya? • Apa ancaman (<i>Threats</i>) yang menghadang BUMDes dalam menjalankan usaha dan strategi pemasarannya?
5.	Handayani	Karyawan	• Produk apa yang Anda gunakan dari BUMDes,? • Biasanya ibu membeli produk BUMDes atau jamur tiram digunakan sebagai apa dan bagaimana pengalaman ibu sendiri dengan produk tersebut? • Biasanya produk BUMDes yang di jual kembali itu dijual arahnya kemana buk? • Menurut Anda, apa kekuatan (<i>Strengths</i>) dari produk yang

No.	Nama	Posisi	Pertanyaan
			ditawarkan oleh BUMDes? • Apakah ada kelemahan (<i>Weaknesses</i>) yang ibu temui dalam produk atau layanan BUMDes? • Apa peluang (<i>Opportunities</i>) yang ibu lihat untuk BUMDes dalam meningkatkan penjualan produk mereka? • Apa ancaman (<i>Threats</i>) yang mungkin dihadapi BUMDes dalam memasarkan produknya di pasar saat ini?
6.	Siti Wasingah	Konsumen	• Apakah ibu sering membeli produk BUMDes? • Biasanya ibu membeli produk BUMDes untuk apa? • Menurut ibu kekuatan (<i>Strengths</i>) dari produk BUMDes? • Apakah tempat yang selama ini di gunakan strategis? • Apa saja kelemahan (<i>Weaknesses</i>) yang ibu ketahui dalam BUMDes? • Apa peluang (<i>Opportunities</i>) BUMDes yang selama ini ketahui? • Apa saja ancaman (<i>Threats</i>) BUMDes dari segi pemasaran?

Informan 1

Informan pertama ibu Therrintya Hendrid Febrilida Rosadi selaku pemberi modal terhadap BUMDes yang berlokasi di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Berikut hasil wawancara dengan informan.

1. Apa motivasi utama Anda dalam memberikan modal kepada BUMDes?

Informan: *Motivasi saya yaitu mempunyai keinginan dengan memberi modal kepada BUMDes, agar BUMDes bisa mandiri dan berjalan sehingga akan mengurangi pengangguran dan juga meningkatkan perekonomian, karena saya lihat mulai di bentuknya BUMDes pada tahun 2016 itu belum ada usaha yang benar-benar berjalan, dengan laba di peroleh yang nantinya akan di bagi menjadi dua.*

2. Mulai tahun berapa ibu memberikan modal kepada BUMDes?

Informan : *saya memberi modal di tahun 2021*

3. Apa kekuatan (Strengths) utama yang ibu lihat pada BUMDes ini dalam menjalankan usahanya?

Informan: *Menurut saya, kekuatan utama BUMDes 'JOYO MULYO' terletak pada dukungan penuh dari masyarakat. Mereka sangat antusias dalam mendukung usaha ini, baik sebagai konsumen maupun sebagai tenaga kerja,. Selain itu, kualitas produk yang dihasilkan juga cukup baik, sehingga pelanggan puas dan sering melakukan pembelian ulang, pelayanan juga bagus, dan harga nya stabil.*

4. Bagaimana BUMDes memanfaatkan sumber daya lokal untuk meningkatkan daya saing produk?

Informan: *Kami sangat mengutamakan pemanfaatan sumber daya lokal, misalnya dalam produksi jamur tiram. Bahan baku seperti serbuk kayu sebagai media tanam diperoleh dari sekitar desa, sehingga biaya produksi bisa lebih rendah dibandingkan jika harus membeli dari luar daerah. Tenaga kerja yang kami libatkan juga berasal dari warga sekitar, yang tentunya lebih memahami kondisi lingkungan dan proses budidaya jamur ini.*

5. Apa kelemahan (Weaknesses) yang ibu ketahui dalam pengelolaan BUMDes ini?

Informan: *Sejauh ini kelemahan yang kami hadapi adalah keterbatasan modal untuk memperluas usaha. Saat ini, produksi kami masih terbatas karena kapasitas yang ada belum cukup untuk memenuhi permintaan dalam jumlah, kesulitan jika harga di pasaran tidak stabil Terus, pemasaran produk masih belum maksimal karena sebagian besar masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut, yang cakupannya terbatas,.*

6. Peluang (Opportunities) pasar apa yang Anda lihat dapat dimanfaatkan oleh BUMDes untuk meningkatkan penjualan?

Informan: *Menurut saya, peluang besar yang bisa dimanfaatkan adalah pemasaran melalui media digital. Saat ini, pemasaran online seperti di media sosial atau marketplace sangat berpotensi untuk menjangkau pasar*

yang lebih luas, bahkan di luar daerah. Konsumsi makanan sehat juga meningkat, jadi produk jamur tiram kami bisa dikemas dan dipromosikan sebagai bahan makanan sehat yang bernilai gizi tinggi.

7. Ancaman (*Threats*) terbesar apa yang dihadapi BUMDes dalam konteks pemasaran ?

Informan: Ancaman terbesar tentu saja persaingan dengan produk serupa. Saat ini banyak pelaku usaha lain, baik individu maupun kelompok, yang juga membudidayakan jamur tiram. Naik turunnya harga pasar juga berpengaruh, karena jika harga turun drastis, keuntungan yang diperoleh menjadi sangat kecil, bahkan bisa merugikan.

8. Apa saran Anda untuk meningkatkan strategi pemasaran BUMDes agar lebih efektif?

Informan: Saya sarankan agar BUMDes mulai serius mengembangkan strategi pemasaran digital. Pembuatan akun resmi di media sosial, pemasangan iklan online, serta kerja sama dengan toko atau restoran yang membutuhkan jamur tiram dalam jumlah besar bisa menjadi solusi untuk meningkatkan penjualan.

Informan 2

Informan kedua Bapak Budiyo selaku pengelola BUMDes yang berlokasi di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Berikut hasil wawancara dengan informan.

1. Kapan BUMDes ini didirikan ?

Informan: BUMDes JOYO MULYO di dirikan pada tahun 2016

2. Apa saja unit usaha yang saat ini dikelola oleh BUMDes?

Informan: *Untuk saat ini BUMDes hanya memiliki satu unit usaha yaitu budidaya jamur tiram*

3. Untuk segi harga BUMDes menjual berapa perkilonya?

Informan: *BUMDes menjual jamur tiram seharga Rp.10.000 per kilo*

4. Bagaimana proses pengambilan keputusan dalam pengelolaan BUMDes?

Informan: *untuk pengambilan keputusan yang terkait dengan BUMdes kita seperti biasa mbak yaitu dengan Musyawarah.*

5. Apa saja kekuatan (*Strenghts*) yang bapak ketahui di BUMDes dalam konteks pemasaran?

Informan: *untuk saat ini yang menjadi kekuatan di BUMDes yaitu kita selalu melayani pelanggan dengan pelayanan prima mengapa demikian karena jika seorang pembeli tersebut senang dengan pelayanan kita maka pembeli tersebut akan kembali lagi dan menjadi pelanggan. BUMDes sendiri sangat menjaga kualitas produknya, karena produk BUMDes ini jamur tiram jadi kita melakukan penjualan dengan langsung memanen dalam artian masih segar dan langsung kita kirim tanpa kita menginapkan produk tersebut.*

6. Apa kelemahan (*Weaknesses*) yang dihadapi BUMDes dalam menjalankan usahanya dalam konteks pemasaran?

Informan: *Kelemahan yang sering kita temui berperang dengan harga, yang terkadang harga di pasaran tiba-tiba menurun, modal yang kurang, serta pemasarnya kurang memanfaatkan teknologi.*

7. Apa peluang (*Opportunities*) pasar yang Anda lihat untuk produk atau layanan BUMDes saat ini?

Informan: *kami harus mengubah media promosi dengan memanfaatkan media sosial agar pemasarnya luas dan lebih di kenal masyarakat luas.*

8. Apa ancaman (*Threats*) terbesar yang dihadapi BUMDes dalam pemasaran ?

Informan: *Ancaman nya yaitu pasti dari pesaing persaingan antar produk menjadi tantangan dan ancaman bagi produk-produk BUMDes maka dari itu BUMDes harus pintar mengelola usahanya agar bisa bersaing di pasaran dan juga ancaman yang serius yaitu jika sudah musim kemarau berkepanjangan.*

Informan 3

Informan ketiga ibu Anik Kusriyani selaku penyelenggara pelatihan BUMDes yang berlokasi di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Berikut hasil wawancara dengan informan.

1. Apa tujuan utama dari pelatihan di BUMDes ini?

Informan : *Tujuan dari pelatihan ini tentunya yang pertama agar lebih terampil, bisa memanfaatkan sumber daya dan mendorong BUMDes “JOYO MULYO” agar bisa bersaing dan berkolaborasi.*

2. Siapa saja yang mengikuti pelatihan ini?

Informan : *Pelatihanya kita perwakilan dari beberapa orang saja seperti kepala desa, perangkat Desa, pengelola BUMDes dan pengurus BUMDes*

3. Apa yang ibu praktikkan dalam pelatihan ini?

Informan : *Saya mempratikkan bagaimana cara membuat jamur tiram*

4. Selesai pelatihan ini apakah ilmu yang ibu terapkan kepada BUMDes di jalankan?

Informan : *Alhamdulillah di terapkan oleh BUMDes “JOYO MULYO” hingga berlanjut sampai saat ini.*

5. Menurut ibu sendiri apa saja kekuatan (Strengths) BUMDes ini dari segi pemasaran atau hal yang lainnya ?

Informan : *Menurut saya BUMDes ini sangat di dukung oleh masyarakat dalam pengelolaanya dengan hal tersebut Mereka memanfaatkan jaringan lokal untuk menjual produk, seperti menjual langsung ke warung-warung di sekitar desa dengan pelayanan yang ramah, serta harganya yang murah.*

6. Apa kelemahan (*Weaknesses*) yang ibu ketahui di BUMDes dari segi strategi pemasaran nya?

Informan : *menurut pendapat saya pribadi kelemahannya yaitu kurangnya stok Produk BUMDes sehingga hanya habis di pasar lokal, untuk luar kota sering tidak kebagian hal ini dikarenakan kurangnya modal, serta BUMDes ini memiliki kesulitan jika harga naik turun.*

7. Apa peluang (*Opportunities*) yang sering ditemukan di bumdes dalam konteks pemasaran BUMDes?

Informan : *karena media promosi sering dari mulut ke mulut sebaiknya BUMDes lebih dikembangkan lagi dengan adanya media sosial agar jangkauan pasar lebih luas dan menjalin dengan restoran atau pun sejenisnya, hal tersebut sangat menjamin.*

8. Sejauh ini apa ancaman (*Threats*) yang ibu ketahui?

Informan : *Ancaman sendiri yang saya ketahui yaitu dari segi pesaing, karena sekarang banyak individu yang sama dengan produk BUMDes sendiri yaitu budidaya jamur tiram dan juga cuaca kemarau dengan rentan waktu yang cukup lama.*

Informan 4

Informan keempat bapak Aji selaku Kepala Desa yang berlokasi di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Berikut hasil wawancara dengan informan.

1. Apa pandangan Anda tentang peran BUMDes dalam meningkatkan perekonomian desa?

Informan: Menurut pendapat saya BUMDes sudah cukup berhasil dalam tujuannya yaitu memperdayakan masyarakat serta meningkatkan ekonomi masyarakat. Hal tersebut terbukti karena di Desa margomulyo sendiri sudah minim dan hampir tidak ada yang menganggur .

2. Bagaimana kekuatan (Strengths) yang dimiliki BUMDes saat ini?

Informan: Menurut saya, kekuatan utama BUMDes 'JOYO MULYO' produk yang dihasilkan, seperti jamur tiram, memiliki kualitas yang baik serta harga terjangkau, dan selalu diminati pasar karena pelayanan yang baik. Faktor lain yang menjadi keunggulan adalah sistem pengelolaan yang berbasis musyawarah, sehingga setiap keputusan diambil dengan mempertimbangkan kepentingan bersama.

4. Apa kelemahan (Weaknesses) yang Anda temukan dalam pengelolaan BUMDes?

Informan: Salah satu kelemahan yang masih kami hadapi adalah keterbatasan modal untuk memperluas usaha. Saat ini, produksi masih terbatas sehingga permintaan dari luar kota terkadang tidak dapat dipenuhi, pemasarannya masih kurang maksimal karena belum banyak menggunakan media digital. Strategi pemasaran yang masih konvensional membuat jangkauan pasar terbatas di sekitar wilayah desa saja.

4. Untuk pengiriman keluar kota tepatnya di mana saja pak?

Informan: *kami pengiriman produk BUMDes atau jamur tiram ini kita kirimkan ke daerah Bali.*

5. Apa peluang (Opportunities) yang dapat dimanfaatkan oleh BUMDes untuk meningkatkan pemasarannya?

Informan: *BUMDes memiliki peluang besar untuk berkembang, terutama dengan adanya teknologi digital. Jika pemasaran bisa diperluas melalui media sosial dan marketplace, saya yakin produk jamur tiram dari desa ini bisa dikenal lebih luas, yang pengiriman biasanya ke kota Bali dengan kita lebih memanfaatkan media sosial maka pengiriman bisa lebih dari kota tersebut. Jamur tiram itu salah satu produk yang bisa dijual sebagai bahan makanan bernutrisi tinggi. Kerja sama dengan restoran atau supermarket juga berpeluang besar untuk meningkatkan penjualan.*

6. Apa ancaman (Threats) yang menghadang BUMDes dalam menjalankan usaha dan strategi pemasarannya?

Informan: *Ancaman terbesar adalah persaingan dengan pelaku usaha lain yang juga membudidayakan jamur tiram. Banyak individu maupun kelompok usaha di luar desa yang menawarkan produk serupa dengan harga yang kompetitif. Makanya, BUMDes harus terus berinovasi, baik dari segi pemasaran maupun kualitas produk, agar bisa bersaing dengan lebih baik, faktor cuaca yang harus di perhatikan.*

Informan 5

Informan kelima ibu Handayani selaku karyawan dalam pengelolaan BUMDes dengan kriteria karyawan yang paling lama bekerja di BUMDes, yang berlokasi di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Berikut hasil wawancara dengan informan.

1. Produk apa yang Anda gunakan dari BUMDes,?

Informan: *produk yang saya gunakan atau saya beli yaitu jamur tiram karna jamur tiram satu-satunya produk BUMDes.*

2. Biasanya ibu membeli produk BUMDes atau jamur tiram digunakan sebagai apa dan bagaimana pengalaman ibu sendiri dengan produk tersebut?

Informan: *Saya sering membeli jamur tiram dari BUMDes 'JOYO MULYO' untuk konsumsi sendiri maupun dijual kembali. Pengalaman saya sejauh ini sangat baik karena jamurnya selalu segar, bersih, dan berkualitas. Harganya juga lebih terjangkau dibandingkan di pasaran, sehingga cukup membantu bagi pembeli seperti saya. Produk ini juga mudah didapatkan karena diproduksi langsung di desa.*

3. Biasanya produk BUMDes yang di jual kembali itu dijual arahnya kemana bu?

Informan: *Biasanya saya menjual produk BUMDes atau jamur tiram ini ke saudara atau teman dengan mempromosikan lewat akun whatsApp pribadi saya sendiri. Disitu juga saya bisa mendapatkan laba walaupun sedikit.*

4. Menurut Anda, apa kekuatan (*Strengths*) dari produk yang ditawarkan oleh BUMDes?

Informan: *Kualitas jamur tiram yang sangat baik menjadi salah satu keunggulan utama. Produk ini selalu segar karena langsung dipanen lalu dijual jadi tidak sampai bermalam. Harganya juga stabil yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Melayani konsumen dengan ramah dan profesional.*

5. Apakah ada kelemahan (*Weaknesses*) yang ibu temui dalam produk atau layanan BUMDes?

Informan: *Ketersediaan stok sering menjadi kendala. Saat permintaan meningkat, jamur tiram cepat habis sehingga sulit mendapatkannya dalam jumlah besar.*

6. Apa peluang (*Opportunities*) yang ibu lihat untuk BUMDes dalam meningkatkan penjualan produk mereka?

Informan: *Pemasaran online di kembangkan lagi. Jika produk ini dipasarkan melalui media sosial atau marketplace, lebih banyak pelanggan bisa dijangkau. Kerja sama dengan restoran, katering, dan toko bahan makanan juga dapat meningkatkan penjualan.*

7. Apa ancaman (*Threats*) yang mungkin dihadapi BUMDes dalam memasarkan produknya di pasar saat ini?

Informan: *Mungkin persaingan dengan petani atau produsen lain. Banyak usaha serupa yang mulai berkembang, sehingga kompetisi*

semakin ketat. Faktor cuaca turut mempengaruhi produksi yang berdampak ke pemasaran.

Informan 6

Informan keenam ibu Siti Wasingah selaku konsumen BUMDes dengan kriteria yang berlangganan dalam pembelian produk BUMDes. yang berlokasi di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Berikut hasil wawancara dengan informan

1. Apakah ibu sering membeli produk BUMDes?

Informan: *Iya saya lumayan sering membeli*

2. Biasanya ibu membeli produk BUMDes untuk apa?

Informan: *Biasanya saya membeli untuk konsumsi sendiri*

3. Menurut ibu kekuatan (Strengths) dari produk BUMDes?

Informan: *Menurut saya kekuatan atau keunggulan nya BUMDes ini melayani konsumen dengan ramah, kualitas produknya juga bagus, harganya juga lumayan murah dan pengemasanya sangat bersih dan rapi.*

4. Menurut ibu sendiri mengenai tempat apakah tempat yang selama ini di gunakan sudah strategis?

Informan : *Menurut saya pribadi mengenai tempat sudah lumayan strategis, karena dekat dengan kota, dan mudah di jangkau.*

5. Apakah saja kelemahan (Weaknesses) yang ibu ketahui dalam BUMDes ?

Informan: Menurut pendapat ibu sendiri kelemahan nya terhadap dalam stok produknya, pemasarannya jangan hanya lewat mulut ke mulut, lebih di kembangkan lagi.

6. Apa peluang (Opportunities) BUMDes yang selama ini ibu ketahui?

Informan: Karena sekarang jaman nya media sosial menurut ibu, BUMDes harus beradaptasi dari segi promosi, karena yang ibu ketahui BUMDes sendiri mempromosikan produknya tidak menggunakan media sosial, padahal produk BUMDes kualitasnya sudah menjamin, dan itu wajib di promosikan

7. Apa saja ancaman (Threats) BUMDes dari segi pemasaran?

Informan: Sekarang sudah banyak pesaing yang lebih canggih dari BUMDes. Cuaca yang tidak menentu.

Tabel 3.3 Hasil Temuan Penelitian

No.	Nama	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1.	Therrintya Hendrid Febrilida Rosadi	kualitas produk yang terjamin, pelayanan yang baik, harga yang stabil.	Keterbatasan modal dalam memperluas usaha, kesulitan menentukan harga jika di pasar tidak stabil. media promosi masih konvensional.	Mengubah media promosi agar bisa menjangkau pasar yang lebih luas, bekerja sama dengan resto ataupun sejenisnya	Banyaknya pesaing baik individu maupun kelompok, tidak stabilnya harga di pasaran.
2.	Budiyono	Mengutamakan pelayanan prima, kualitas	Sulit beradaptasi jika harga di	Mengubah media promosi agar	Persaingan dengan produk

No.	Nama	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
		produknya sangat menjamin.	pasaran menurun, kurangnya media promosi.	jangkauan pemasaran lebih luas.	serupa yang sudah menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan juga faktor cuaca kemarau.
3.	Anik Kusriani	pelayanan yang ramah, serta harga yang murah.	Apabila permintaan meningkat kurangnya stok produk karena kekurangan modal dalam memperluas usaha.	Lebih memanfaatkan media sosial sebagai ladang promosi.	Adanya persaingan dengan produk serupa
4.	Aji	kualitas produk cukup baik, harga terjangkau, serta pelayanan yang ramah.	keterbatasan modal untuk memperluas usaha, kurangnya penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran sehingga media	Pemasaran bisa diperluas melalui pemanfaatan media sosial dan, kerja sama dengan restoran atau supermarket.	Banyaknya individu maupun kelompok usaha di luar desa yang menawarkan produk serupa dengan harga yang kompetitif.
5.	Handayani	Kualitas produk yang menjamin, harga stabil, kualitas pelayanan yang baik, lokasi yang strategis .	Kurangnya stok jika permintaan naik.	Kurangnya promosi, Kerja sama dengan restoran, katering, dan toko bahan makanan juga dapat meningkatkan penjualan.	Persaingan dengan produk serupa, faktor cuaca.

No.	Nama	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
6.	Siti Wasingah	Melayani konsumen dengan ramah, kualitas produknya juga bagus, harga yang ramah di kantong, kemasannya juga bersih dan rapi. Lokasi yang strategis.	Kurangnya stok produk, pemasaran masih konvensional.	Memanfaatkan media sosial sebagai promosi.	Pesaing yang lebih canggih

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwasanya hal yang menjadi kekuatan (*Strengths*) dari usaha ini yaitu, kualitas produk yang menjamin, harga yang terjangkau, serta kualitas pelayanan yang baik, lokasi yang strategis serta kemasan yang bersih hal ini diperkuat dari hasil beberapa temuan informan penelitian. Sedangkan dari segi kelemahan (*Weaknesses*) yang di temukan dari dari hasil temuan penelitian mengatakan kurangnya modal untuk memperluas usaha agar bisa memenuhi permintaan konsumen yang meningkat, sulit beradaptasi jika harga di pasaran tidak stabil, strategi pemasaran yang masih konvensional. Sedangkan dari segi peluang (*Opportunities*) ditemukan bahwasanya usaha ini bisa memanfaatkan peluang media sosial yang bisa digunakan dan platform pemasaran seperti marketplace dan sejenis lainnya dan menjalin kerjasama atau sebagai supplier di suatu restoran atau supermarket. Dilihat dari segi ancaman (*Threats*) maraknya pesaing baik individu maupun kelompok yang lebih efektif dalam strategi pemasaran dan faktor cuaca kemarau yang berkepanjangan, hal ini cukup menjadi ancaman yang besar bagi BUMDes.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan

Berikut adalah semua pembahasan yang dilakukan yang dilakukan oleh peneliti pada BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi:

4.1.1 Hasil Analisis SWOT

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pihak perusahaan, maka peneliti dapat menentukan faktor internal dan eksternal yang ada pada BUMDes Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi.

a.) Kekuatan (*Strengths*)

- 1.) Kualitas produk BUMDes sudah terjamin
- 2.) Memberikan pelayanan prima terhadap konsumen yang membeli produk BUMDes.
- 3.) Memberikan harga yang terjangkau.
- 4.) Pengemasan yang bersih dan rapi
- 5.) Lokasi yang strategis mudah di jangkau oleh konsumen.

b.) Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1.) Kelemahan dari usaha ini yaitu terletak pada keterbatasan modal dalam memperluas usaha yang mengakibatkan kurangnya stok produk BUMDes dalam memenuhi permintaan yang meningkat.
- 2.) Sulit beradaptasi jika harga di pasaran tidak stabil.

- 3.) Strategi pemasaran yang di gunakan masih bersifat konvensional karna kurangnya pemanfaatan teknologi yang sudah ada pada saat ini.

c.) Peluang (*Opportunities*)

- 1.) Lebih memanfaatkan media sosial sebagai ladang promosi agar jangkauan pemasaran semakin luas.
- 2.) Menjalin kerjasama atau sebagai suplier di suatu restoran atau supermarket.

d.) Ancaman (*Threats*)

- 1.) Maraknya pesaing baik individu maupun kelompok yang lebih efektif dalam strategi pemasaran.
- 2.) faktor cuaca kemarau yang berkepanjangan.

4.2 Analisis Hasil Penelitian

4.2.1 Matriks IFAS

IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) atau analisis faktor internal yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan pada industri yang dijalani. Baik faktor kekuatan maupun faktor kelemahan, maka kemudian diperoleh suatu daftar faktor-faktor strategis internal.

Dari daftar rincian identifikasi faktor-faktor strategis internal tersebut perusahaan dapat menyusun Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) yang memuat bobot kepentingan masing-masing faktor strategis internal dan rating nilai pengaruh masing-masing faktor terhadap kondisi perusahaan. Dari sini dapat kita ketahui posisi dan profil lingkungan internal perusahaan.

Prosedur untuk menyusun Matriks IFAS antara lain sebagai berikut:

- 1.) Menentukan dan mencantumkan faktor strategi yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- 2.) Berikan bobot atau pentingnya sekitar 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot ini mencerminkan tingkat kepentingan relatif dari masing-masing faktor dalam mencapai tujuan perusahaan. Faktor yang dianggap penting akan diberi bobot yang tinggi dan jumlah semua bobot sama dengan 1,0.
- 3.) Memberikan peringkat 1 sampai peringkat 4, dengan kekuatan yang harus mendapatkan peringkat 3 dan 4 artinya sangat penting, serta kelemahan mendapat peringkat 1 dan 2.
- 4.) Mengalikan bobot setiap faktor peringkatnya.
- 5.) Jumlahkan skor rata-rata untuk setiap faktor internal dengan mengalikan penilaian bobot dan rating peringkat.
- 6.) Pada bagian ujung bawah dituliskan jumlah total skor, nilai total skore menunjukkan seberapa besar kontribusi masing-masing faktor terhadap kinerja keseluruhan perusahaan.
- 7.) Rumus perhitungan:

$$Bobot = \frac{\text{Jumlah Jawaban Responden}}{\text{Total Jawaban}}$$

Tabel 4.1 IFAS (Internal Factor Analisis Summary)

Faktor-faktor Internal			
<u>Strengths (S)</u>	Bobot	Rating	Skor
Kualitas produk yang terjamin	0,14	4,00	0,56
Pelayanan prima terhadap konsumen	0,14	4,00	0,56
Harga yang terjangkau	0,14	4,00	0,56
Pengemasan yang bersih dan rapi	0,12	3,50	0,42
Lokasi yang strategis	0,11	3,00	0,33
Total Strengths	0,65		2,43
<u>Weaknesses (W)</u>	Bobot	Rating	Skor
Keterbatasan modal dalam memperluas usaha	0,13	1,50	0,20
Kesulitan beradaptasi jika harga tidak stabil	0,11	2,00	0,22
Strategi pemasaran masih konvensional	0,13	1,50	0,20
Total Weaknesses	0,37		0,62

Data diolah : 2025

Dari hasil analisis pada tabel matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*). Faktor Kekuatan (*Strenght*) mempunyai skor 2,43 dan Faktor Kelemahan 0,62. Artinya kondisi internal BUMDes di Desa Margomulyo dinyatakan baik karena nilai rata-rata Kekuatan lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata faktor Kelemahan yang dihadapi usaha ini.

4.2.2 Matriks EFAS

EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) atau analisis faktor eksternal yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan pada industri yang dijalani. Baik yang merupakan faktor peluang maupun ancaman, maka kemudian diperoleh suatu daftar faktor-faktor strategis eksternal. Dari daftar rincian identifikasi faktor-faktor strategis eksternal tersebut perusahaan dapat menyusun Matriks

EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) yang memuat bobot kepentingan masing-masing faktor strategis eksternal dan rating nilai pengaruh masing-masing faktor terhadap kondisi perusahaan. Dari sini kita dapat mengetahui posisi dan profil lingkungan eksternal perusahaan.

- 1.) Memasukan faktor eksternal, termasuk peluang dan ancaman.
- 2.) Berikan bobot atau pentingnya sekitar 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot ini mencerminkan tingkat kepentingan relatif dari masing-masing faktor dalam mencapai tujuan perusahaan. Faktor yang dianggap penting akan diberi bobot yang tinggi dan jumlah semua bobot sama dengan 1,0.
- 3.) Memberikan peringkat 1 sampai peringkat 4, dengan kekuatan yang harus mendapatkan peringkat 3 dan 4 artinya sangat penting, serta kelemahan mendapat peringkat 1 dan 2.
- 4.) Mengalikan bobot setiap faktor peringkatnya.
- 5.) Jumlahkan skor rata-rata untuk setiap faktor internal dengan mengalikan penilaian bobot dan rating peringkat.
- 6.) Pada bagian ujung bawah dituliskan jumlah total skor, nilai total skor menunjukkan seberapa besar kontribusi masing-masing faktor terhadap kinerja keseluruhan perusahaan.
- 7.) Rumus perhitungan:

$$Bobot = \frac{\text{Jumlah Jawaban Responden}}{\text{Total Jawaban}}$$

Tabel 4.2 EFAS (Eksternal Factor Analisis Summary)

Faktor-faktor Eksternal			
<u>Opportunities (O)</u>	Bobot	Rating	Skor
Lebih memanfaatkan media sosial	0,27	4,00	1,1
Menjalin kerja sama dengan restoran, catering, dan supermarket	0,25	3,50	0,88
Total Opportunities	0,52		2
<u>Threats (T)</u>	Bobot	Rating	Skor
Persaingan dengan produk serupa dengan strategi yang efektif	0,27	1,50	0,41
Faktor cuaca kemarau	0,21	2,00	0,42
Total Threats	0,48		0,83

Data diolah : 2025

Dari hasil analisis pada tabel matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) Faktor Peluang (*Opportunity*) mempunyai skor 2 dan Faktor Ancaman 0,83 Artinya kondisi Eksternal BUMDes di Desa Margomulyo dinyatakan baik karena nilai rata-rata Peluang lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata faktor Ancaman. Jadi, BUMDes di Desa Margomulyo mampu memanfaatkan peluang yang ada dan mampu menghadapi ancaman yang ada di kegiatan usahanya.

Dari hasil susunan analisis IFAS dan EFAS di atas, faktor internal dan eksternal menghasilkan rangkaian nilai skor sebagai berikut:

Kekuatan : 2,43

Kelemahan : 0,62

Peluang : 2

Ancaman : 0,83

Posisi BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi dapat ditentukan dengan menempatkan nilai-nilai yang diperoleh dari hasil pembobotan dan peratingan pada masing-masing faktor-faktor SWOT ke dalam kuadran SWOT. Nilai masing-masing faktor dapat dirincikan sebagai berikut :

Tabel 4.3 Selisih Nilai Skor IFAS dan EFAS

	Nilai Total Skor		Selisih
IFAS	Kekuatan (S)	2,43	+ 1,81
	Kelemahan (W)	0,62	
EFAS	Peluang (O)	2	+ 1,17
	Ancaman (T)	0,83	

Data diolah : 2025

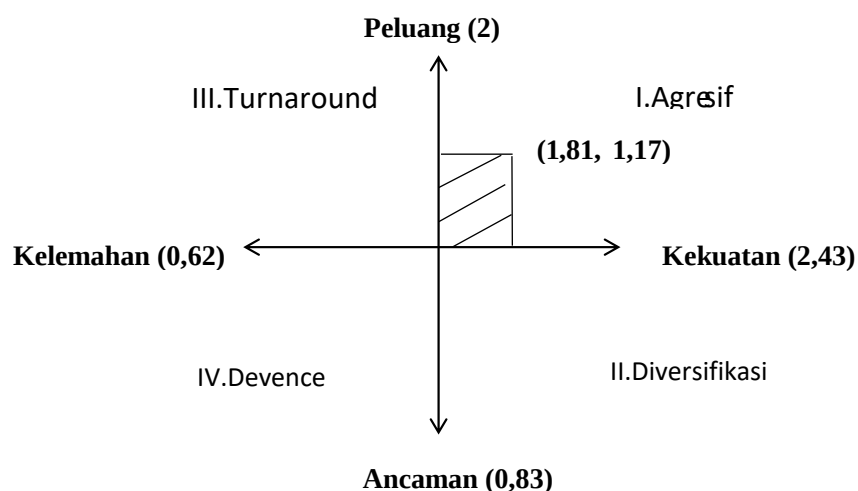
Dari hasil tabel 4.3 Menunjukkan bahwa skor IFAS menunjukan selisih +1,81 dan selisih EFAS +1,17 maka untuk menentukan posisi kuadran perusahaan. Deka Arwandriya Prasetya (2023:153) menjelaskan bahwa terdapat 4 sel kuadran SWOT yang digunakan dan dapat digambarkan dalam Diagram Cartesius SWOT.

- a.) Kuadran I (Positif, Positif): Dalam kuadran ini digambarkan kondisi perusahaan yang sedang diuntungkan. Perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang tinggi dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Strategi yang tepat diaplikasikan ketika berada dalam kuadran ini adalah kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy).
- b.) Kuadran II (Positif, Negatif) Perusahaan yang berada dalam kuadran ini biasanya sedang terancam dalam persaingan bisnis. Meski begitu perusahaan tersebut masih memiliki kekuatan yang cukup, untuk mengantisipasi ancaman

yang akan datang. Kebijakan yang sebaiknya diambil adalah kebijakan berupa diversifikasi produk.

- c.) Kuadran III (Negatif, Positif) Dalam kuadran ini perusahaan berkesempatan meraih keunggulan pasar. Peluang yang ada sangat besar, tetapi tetap perlu diingat bahwa kelemahan dalam perusahaan masih bisa menghambat perkembangan perusahaan. Dalam kondisi kuadran seperti ini, kebijakan yang sebaiknya diambil adalah perbaikan internal perusahaan.
- d.) Kuadran IV (Negatif, Negatif). Dibandingkan tiga kuadran sebelumnya, kuadran keempat ini menjadi opsi terburuk. Sebab, kuadran ini menunjukkan bahwa perusahaan sedang berada di titik paling tidak menguntungkan. Tidak hanya kelemahan dari sisi internal yang belum terselesaikan, ancaman dari luar perusahaan juga turut membahayakan kinerja perusahaan. Kebijakan yang perlu diambil dalam keadaan seperti ini lebih mengarah kepada manajemen risiko. Manajer harus mengurangi berbagai dampak faktor negatif yang membahayakan perusahaan.

Gambar 4.4 Hasil Diagram SWOT



Berdasarkan gambar Diagram Cartesius diatas maka dapat diketahui bahwa posisi BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi, dengan jumlah skor kekuatan (2,43), kelemahan (0,62), peluang (2) dan ancaman (0,83). Selisih kekuatan dan kelemahan adalah +1,81 sedangkan selisih peluang dan ancaman adalah +1,17 hasil analisis ini menunjukkan titik koordinat berada pada posisi kuadran 1, yang mana merupakan situasi menguntungkan dimana BUMDes di Desa Margomulyo memiliki peluang yang besar dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dan cocok menggunakan strategi S-O untuk mengembangkan usaha tersebut di dukung oleh strategi agresif.

Menurut Rangkuti Freddy (2006). Strategi agresif mencakup berbagai tindakan yang bertujuan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk merebut dan memperluas peluang pasar secara maksimal. Berikut adalah beberapa bentuk strategi agresif yang umum.

1.) Ekspansi Pasar atau memasuki pasar baru.

Contohnya: memperluas segmen pasar ke wilayah lain, menargetkan segmen pasar khusus.

2.) Pengembangan produk baru

Contohnya: kripik jamur, nugget jamur tiram, pempek, siomay dsb.

3.) Meningkatkan skala produksi

Contohnya: menambah jumlah tenaga kerja, investasi pada peralatan produksi modern.

4.) Bekerja sama dengan perusahaan lain

Contohnya: bekerja sama dengan pihak restoran atau catering, dan menjadi suplier di salah satu supermarket atau toko sayur.

5.) Meningkatkan promosi

Contohnya: lebih mengoptimalkan penggunaan media sosial , marketplace atau yang lainnya, membuat kemasan yang menarik, mengikuti bazar, pemberian diskon produk.

6.) Menggunakan teknologi untuk inovasi

Contohnya: penggunaan media tanam alternatif dan ramah lingkungan, penggunaan limbah gergaji sebagai bahan bakar biomassa untuk steamer baglog, penggunaan alat otomatis untuk penyiraman.

4.2.3 Matriks SWOT

Berikut adalah beberapa strategi yang di peroleh dari analisis SWOT di atas sehingga bisa di pertimbangkan oleh produsen agar meningkatkan penjualan di BUMDes Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi. Dengan mempertimbangkan faktor internal dan faktor eksternal di peroleh strategi yang dapat di laksanakan oleh produsen.

Tabel 4.5 Matriks SWOT

IFAS EFAS	<u>Strengths (S)</u> • Kualitas produk yang menjamin • Menerapkan pelayanan yang prima • Harga yang terjangkau • Pengemasan yang bersih dan rapi • Lokasi yang strategis	<u>Weaknesses (W)</u> • Keterbatasan modal dalam memperluas usaha yang berakibat tidak bisa memenuhi permintaan dalam jumlah tinggi • Sulit beradaptasi jika harga di pasaran tidak stabil • Strategi pemasaran masih konvensional
<u>Opportunities (O)</u> • Lebih memanfaatkan media sosial sebagai ladang promosi • Menjalni kerja sama atau menjadi suplier disuatu restoran, katering dan supermarket	<u>Strategi (S-O)</u> • Memanfaatkan media sosial untuk promosi • Bekerja sama dengan restoran, dan supermarket • Mengembangkan jaringan Distribusi • Mengoptimalkan lokasi yang strategis untuk menjangkau pelanggan baru.	<u>Strategi (W-O)</u> • Mengembangkan pemasaran digital • Mengelola keuangan yang transparan atau akuntabel • Membangun jaringan kemitraan
<u>Threats (T)</u> • Tingkat persaingan baik individu maupun kelompok yang menggunakan strategi efektif • Faktor cuaca kemarau	<u>Strategi (S-T)</u> • Meningkatkan kualitas produk untuk menghadapi persaingan yang akan mendatang • Lebih mengoptimalkan pelayanan prima untuk menarik konsumen • Pemanfaatan teknologi untuk mengatasi ancaman • Lakukan penyemprotan kabut air agar tetap tumbuh.	<u>Strategi (W-T)</u> • Mencari sumber pembiayaan alternatif • Pelatihan dan peningkatan kualitas SDM • Mengelola keuangan yang akuntabel • Lebih update dengan teknologi untuk pemasaran

Berdasarkan formulasi Matriks SWOT diatas diperoleh alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada BUMDes Margomulyo dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta untuk mengatasi kelemahan dan ancaman dalam menghadapi pesaing. Adapun pilihan alternatif strategi pemasaran tersebut adalah sebagai berikut.

1.) Strategi S-O (*Strengths – Opportunities*)

- a.) Memanfaatkan media sosial untuk promosi seperti membuat platform media untuk meningkatkan penjualan dan menarik konsumen. Konten bisa berupa vidio, foto produk, atau testimoni pelanggan.
- b.) Bekerja sama dengan restoran dan supermarket dengan menjalin kemitraan, BUMDes dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Menawarkan produk unggulan dengan harga kompetitif bisa menjadi daya tarik bagi mitra bisnis.
- c.) Mengembangkan jaringan distribusi, BUMDes perlu menjalin kerjasama dengan agen penjualan atau toko lokal untuk meningkatkan aksesibilitas produk. Ini akan membantu dalam menjangkau lebih banyak konsumen di berbagai lokasi.
- d.) Mengoptimalkan lokasi yang strategis untuk menjangkau pelanggan baru, seperti menambah cabang produksi.

2.) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

- a.) Mengembangkan pemasaran digital, BUMDes dengan mengembangkan kampanye pemasaran digital yang lebih agresif melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Ini termasuk pembuatan

konten menarik, iklan berbayar, dan kolaborasi dengan influencer lokal untuk meningkatkan visibilitas produk.

- b.) Mengelola keuangan yang transparan atau akuntabel hal ini guna memantau arus kas dan mempersiapkan dana cadangan. Ini akan membantu BUMDes menghadapi periode ketika harga turun atau pendapatan menurun.
- c.) Membangun jaringan kemitraan , BUMDes dapat aktif mencari kemitraan dengan berbagai restoran dan supermarket untuk menjadi pemasok tetap. Dengan menawarkan produk berkualitas dan harga yang kompetitif, BUMDes dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

3.) Strategi S – T (*Strengths - Threats*)

- a. Meningkatkan kualitas produk untuk menghadapi persaingan yang akan mendatang BUMDes dapat fokus pada peningkatan kualitas produk agar memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan kompetitor. Dengan harga yang stabil, produk berkualitas akan lebih menarik bagi konsumen.
- b. Mengoptimalkan pelayanan prima untuk menarik konsumen, dengan lebih mengoptimalkan pelayanan dari sebelumnya maka hal ini dapat memancing pelanggan baru seperti pengiriman tepat waktu atau layanan responsif, untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih baik di bandingkan pesaing.

- c. Memanfaatkan teknologi untuk mengatasi ancaman cuaca dengan menyemprotkan kabut air , agar jamur tetap tumbuh, dan tidak menghambat produksi.

4.) Strategi W – T (*Weaknesses - Threats*)

- a. Mencari sumber pembiayaan alternatif dengan mencari sumber pembiayaan dari pihak ketiga seperti investor lokal atau lembaga keuangan mikro. Kerjasama ini dapat memberikan suntikan modal yang diperlukan untuk memperluas usaha dan bersaing lebih baik di pasar.
- b. Pelatihan dan peningkatan kualitas SDM dengan mengadakan pelatihan bagi pengurus dan karyawan tentang manajemen risiko, pemasaran, dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Dengan meningkatkan keterampilan SDM, BUMDes dapat lebih responsif terhadap tantangan yang dihadapi. Lebih update dengan teknologi untuk pemasaran , hal ini guna untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan, agar bisa bersaing dengan kompetitor lainnya.

4.2.4 Menentukan Strategi Pemasaran

Berdasarkan tabel Matriks SWOT dan hasil pilihan alternatif strategi yang diperoleh untuk menentukan strategi pemasaran pada BUMDes di Desa Margomulyo yang benar-benar sesuai dengan situasi dan kondisi serta tujuan yang ingin dicapai. Maka, strategi pemasaran yang perlu diterapkan adalah sebagai berikut:

1.) Meningkatkan Pangsa pasar

Dengan cara meningkatkan kualitas produk BUMDes agar tetap unggul dari yang lain, mulai dari pengemasan yang bersih dan rapi atau menambah varian produk BUMDes dengan bahan dasar jamur tiram. Yang bertujuan menambah pasar baru.

2.) Memanfaatkan media sosial sebagai ladang promosi.

Dengan memanfaatkan media sosial seperti market place, promo, atau membuat iklan secara menarik agar produk BUMDes mudah di kenal luas oleh masyarakat, dan akan meningkatkan penjualan.

3.) Menjalin kerja sama distribusi

Menjalin kerja sama dengan restoran, catering atau supermarket atau sebagai supplier, guna meningkatkan penjualan.

4.) Mengoptimalkan pelayanan yang prima.

Memberikan pelayanan yang prima yang di mana akan meningkatkan kepuasan konsumen. Karena dengan pelanggan puas maka akan terjadi pembelian ulang bahkan akan menjadi salah satu rekomendasi.

5.) Menambah produk baru

Menambah produk baru yang bervariasi dengan bahan dasar jamur tiram seperti jamur krispi, nugget jamur tiram, pempek, siomay dsb.

.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Terdapat sejumlah kesimpulan berdasarkan hasil Penelitian dan pembahasan pada BUMDes Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi. Terlihat bahwa usaha tersebut memiliki ciri khas tersendiri baik dari kualitas dan juga dari segi harga dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Masih banyak peluang yang bisa dimanfaatkan oleh usaha tersebut dengan tujuan memperluas jejaring pemasaran.

Matriks IFAS BUMDes Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi. Menunjukkan bahwa mempunyai kekuatan lebih tinggi dibandingkan dengan kelemahan dalam menentukan strategi bersaingnya. Selanjutnya Matrik EFAS BUMDes Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi mempunyai peluang yang lebih besar dibandingkan ancaman yang timbul. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal dengan menggunakan diagram SWOT, dari posisi tersebut sangat jelas bahwa BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi, berada pada jalur yang tepat dengan meningkatkan pengembangan strategi pemasaran, yang berada pada kuadran 1 yaitu (Growht) telah diperoleh menggunakan strategi agresif (Growth Oriented).

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dalam strategi pemasaran pada produk BUMDes Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi memaksimalkan strategi pemasaran dengan membuat promosi-promosi yang lebih modern, menjalin kerjasama distribusi serta meningkatkan kualitas produk dan layanan BUMDes tersebut, menambah produk baru dengan bahan dasar jamur tiram seperti jamur krispi, nugget jamur tiram, pempek, siomay dsb , bekerjasama dengan UMKM, restoran atau catering, sekaligus menjadi supplier di salah satu supermarket atau toko sayur, membangun brand image guna mengembangkan identitas produk Agar bisa memaksimalkan penjualan dan menguasai pemasaran.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang harus diperhatikan antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Perlu adanya penelitian-penelitian lanjutan untuk mengidentifikasi strategi yang tentunya lebih khusus yang menunjang BUMDes Margomulyo Kecamatan Glenmore terutama dalam aspek strategi pemasarannya. Dan diharapkan penelitian ini ada tindak lanjut yang dapat mengembangkan serta penyempurnaan dari hasil penelitian sebelumnya.

2. Bagi Almamater

Bisa dijadikan sebagai bahan rujukan dan refrensi bagi penelitian selanjutnya yang akan mengkaji topik yang relevan dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

3. Bagi Pihak Pengelola BUMDes

Perlu dilaksanakanya upaya-upaya pemasarannya lebih intensif lagi yang bersifat berkala juga terutama promosinya baik dari produknya maupun dari segi pemasaran lainnya dengan menekankan pada kelompok-kelompok masyarakat dan juga, yang mana bisa dijangkau atau direalisasikan dengan keaktifan promosi melalui media sosial dan platform layanan antar makanan online.

Perlu ditingkatkan lagi dari pihak manajemen guna memberikan pelayanan yang jauh lebih baik lagi nantinya terhadap konsumen, serta perlu adanya evaluasi rutin demi meningkatkan pelayanan produk bagi para konsumen produk BUMDes ini.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian menegaskan pentingnya dukungan terhadap BUMDes sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi lokal. Masyarakat dapat memberikan dukungan dengan memilih produk lokal dalam kegiatan sehari-hari mereka. Selain itu, penelitian menyoroti pentingnya inovasi dan digitalisasi dalam meningkatkan daya saing produk. Masyarakat dihimbau untuk memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk, baik melalui platform online maupun media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambaratih Annisa Riand. (2024). Manajemen Pemasaran Edisi pertama, Penerbit Anak Hebat Indonesia Cetakan pertama.
- Awang, A. N., & Situmorang, T. P. (2023). Strategi Pemasaran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Iyya Tekki Kecamatan Kota Waikabubak, Kabupaten Sumba Barat. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 1990–2000. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13120>.
- Dewi Anifa Rodiatuz Zahro, Ahmad Afan Zaini, & Akhmad Sirojudin Munir. (2024). Penerapan Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengelolaan BUMDESMitra Sejahtera Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 49–67. <https://doi.org/10.55352/ekis>.
- Dwika Nurfalah. (2021). *Strategi Pemasaran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Berkah Makmur Di Desa Harjosari Kidul Kecamatan Tegal*.
- Izzuddin, A., Santoso, B., & Moulinda, T. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Produk Kuliner Bumdes. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 25–33.
- Juniar Algaryan, B., & Fuliatin, A. (2022). Strategi Pemasaran Berbasis Online Pada Porduk Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) “Sukses Bersama” Desa Banjarsari Kabupaten Bojonegoro. *JEMB: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 175.
- Karim, A., Setyowati, T., & Hermawan, H. (2022). Strategi Pemasaran Berbasis Analisis Swot Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Badan Usaha Milik Desa Karya Mandiri Desa Balung Kulon Kabupaten Jember. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 234–335. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.81>.
- Kirk Dan Miller Dalam Moeleong, Lexy J. 1986 Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Pt. Remaja Rosda Karya.
- Margie Christanty Poluan, Ivonne Angelic Umboh, Marlina T. Sau, Nadia N. Rampala, & Ollyviana P. Dianomo. (2023). *Analisa Strategi Pemasaran Dengan SWOT Analisis Berbasis Marketing Mix Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Pada Desa Parepei Kecamatan Remboken Kabupaten Minahasa*.
- Murtalingtyas, W., Wijayantini, B., & Sobri, T. (2023). Strategi Pemasaran Terpadu BUMDes Menyongsong Era Society 5.0. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 09(2), 316–326.

- Prasetya, Dezka Arwandriya. (2023). Teknik Analisis SWOT. Edisi pertama, Penerbit Anak Hebat Indonesia
- Qadril Lasaib, M., & Wahyuni Adda, H. (2023). Strategi Pemasaran Unit Usaha Pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Di Desa Sikara Tobata Kecamatan Sindue Tobata Kabupaten Donggala. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis (JUPSIM)*, 2(2), 14.
- Rangkuti, Freddy, 2006. *Analisis SWOT Tehnik Membeda Kasus Bisnis*. Gramedia pustaka Utama, Jakarta.
- Sidik, H. (2020). Meningkatkan Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sebagai Penggerak Ekonomi Pedesaan Di Desa Langensari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 21. <https://www.kompasiana.com/arakoo/5c5b->
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Edisi 1, Bandung: Alfabeta, Cetakan ke 29.
- Tjiptono. F. (2023). Strategi pemasaran. Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-undang No. 32 pasal (1 ayat 12) Tahun 2014. Tentang Sistem Pemerintahan Daerah.
- Undang-undang No. 6 pasal 87-90). Tahun 2014. Tentang Pemberdayaan Ekonomi Desa.
- Widayanti, R. E., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Berbasis Online Pada Produk Badan Usaha Milik Desa (BUMDES)"Sukses Bersama" Desa Sugihwaras Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 242–252.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1



INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. Sumatra No. 118-120, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68121

Website: <https://itsm.ac.id/> Telp: (0331)334324

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Sdr responden

Ditempat

Dengan hormat

Kuissoner ini ditunjukkan untuk Bapak/Ibu /Sdr responden guna memperoleh data yang akan dipergunakan untuk penulisan tugas akhir (Skripsi) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Adapun judul skripsi yang saya buat yaitu “Strategi Pemasaran BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi”.

Dengan segenap kerendahan hati, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktu mengisi kuissoner ini dengan jujur dan apa adanya. Informasi yang Bapak/Ibu berikan hanya digunakan untuk kepentingan terbatas, dalam artian hanya diperlukan untuk penelitian ini saja. Peneliti menjamin rahasia pribadi juga jawaban Bapak/Ibu dalam memberikan kebenaran data pada peneliti. Atas bantuan dan kerja samanya Bapak/Ibu /Saudara saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya’

Winda Wijayanti

KUISIONER

Analisis SWOT Pada BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi

Penelitian

Penelitian ini untuk menjangkau penelitian atau persepsi pemilik dan konsumen yang berupa faktor internal dan eksternal pada BUMDes Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi. Sebagai upaya penelitian merumuskan alternatif strategi persepsi yang didapat.

Penjelasan

Maksud dan tujuan penyebaran kuisisioner adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisa faktor apa saja menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi strategi perkembangan BUMDes di Desa Margomulyo yang terletak di Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi, dan nantinya untuk mengetahui strategi yang dapat di prioritaskan.

Mengingat masukan Bapak/Ibu sangat sangat penting dalam penyelesaian penelitian ini, maka saya memohon kiranya dapat membantu sepenuhnya dengan mengisi penelitian dengan sungguh-sungguh demi tercapainya alternatif strategi yang baik untuk mengembangkan BUMDes di Desa Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi.

Berhubung sifat penelitian akademik, maka untuk keakuratan masukan yang diberikan, maka kami mengharapakan Bapak/Ibu berkenan mengisi data diri dan lembar pertanyaan berdasarkan petunjuk di bawah ini.

Identifikasi Informan

Nama :
 Jabatan :
 Jenis Kelamin :
 Alamat :

Keterangan

Berikan penilaian pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda (v) pada salah satu pilihan di bawah ini:

- TS = Tidak Setuju
- KS = Kurang Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

No	Pertanyaan	TS	KS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Kekuatan (Strengths)						
1.	Kualitas produk yang terjamin					
2.	Pelayanan prima terhadap konsumen					
3.	Harga yang terjangkau					
4.	Pengemasan yang bersih dan rapi					
5.	Lokasi yang strategis					
Kelemahan (Weaknesses)						
1.	Keterbatasan modal dalam memperluas usaha					
2.	Kesulitan beradaptasi jika harga tidak stabil					
3.	Strategi pemasaran masih konvensional					
Peluang (Opportunities)						
1.	Lebih memanfaatkan media sosial					
2.	Menjalin kerja sama dengan restoran, catering dan supermarket					
Ancaman (Threats)						
1.	Persaingan dengan produk serupa dengan strategi yang efektif					
2.	Factor cuaca kemarau					

Lampiran 2 :

Tabel IFAS BUMDes Margomulyo

No	Pertanyaan	TS	KS	N	S	SS	Total	Bobot	Rating	Skor
		1	2	3	4	5				
Kekuatan										
1.	Kualitas produk yang terjamin	0	0	0	1	5	29	0,14	4,00	0,56
2.	Pelayanan prima terhadap konsumen	0	0	0	2	4	28	0,14	4,00	0,56
3.	Harga terjangkau	0	0		2	4	28	0,14	4,00	0,56
4.	Pengemasan yang bersih dan rapi	0	0	1	4	1	24	0,12	3,50	0,42
5.	Lokasi yang strategis	0	0	2	4	0	22	0,11	3,00	0,33
TOTAL							131	0,64		2,43
Kelemahan										
1.	Keterbatasan modal dalam memperluas usaha	0	0	0	3	3	27	0,13	1,50	0,20
2.	Kesulitan beradaptasi jika harga tidak stabil	0	0	3	2	1	22	0,11	2,00	0,22
3.	Strategi pemasaran masih Konvensional	0	0	0	4	2	26	0,13	1,50	0,20
TOTAL							75	0,36		0,62
Sub Total Kekuatan & Ancaman							206	1,00		3,1

Tabel EFAS BUMDes Margomulyo

No.	Pertanyaan	TS	KS	N	S	SS	Total	Bobot	Rating	Skor
		1	2	3	4	5				
Peluang										
1.	Lebih memanfaatkan media sosial	0	0	0	0	6	30	0,27	4,00	1,1
2.	Menjalin kerja sama dengan restoran, catering, supermarket	0	0	0	3	3	27	0,25	3,50	0,88
TOTAL							57	0,52		2
Ancaman										
1.	Persaingan dengan produk serupa dengan strategi yang efektif	0	0	0	0	6	30	0,27	1,50	0,41
2.	Faktor cuaca kemarau	0	0	2	3	1	23	0,21	2,00	0,42
TOTAL							53	0,48		0,83
Sub Total Peluang & Ancaman							110	1,00		2,83

Ket:

- 1.) Menentukan total dari masing- masing faktor yaitu Kalikan jawaban informan dari masing- masing factor dengan nilai skala Likert.
- 2.) Menentukan bobot dengan rumus
$$Bobot = \frac{\text{Jumlah Jawaban Responden}}{\text{Total Jawaban}}$$
- 3.) Memberikan peringkat 1 sampai peringkat 4, dengan kekuatan yang harus mendapatkan peringkat 3 dan 4 artinya sangat penting, serta kelemahan mendapat peringkat 1 dan 2
- 4.) Kalikan bobot dan rating yang menghasilkan skor.

- 5.) Pada bagian ujung bawah dituliskan jumlah total skor, nilai total skor menunjukkan seberapa besar kontribusi masing-masing faktor terhadap kinerja keseluruhan perusahaan.

Lampiran : 3

Data Hasil Kuisioner

Informan	Indikator											
	Kekuatan					Kelemahan			Peluang		Ancaman	
	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	1	2
1.	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3
2.	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4
3.	4	5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	4
4.	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	3
5.	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5
6.	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4
Total	131					75			57		53	
Jumlah	206								110			

- **Kekuatan** : 131
- **Kelemahan** : 75
- **Peluang** : 57
- **Ancaman** : 53

Lampiran : 4**REKAPITULASI RESPONDEN**

No.	Nama	Jabatan	Jenis Kelamin	Alamat
1.	Therrintya Hendrid Febrilida Rosadi	Pemodal BUMDes	Perempuan	Desa Margomulyo, Glenmore, Banyuwangi
2.	Budiono	Pengelola BUMDes	Laki-laki	Desa Margomulyo, Glenmore, Banyuwangi
3.	Anik Kusriyani	Penyelenggara BUMDes	Perempuan	Desa Margomulyo, Glenmore, Banyuwangi
4.	Aji	Kepala Desa	Laki-laki	Desa Margomulyo, Glenmore, Banyuwangi
5.	Handayani	Karyawan	Perempuan	Desa Margomulyo, Glenmore, Banyuwangi
6.	Siti Wasingah	Konsumen	Perempuan	Desa Margomulyo, Glenmore, Banyuwangi

DOKUMENTASI

Dokumentasi di BUMDes Margomulyo Kecamatan Glenmore Banyuwangi





