

LAPORAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN
JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

**STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN USAHA BERKAH FARM DI
TENGAH PANDEMI COVID-19**



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir
Praktik Pengalaman Lapangan Jurusan Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Oleh

Muhammad Kanzu Ilmi Ghodafi

NIM. 12405183445

Dosen Pembimbing Lapangan

Lativa Hartiningtyas, M.Pd

NIP. 199110062019032016

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI TULUNGAGUNG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN
PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN

Laporan akhir Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung ini telah disetujui dan disahkan pada :

Hari : Senin
Tanggal : 23 Agustus 2021
Di : Blitar
Judul Laporan : “STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA
BERKAH FARM PADA MASA PANDEMI COVID-19”

MENYETUJUI

DOSEN PEMBIMBING LAPANGAN



LATIVA HARTININGTYAS, M.Pd.

NIP. 199110062019032016

MENGESAHKAN

a.n. Dekan

KEPALA LABORATORIUM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

SISWAHYUDIANTO, M.M

NIDN. 2015068402

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya penyusunan laporan hasil Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) yang berjudul “**Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha Berkah Farm Ditengah Pandemi Covid-19**” ini dapat diselesaikan tepat waktu. Laporan ini digunakan untuk memenuhi tugas akhir Praktik Pengalaman Lapangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri Tulungagung.

Keberhasilan dalam penyusunan laporan ini tentu saja tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Untuk itu, saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah mengembangkan segenap pikiran, tenaga dan waktunya demi terselesaikannya laporan ini. Ucapan terimakasih ini secara khusus kepada :

1. Prof. Dr. Maftukhin, M.Ag. selaku Rektor UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
2. Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Nur Aziz Muslim, M. HI. selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.
4. Lativa Hartiningtyas, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan arahan dan koreksi sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan ini.
5. Wafiq Maftuh Arba'in selaku pemilik usaha Berkah Farm yang telah menyediakan tempat untuk pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL).
6. Kedua orang tua dan keluarga yang senantiasa mendoakan dan mendukung setiap kegiatan yang saya lakukan.
7. Serta semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini dengan mencari referensi materi serta menuangkan ide-ide positifnya.

Dalam penyusunan laporan ini tentu masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, tidak menutup kemungkinan adanya saran dan kritik yang membangun dari para pembaca untuk kesempurnaan penyusunan laporan ini. Penulis mengharapkan semoga Laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini membawa makna dan manfaat bagi pembaca.

Tulungagung, 8 Agustus 2021

Penulis



Muhammad Kanzu Ilmi Ghodafi

NIM. 12405183445

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Dasar Pemikiran.....	1
B. Tujuan dan Kegunaan	2
C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan	3
BAB II PELAKSANAAN PRAKTIK	
A. Profil Lembaga	4
B. Pelaksanaan Praktik	4
C. Permasalahan di Lapangan	5
D. Tanggapan dari pihak Berkah Farm.....	5
BAB III PEMBAHASAN	
A. Kajian Teori	7
B. Analisis Terhadap Temuan Studi.....	9
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	10
B. Saran	10
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN	
1) Berita Acara Harian Individual	13
2) Form Bukti Konsultasi dengan DPL.....	15
3) Foto-foto kegiatan PPL.....	16

BAB I

PENDAHULUAN

A. Dasar Pemikiran

Pandemi Covid-19 sudah ada di Indonesia sejak awal tahun 2019. Sudah hampir 2 tahun lamanya masyarakat Indonesia berjuang untuk menghentikan penyebaran virus ini. Semua sektor kehidupan masyarakat terganggu, mulai dari sektor kesehatan, pendidikan, pariwisata hingga sektor ekonomi. Terganggunya semua sektor dikarenakan adanya pembatasan aktivitas manusia demi mencegah penyebaran virus Covid-19. Aktivitas manusia semuanya dilakukan dari rumah, sekolah dari rumah, kerja dari rumah, dan sebagainya. Akibat pandemi banyak kegiatan operasional perusahaan yang terganggu yang menyebabkan menurunnya produktivitas perusahaan. Sehingga banyak perusahaan mengalami kerugian. Karena mengalami kerugian, perusahaan terpaksa harus membuat kebijakan perusahaan yang dapat menyelamatkan perusahaan. Bahkan hingga banyak perusahaan yang membuat kebijakan dengan terpaksa merumahkan karyawannya. Dengan dirumahkannya para karyawan, banyak orang yang semula kerja menjadi tidak kerja. Sehingga banyak dari mereka yang harus memutar otak dan berusaha keras untuk dapat menghidupi keluarganya. Akhirnya banyak dari mereka yang memilih untuk merintis usaha dengan memanfaatkan peluang – peluang usaha yang ada. Seperti beternak unggas karena pada saat pandemic banyak orang-orang yang diharuskan dirumah apabila tidak ada kepentingan yang begitu penting. Sehingga untuk mengisi waktu luang dirumah banyak masyarakat yang mencoba untuk budidaya ternak unggas.

Sebagai negara besar dengan jumlah penduduk banyak dan memiliki kekayaan sumber daya alam dan sumber daya pangan yang beragam, Indonesia seharusnya dapat memenuhi kebutuhan pangannya secara berdaulat dan mandiri. Peluang usaha di bidang ternak unggas pedaging sangat besar karena daging adalah panganan pokok sebagai sumber protein utama dan lemak hewani. Saat ini tantangan untuk memenuhi kebutuhan pangan semakin besar. Jumlah penduduk yang terus bertambah perlu diiringi dengan usaha meningkatkan produksi pangan. Pemenuhan kebutuhan pangan dapat dilakukan dengan cara memproduksi pangan sendiri melalui kegiatan budidaya. salah satunya budidaya unggas pedaging (Entok).

Entok adalah jenis unggas bebek banyak nama yang diberikan untuk bebek ini diantaranya: entok (Jawa), serati (Sumatra). Entok termasuk jenis unggas omnivora dimana asupanpangan bisa menggunakan sampah dari sisa makanan warung makan, tapi juga harus

dicampur dengan katul atau jagung untuk bisa menghasilkan bobot yang maksimal. Saat ini banyak warung makan yang menyediakan menu utama berupa masakan entok. Ini menunjukkan bahwa daging entok masih banyak permintaan dipasaran. Daging entok juga kaya akan kandungan gizi seperti protein hewani. Keuntungan dari budidaya entok ialah daya tahan tubuh yang lebih kuat dari unggas lain, selain itu juga tidak perlu memiliki lahan yang luas. Dengan besarnya permintaan daging entok dipasaran untuk memenuhi kebutuhan nutrisi dan gizi masyarakat sehingga peluang usaha budidaya ternak unggas pedaging ini sangat besar

B. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan

Tujuan diadakanya Praktik Kerja Lapangan (PPL) jurusan Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung adalah sebagai berikut :

- a. Untuk memenuhi tugas Praktik Pengalaman Lapangan Gelombang II IAIN Tulungagung tahun 2021
- b. Untuk mengetahui seberapa jauh teori yang didapat mahasiswa selama perkuliahan
- c. Menambah wawasan mahasiswa tentang dunia bisnis, sehingga mahasiswa tidak terpaku dengan teori tetapi dapat langsung mengimplementasikan teori tersebut di lapangan
- d. Menumbuhkan sikap berfikir kritis untuk setiap permasalahan di dunia bisnis dan menyelesaikanya dengan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki

2. Kegunaan

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat digunakan untuk memperdalam ilmu, dan menambah wawasan, sehingga nantinya dapat diterapkan ketika mahasiswa memiliki sebuah bisnis sendiri

b. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Sebagai salah satu media penyerapan informasi yang berguna untuk bahan evaluasi dan peningkatan standar kurikulum dengan kebutuhan dilapangan, selain itu juga dapat menjalin kerjasama dengan pihak lembaga yang dijadikan Praktik Kerja Lapangan (PPL)

c. Bagi Berkah Farm

Diharapkan dapat memeberikan informasi bagi pemilik UMKM dan dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk pemasaran dan pengembangan usaha kedepanya sehingga dapat mencipatakan hasil yang maksimal

C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) salah satu program kegiatan akademik IAIN Tulungagung yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa. Kegiatan PPL dilaksanakan selama 30 hari terhitung mulai tanggal

Nama Instansi : Berkah Farm

Alamat : Desa Kuningan, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66171

No Telp 081233994008

Tanggal Pelaksanaan : 12 Juli – 13 Agustus 2021

BAB II

PELAKSANAAN PRAKTIK

A. Profil Lembaga

1. Sejarah Berdiri

Barokah Farm merupakan usaha yang bergerak dibidang peternakan dan budidaya unggas entok. Barokah Farm dari tahun 2019 yang dirintis sendiri oleh pemilik yaitu Bapak Wafiq Maftuh Arba;in yang di bantu oleh puteranya. Barokah Farm beralamat kan di Kuningan Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar. Awal mula berdirinya Barokah farm ini berdasarkan dari hobby pemilik beternak unggas untuk mengisi waktu luang. Seiring berjalanya waktu Bapak Wafiq bertekad menekuni hobbynya untuk dijadikan sebuah bisnis. Pada awalnya Bapak Wafiq hanya memiliki 7 ekor entok dan per harini laporan dibuat Barokah Farm sudah memiliki kurang lebih 250 ekor entok. Barokah Farm terus berkembang yang mulanya Bapak Wafiq hanya berternak entok sekarang juga terdapat ayam jawa. Barokah Farm tidak melakukan kegiatan pemasaran yang begitu menonjol dikarenakan sudah bamyak dikenal oleh masyarakat sekitar khususnya Desa Kuningan, bisa dikatakan Barokah Farm seperti pengepul yang menyediakan produk dan kemudian di ambil oleh penjual entok lain untuk dipasarkan kembali.

2. Struktur Organisasi :

Struktur organisai yang dikelola Bapak Wafiq belum mempunyai struktur organisasi secara terperinci dikarenakan usaha ini bersifat kekeluargaan dimana Bapak Wafiq sendiri yang mengelola dan mengawasi usahanya dengan dibantu oleh puteranya.

3. Letak Geografis

Untuk lebih memperjelas letak geografis atau lokasi usaha Berkah Farm ini tepatnya 1 km dari balai desa Kuningan. Sedangkan dari pusat kota blitar sekitar 3 km. Untuk lebih memperjelas letak geografis atau lokasi usaha Berkah Farm akan dijelaskan berdasarkan lokasi desa seperti berikut :

Sebelah utara	: Desa Ngegong
Sebelah barat	: Desa Karangtengah
Sebelah timur	: Desa Gaprang
Sebelah selatan	: Desa Jatinom

B. Pelaksanaan Praktik

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) IAIN Tulungagung gelombang 2 dilaksanakan pada tanggal 12 Juli sampai dengan 13 Agustus 2021. Dikarenakan kondisi saat ini masih rentan dengan wabah covid-19 maka kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) dilakukan didesa masing-masing mahasiswa. Sebelum kegiatan PPL dilaksanakan, kegiatan yang dilakukan yaitu observasi dan meminta izin dengan pemilik usaha. Setelah itu mengikuti pendalamam PPL yang diadakan oleh kampus.

Untuk meminimalisir penyebaran rantai virus covid-19 maka kegiatan PPL tidak dilakukan setiap hari, apabila terpaksa harus terjun ke lapangan juga harus tetap mematuhi protokol kesehatan. Pelaksanaan Praktitl Pengalaman lapangan (PPL) dilakukan kurang lebih selama 30 hari. Kegiatan yang saya lakukan selama PPL ialah observasi lapangan, wawancara dengan owner, menggali informasi terkait permasalahan yang ditemukan, membuat berita acara harian, dokumentasi kegiatan dan laporan akhir.

C. Permasalahan di Lapangan

Dari pelaksanaan Praktik Pengalaman lapangan penulis menemukan beberapa kendala yang dialami oleh pemilik Berkah Farm, diantaranya :

1. Harga pakan yang relatif mahal dan tidak sebanding dengan harga jual entok, sehingga pemiik harus lebih kreatif untuk membuat pakan alami/fermentasi agar bisa menekan harga produksi pakan.
2. Bau dari kotoran entok sangat menyengat apabila datang musim hujan sehingga mengganggu masyarkat sekitar yang tinngal disekitar kandang.
3. Pada bagian pemasaran terdapat penurunan daya beli konsumen dikarenakan adanya virus covid-19 tetapi tidak sampai mengakibatkan kerugian yang begitu besar bagi Berkah Farm.

D. Tanggapan dari pihak Berkah Farm

Tanggapan dari pihak UMKM sangat baik dan begitu ramah menerima kedatangan saya untuk melakukan kegiatan PPL di tempat beliau. Di karenakan owner dari Berkah Farm adalah paman saya sendiri jadi tidak ada kendala saat melakukan observasi dan wawancara. Meskipun saat ini masih terjadi pandemi tetapi Bapak Wafiq tetap menerima ketika beberapa kali saya datang kesana untuk melakukan observasi dan wawancara, dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Selain itu Bapak wafiq juga memberikan keterangan tentang UMKM yang beliau jalankan secara jelas dan terperinci sehingga memudahkan saya untuk menyelesaikan laporan akhir.

Selanjutnya tanggapan dari pemilik usaha terkait banyaknya kendala atau permasalahan bisnis ditengah pandemi memang benar adanya. Para pelaku bisnis dituntut untuk berfikir kreatif serta inovatif untuk tetap bisa mempertahankan bisnisnya ditengah adanya pandemi ini. Karena ketika sebuah bisnis ingin tetap survive para pelaku bisnis harus mempunyai terobosan, strategi dan solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi terkait pandemi saat ini.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Kajian Teori

1. Strategi Pemasaran

Strategi merupakan bentuk keputusan perusahaan untuk menentukan dan mengungkapkan tujuan atau sasaran, yang bermaksud mempunyai tujuan untuk menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk mencapai tujuan serta merencanakan untuk merinci sejauh mana target yang akan dikejar perusahaan dalam jangkauan bisnisnya. Konsep pemasaran mempunyai definisi yaitu suatu proses sosial serta keinginan perusahaan dengan menciptakan, menawarkan, serta bertukar suatu barang atau jasa yang bernilai satu sama lain. Jadi arti pemasaran adalah keseluruhan sistem dari kegiatan usaha manusia yang bertujuan untuk merencanakan produk, untuk menentukan harga, untuk mempromosikan, dan untuk mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan para pelanggan. Strategi pemasaran mempunyai definisi untuk mencapai tujuan dengan memperhatikan langkah-langkah yang dilakukan perusahaan. Arti pemasaran sendiri dalam KBBI yaitu, strategi pemasaran adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang penjualan serta distribusi atau saluran. Strategi pemasaran pada dasarnya akan memberikan arahan yang dalam kaitannya dengan variabel variabel seperti *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi).

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan barang yang dihasilkan dan diproduksi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan kelompok orang tertentu. Produk pada dasarnya tidak berwujud atau berwujud karena bisa dalam bentuk jasa atau barang. Pelaku usaha harus memastikan memiliki jenis produk yang tepat sesuai dengan pasar. Jadi selama fase pengembangan produk para pelaku usaha harus melakukan penelitian secara luas mengenai produk yang mereka hasilkan. Poin penting bagi pelaku usaha untuk menemukan kembali produk yang mereka hasilkan untuk menunjang permintaan pasar yang lebih banyak. Pelaku usaha juga perlu menghasilkan produk yang tepat dan mempunyai nilai guna, membuat langkah yang strategis yang tujuannya untuk memperluas produk saat ini dengan tepat.

b. *Price* (Harga)

Harga produk merupakan total yang perlu dibayar oleh konsumen supaya bisa menikmatinya. Dalam menentukan keuntungan dan keberlangsungan suatu perusahaan maka harga merupakan komponen yang paling penting, selain itu juga merupakan komponen yang sangat penting dari rencana perusahaan. Untuk menyesuaikan suatu harga produk yang memiliki dampak begitu besar bagi perusahaan sangat mempengaruhi penjualan dan permintaan, maka perusahaan harus bisa memikirkan dengan matang bagaimana menentukan harga suatu produk. Harga suatu produk selalu membantu dalam pembentukan persepsi produk di mata pelanggan. Di mata pelanggan harga produk yang rendah, pelanggan biasanya membandingkannya dengan harga para pesaing. Akibatnya harga produk yang terlalu tinggi di mata pelanggan mempunyai arti harga lebih besar daripada manfaatnya. Pemasar harus mempertimbangkan nilai yang dihasilkan produk ketika menetapkan harga sebuah produk.

c. *Place* (Tempat)

Tempat atau distribusi suatu usaha merupakan bagian yang sangat penting. Perusahaan harus bisa memposisikan diri dan mengaplikasikan suatu produk di tempat yang mudah diakses oleh pembeli yang potensial. Hal tersebut nantinya akan datang pemahaman tentang target pasar suatu perusahaan, memahami para pelanggan dari dalam dan perusahaan akan menemukan posisi yang tepat dan dan distribusi yang paling efisien yang dapat meningkatkan penjualan.

d. *Promotion* (Promosi)

Zaman saat ini, sedikit demi sedikit telah terjadi pergeseran pemasaran dunia offline ke dunia online. Periklanan adalah suatu bentuk promosi yang paling banyak dilakukan. Perusahaan pada umumnya tidak menerapkan semua bentuk promosi yang ada di atas, namun tidak ada perusahaan yang bisa meninggalkan periklanan. Perusahaan ada yang melakukan promosi penjualan dalam bentuk diskon maupun hadiah secara langsung. Perusahaan dapat meningkat popularitasnya serta citra produknya melalui sponsorship. Perusahaan juga menginformasikan tentang produknya secara langsung kepada konsumen melalui berbagai media. Komunikasi yang biasanya dilakukan tidak dibayar merupakan suatu hubungan masyarakat. Pembicaraan dari mulut ke mulut merupakan jenis komunikasi informal tentang bagaimana nilai guna suatu produk oleh kepuasan

pelanggan dan individu biasa. Manfaatkan dengan efisien dan efektif dalam meningkatkan profit perusahaan yaitu dengan melakukan pemasaran secara online.¹

2. Strategi Pengembangan usaha

Pengertian strategi adalah bentuk prinsip dari tujuan yang sekarang dan yang direncanakan, pemberian arahan sumber daya, dan aktivitas interaksi perusahaan dengan pasar, para pesaing dan faktor eksternal yang lain. Pada dasarnya strategi adalah cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan atau direncanakan sebelumnya, dengan mendeskripsikan apa yang harus dicapai perusahaan, bagaimana pengarahannya sumber daya yang diambil kegiatan mana yang akan dilakukan untuk setiap produknya, perusahaan akan fokus ke mana dan bagaimana upaya untuk meraih keunggulan yang kompetitif. Sedangkan arti pengembangan secara umum yaitu pertumbuhan, perubahan secara evolusi dan perubahan melalui tahapan-tahapan.

Definisi pengembangan merupakan suatu proses dan usaha untuk melakukan suatu kegiatan perubahan baik secara bertahap, perlahan maupun dengan memperdalam dan memperluas jaringan pengetahuan yang telah ada melalui kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Arti pengembangan suatu usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pelaku usaha atau pengusaha yang membutuhkan gambaran kedepannya, motivasi-motivasi dan kreativitas dari perusahaan. Jika hal tersebut bisa dilakukan oleh setiap pelaku usaha atau pengusaha, maka akan besar harapan atau impian untuk dapat menjadikan perusahaan yang semula perusahaan kecil menjadi skala menengah atau bahkan menjadi sebuah perusahaan yang besar.²

B. Analisis Terhadap Temuan Studi

1. Strategi Pemasaran Berkah Farm Pada masa Pandemi Covid-19

Adapun beberapa strategi pemasaran yang dilakukan Berkah Farm diantaranya yaitu:

a. Kendala Pemasaran Berkah farm Pada Masa Pandemi Covid-19

¹ Tengku Firli Musfar, Buku Ajar Manajemen Pemasaran; Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020). hal 12

² https://www.google..co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjlvuzdqf_uAhWH6XMBHQ91CkIQFjAAegQIARAD&url=http%3A%2F%2Fsc.syekhnrjati.ac..id%2Fesscamp%2Frisetmhs%2FBAB21413222034.pdf&usg=AOvVaw0xzOqMKH6bZ5GxZ9s1M756 di akses pada 1 Agustus 2021 pukul 10.00 WIB

Kendala pemasaran yang dialami oleh Berkah Farm pada masa pandemi Covid-19 ialah pemilik tidak bisa melakukan pemasaran secara offline. Kegiatan promosi seperti ini sudah berlangsung sejak awal berdirinya perusahaan. Sebenarnya kegiatan promosi seperti ini sudah tidak pernah dilakukan oleh pemilik Berkah Farm beberapa tahun belakangan ini, hal tersebut terjadi karena perusahaan sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Biasanya pelanggan datang ke perusahaan untuk membeli produk. Namun sejak wabah covid-19, permintaan konsumen menurun karena sepi pasar. Berkah Farm ingin kembali melakukan promosi offline untuk memaksimalkan permintaan dan meningkatkan keuntungan. Sayangnya, pada saat wabah, aktivitas masyarakat sangat terbatas, sehingga akses kepada konsumen jadi sangat terhambat.

b. Solusi Terhadap Kendala Pemasaran Yang Dialami Oleh Berkah Farm

Solusi dari permasalahan diatas adalah pemilik Berkah Farm memutuskan untuk melakukan promosi online di berbagai media sosial. (Instagram, WhatsApp, dan Facebook). Akun tersebut dikelola oleh keluarga pemilik perusahaan. Selama perusahaan menggunakan media online untuk pemasaran cukup untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

2. Strategi Pengembangan Usaha Berkah Farm Pada Masa Pandemi Covid-19

Adapun strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Berkah Farm ialah saat ini menggunakan mesin penetas telur otomatis. Dimana dalam industri peternakan, salah satu faktor yang menghambat lambatnya produksi telur adalah karena peternak masih menggunakan cara tradisional untuk menetas telur. Padahal, menggunakan mesin penetas memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan telur yang menetas secara alami. Misalnya, ruang penetasan lebih luas, sehingga dapat menampung lebih banyak telur daripada metode indukan alami. Dibandingkan dengan inkubasi alami, berikut adalah keuntungan menggunakan inkubator untuk menetas telur.

1. Persentase keberhasilan telur yang menetas lebih besar dibandingkan dengan pengeraman alami. Melalui proses pengeraman alami, telur yang menetas hanya 50—60%. Sementara itu, penetasan melalui bantuan mesin tetas dapat meningkatkan hingga 80%.
2. Penetasan telur dapat dilakukan terus-menerus tanpa dipengaruhi oleh kondisi cuaca. Pasalnya, mesin tetas biasanya ditempatkan di dalam ruangan dan seluruh komponen pendukungnya terkontrol.

3. Tingkat hidup anakan hasil penetasan melalui mesin tetas lebih tinggi dibandingkan dengan penetasan alami. Pasalnya, perubahan suhu dari dalam telur ke lingkungan tidak terlalu ekstrim. Berbeda halnya anakan hasil penetasan alami harus lebih menyesuaikan suhu setelah menetas.
4. Kontrol terhadap kualitas telur lebih mudah dilakukan. Selain itu, risiko kontaminasi bakteri dan penyakit relatif lebih kecil karena telur disimpan di dalam ruangan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab pembahasan yang telah dilakukan pada masa pandemi Praktik Pengalaman Lapangan (PPL), maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha Berkah Farm Pada masa pandemi Covid19 adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang tepat bisa berdampak baik ke perusahaan. Strategi pemasaran Berkah farm selama pandemi Covid-19 memanfaatkan media sosial yang dirasa cukup tepat dilakukan di era Industri 4.0 saat ini
2. Strategi pengembangan usaha yang dilakukan Berkah farm ialah dengan memperluas lokasi kandang dan menambah indukan entok. Selain itu Berkah Farm menggunakan mesin penetas telur otomatis untuk memaksimalkan profit perusahaan.

B. Saran

1. Untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 - a. Sebagai pelaksana PPL seharusnya selama kegiatan PPL pihak kampus lebih meningkatkan lagi evaluasi dan kordinasi dengan mahasiswa agar tercipta kegiatan PPL yang lebih efektif lagi.
 - b. Penyampaian informasi yang kurang jelas sehingga mengakibatkan kebingungan antar mahasiswa, semoga kedepanya bisa diperbaiki lagi.
2. Untuk Intansi Lembaga
 - a. Lebih memaksimalkan *social media* untuk pemasaran selama pandemi.
 - b. Terus melakukan inovasi agar bisa tetap *survive* di era pandemi
3. Untuk Mahasiswa
 - a. Mahasiswa lebih kritis dan aktif sebagai peserta PPL.
 - b. Sebaiknya lebih mempersiapkan diri dalam pelaksanaan PPL do tengah pandemo dan tetap mematuhi protokol kesehatan.
 - c. Menjaga nama baik Almamater.

DAFTAR PUSTAKA

Musafir Tengku Firlil. 2020. Buku Ajar manajemen Pemasaran; Bauran Pemasaran sebagai materi Pokok dalam manajemen Pemasaran, Bandung: CV. Media Sains Indonesia

https://www.google..co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjlvuzdqf_uAhWH6XMBHQ91CkIQFjAAegQIARAD&url=http3A%2F%2Fsc.syekhnurjati.ac..id%2Fesscamp%2Frisetmhs%2FBAB21_413222034.pdf&usg=AOvVaw0xzOqMKH6bZ5GxZ9s1M756 di akses pada 1 Agustus 2021 pukul 10.00 WIB

LAPORAN KEGIATAN HARIAN
PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL) GELOMBANG II
JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG
TAHUN 2021

Nama Mahasiswa : **Muhammad Kanzu Ilmi Ghodafi**
NIM : **12405183445**
Jurusan : **Manajemen Bisnis Syariah**
Lembaga PPL : **Peternakan Unggas Entok (Berkah Farm)**

NO	HARI/TANGGAL	URAIAN KEGIATAN
1	Selasa, 13 Juli 2021	Pendalaman materi PPL Gelombang 2 tahun 2021 via Zoom.
2	Rabu, 14 Juli 2021	Mengkonfirmasi kembali bahwa akan melakukan PPL di usaha Berkah farm
3	Kamis, 15 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Mempelajari kembali pendalaman materi PPL Gelombang 2 tahun 2021 via YouTube.
4	Jumat, 16 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Wawancara kepada Bapak Wafiq Maftuh Arba'in (pemilik usaha) terkait profil dan sejarah usaha Kerajinan <i>Bamboo</i>.
5	Selasa, 20 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Mempelajari tentang strategi pengembangan usaha dengan metode bisnis model.canvas. • Menyusun pertanyaan terkait strategi pengembangan usaha dengan metode bisnis model.canvas yang akan ditanyakan kepada pemilik usaha.
7	Jumat, 23 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Konsultasi terkait tema dan judul laporan PPL dengan DPL melalui WhatsApp.
8	Kamis, 29 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis hasil wawancara dan obervasi • Mencari sumber referensi rumusan masalah
11	Senin, 2 Agustus 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun Laporan

12	Jum'at, 6 Agustus 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari referensi untuk menyusun laporan • Berkunjung ke tempat PPL untuk melakukan dokumentasi
15	Senin, 9 Agustus 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun Laporan
16	Selasa, 10 Agustus	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari teori terkait isi laporan
17	Kamis, 29 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Menghubungi pihak lembaga karena ada hasil wawancara yang belum tercatat
18	Sabtu, 8 Agustus 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat video
19	Rabu, 11 Agustus 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Menghubungi DPL terkait konsultasi laporan
20	Kamis, 12 Agustus 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Konsultasi Laporan

Tulungagung, 12 Agustus 2021





Muhammad Kanzu Ilmi Ghodafi

NIM.12405183445

Lampiran 2

BERITA ACARA KONSULTASI

Nama : Muhammad Kanzu Ilmi Ghodafi
NIM : 12405183445
Jurusan : Tulungagung
DPI : Lativa Hartiningtyas, M.Pd.
Tempat PPL : Berkah Farm (Pernakan Unggas Entok)
Judul Laporan : “ STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN USAHA
BERKAH FARM PADA MASA PANDEMI COVID 19 ”

No	Hal yang dikonsultasikan	Catatan DPL	Paraf
01	Konsultasi Judul Laporan	Disetujui	
02	Konsultasi Laporan Akhir	Disetujui	
03			
04			
05			

Tulungagung, 23 Agustus 2021



Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

NIP. 199110062019032016

Lampiran 3

Dokumentasi Kegiatan PPL :



STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN USAHA

BERKAH FARM

Muhammad Kanzu Ilmi Ghodafi

Email: broghodafi@gmail.com

Latar Belakang

Pandemi Covid-19 sudah ada di Indonesia sejak awal tahun 2019. Sudah hampir 2 tahun lamanya masyarakat Indonesia berjuang untuk menghentikan penyebaran virus ini. Semua sektor kehidupan masyarakat terganggu, mulai dari sektor kesehatan, pendidikan, pariwisata hingga sektor ekonomi. Terganggunya semua sektor dikarenakan adanya pembatasan aktivitas manusia demi mencegah penyebaran virus Covid-19. Aktivitas manusia semuanya dilakukan dari rumah, sekolah dari rumah, kerja dari rumah, dan sebagainya. Akibat pandemi banyak kegiatan operasional perusahaan yang terganggu yang menyebabkan menurunnya produktivitas perusahaan. Sehingga banyak perusahaan mengalami kerugian. Karena mengalami kerugian, perusahaan terpaksa harus membuat kebijakan perusahaan yang dapat menyelamatkan perusahaan. Bahkan hingga banyak perusahaan yang membuat kebijakan dengan terpaksa merumahkan karyawannya. Dengan dirumahkannya para karyawan, banyak orang yang semula kerja menjadi tidak kerja. Sehingga banyak dari mereka yang harus memutar otak dan berusaha keras untuk dapat menghidupi keluarganya. Akhirnya banyak dari mereka yang memilih untuk merintis usaha dengan memanfaatkan peluang – peluang usaha yang ada. Seperti berjualan makanan secara online, karena pada kondisi pandemi orang – orang akan lebih memilih untuk hidup praktis dan simpel. Selain berjualan makanan, banyak para pelaku usaha baru yang menawarkan kebutuhan – kebutuhan yang penting di masa pandemi seperti masker dan handsanitizer. Selain itu masih banyak lagi para pelaku usaha baru yang mencoba dan menawarkan inovasi produk dengan menambahkan manfaat dan nilai sehingga dapat menghasilkan uang. Covid-19 merubah semua tatanan kebiasaan yang ada di masyarakat. Di masa pandemi ini masyarakat harus mematuhi prokes yang sudah ditetapkan mulai dari menjaga jarak, memakai masker dan mencuci tangan. Hal tersebut dilakukan guna mencegah penyebaran virus Covid-19. Semua orang harus memakai masker saat ingin pergi atau keluar dari rumah. Dan apabila ingin masuk ke dalam suatu tempat, masyarakat diwajibkan untuk mencuci tangan. Banyak sekali di pasang wastafel dan kran – kran air di tempat – tempat umum seperti tempat ibadah, toko, rumah makan dan tempat umum lainnya.

Virus Corona sangat berdampak kepada semua sektor bisnis. Pertumbuhan bisnis Pada masa ini mencapai minus dan tidak jarang ada perusahaan yang gulung tikar karena wabah ini. Banyak karyawan yang dikenai Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) karena perusahaan tidak mampu untuk membayar gajinya selama wabah ini. Tak jarang pula beberapa karyawan juga pasti mengalami penurunan gaji atau tidak dibayarkannya uang transport dan uang makan selama himbauan dari pemerintah untuk bekerja dari rumah. Banyak perusahaan yang pada saat ini mencari cara untuk mentransformasi bisnisnya agar

usahanya tetap dapat berjalan. mereka pasti memanfaatkan teknologi informasi si untuk mempromosikan usahanya. Masa wabah ini juga menguji stabilitas perusahaan. perusahaan yang tidak mengenal teknologi informasi pastinya akan sangat sulit untuk bertahan pada masa pandemi ini. Sedangkan perusahaan yang lain diminta untuk lebih memanfaatkan teknologi informasi menjadi sasaran strategis dalam pengembangan perusahaannya. Bisnis UMKM mengalami penurunan yang drastis dikarenakan pandemi Covid-19. Adanya aturan tentang Pembatasan Berskala Besar (PSBB) membuat transaksi secara langsung menjadi sulit untuk dilakukan. Daya beli masyarakat juga menurun dikarenakan banyak pekerja yang diliburkan bahkan tidak sedikit yang langsung diberhentikan. Kebutuhan konsumen masih tetap sama, hanya saja yang membedakan adalah cara konsumen dalam mendapatkan apa yang mereka butuhkan yang mengalami perubahan perilaku. Hal ini memaksa para pelaku bisnis UMKM harus dapat menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen dikarenakan adanya pandemi ini. Krisis yang sedang berlangsung akibat pandemi Covid-19 makin menekan pelaku UMKM di Indonesia agar tetap bertahan dan mampu bersaing. Ada sebagian yang kian meningkat meraup keuntungan, ada yang terus berjuang dan bertahan agar dapat melakukan penjualan, namun tidak sedikit pula yang gulung tikar. Sebagai pelaku usaha, ada banyak faktor yang sebenarnya dapat menunjang agar bisnis tetap berjalan, terutama di masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini. Salah satu faktor penting adalah strategi pemasaran. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di budidaya ternak entok Berkah Farm.

Entok adalah jenis unggas bebek banyak nama yang diberikan untuk bebek ini diantaranya: entok (Jawa), serati (Sumatra). Entok termasuk jenis unggas omnivora dimana asupanpangan bisa menggunakan sampah dari sisa makanan warung makan, tapi juga harus dicampur dengan katul atau jagung untuk bisa menghasilkan bobot yang maksimal. Saat ini banyak warung makan yang menyediakan menu utama berupa masakan entok. Ini menunjukkan bahwa daging entok masih banyak permintaan dipasaran. Daging entok juga kaya akan kandungan gizi seperti protein hewani. Keuntungan dari budidaya entok ialah entok mempunyai daya tahan tubuh yang lebih kuat daripada unggas lain..

Pembahasan :

Akibat kasus Covid-19 ini, pemerintah Indonesia mulai menerapkan berbagai kebijakan, seperti mengeluarkan himbauan social distancing, himbauan kepada pegawai untuk bekerja dari rumah, memberlakukan pembatasan wilayah, mendirikan rumah sakit khusus penanganan Covid-19, dan lain-lain. . Oleh karena itu, pandemi berdampak besar pada aktivitas masyarakat, salah satunya adalah transaksi jual beli. Banyak orang memilih untuk berdiam diri di rumah daripada melakukan aktivitas di luar rumah. Hal ini untuk memutus mata rantai penularan Covid-19. Hal ini menuntut UMKM Berkah Farm untuk melakukan inovasi-inovasi baru dan menyusun strategi yang efektif untuk menarik minat

masyarakat dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi. Usaha kecil dan menengah dapat bertahan di era ini dengan banyak cara. Berdasarkan produk yang mereka jual, setiap pelaku UMKM pasti memiliki caranya masing-masing. Salah satunya adalah UMKM Berkah Farm yang tentunya memiliki strategi bertahan di tengah pandemi saat ini. Strategi yang diterapkan oleh UKM Berkah Farm selama masa pandemi antara lain:

Strategi Pemasaran Berkah Farm Pada masa Pandemi Covid-19

Adapun beberapa strategi pemasaran yang dilakukan Berkah Farm diantaranya yaitu:

a. Kendala Pemasaran Berkah farm Pada Masa Pandemi Covid-19

Kendala pemasaran yang dialami oleh Berkah Farm pada masa pandemi Covid-19 ialah pemilik tidak bisa melakukan pemasaran secara offline. Kegiatan promosi seperti ini sudah berlangsung sejak awal berdirinya perusahaan. Sebenarnya kegiatan promosi seperti ini sudah tidak pernah dilakukan oleh pemilik Berkah Farm beberapa tahun belakangan ini, hal tersebut terjadi karena perusahaan sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Biasanya pelanggan datang ke perusahaan untuk membeli produk. Namun sejak wabah covid-19, permintaan konsumen menurun karena sepi pasar. Berkah Farm ingin kembali melakukan promosi offline untuk memaksimalkan permintaan dan meningkatkan keuntungan. Sayangnya, pada saat wabah, aktivitas masyarakat sangat terbatas, sehingga akses kepada konsumen jadi sangat terhambat.

b. Solusi Terhadap Kendala Pemasaran Yang Dialami Oleh Berkah Farm

Solusi dari permasalahan diatas adalah pemilik Berkah Farm memutuskan untuk melakukan promosi online di berbagai media sosial. (Instagram, WhatsApp, dan Facebook). Akun tersebut dikelola oleh pihak keluarga pemilik perusahaan.

Strategi Pengembangan Usaha Berkah Farm Pada Masa Pandemi Covid-19

Strategi pengembangan bisnis yang diterapkan Berkah Farm saat ini menggunakan mesin penetas telur otomatis. Di bidang peternakan, salah satu faktor yang menghambat lambatnya produksi telur adalah karena peternak masih menggunakan cara tradisional untuk menetas telur. Padahal, menggunakan inkubator memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan telur yang menetas secara alami. Misalnya, penetasan lebih luas, sehingga dapat menampung lebih banyak telur daripada metode penetasan alami. Dibandingkan dengan inkubasi alami, berikut adalah keuntungan menggunakan inkubator untuk menetas telur.

1. Persentase telur yang berhasil ditetaskan lebih besar dibandingkan dengan penetasan

Melalui proses inkubasi alami, hanya 50-60% telur yang menetas. Pada saat yang sama, inkubasi dapat ditingkatkan hingga 80% dengan bantuan inkubator.

2. Dapat menetas terus menerus dan tidak terpengaruh oleh cuaca. Pasalnya, inkubator biasanya diletakkan di dalam ruangan dan semua bagian pendukungnya dikendalikan.

3. Umur larva yang ditetaskan oleh inkubator lebih tinggi dibandingkan dengan penetasan alami.

Karena perubahan suhu dari dalam telur ke lingkungan tidak jauh berbeda

4. Kontrol kualitas telur lebih mudah

Penutup :

Pandemic COVID-19 yang terjadi di Indonesia berdampak pada ketidak stabilan dalam perekonomian terutama pada UMKM. Pelaku UMKM ini merasakan dampak langsung berupa menurunnya angka penjualan dikarenakan adanya himbauan pemerintah dan penerapan PPKM yang menghimbau masyarakat untuk tetap dirumah sehingga cukup banyak UMKM yang harus berhenti beroperasi untuk sementara waktu. Untuk itu pelaku UMKM harus memiliki strategi untuk dapat bertahan di tengah pandemik ini dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi. Ada banyak peluang usaha di tengah-tengah terpuruknya perekonomian saat ini. Ada peluang usaha yang berskala besar dan kecil. Masyarakat dapat memilih peluang usaha yang sesuai dengan modal yang dimiliki dan kondisi yang ada di sekitarnya. Para pelaku UMKM bisa beralih bisnis dengan cara berjualan secara online yang dimana belanja online yang ini sangat diminati oleh semua kalangan apalagi dimasa pandemic seperti ini sangat menguntungkan. Dikarenakan adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat yang dimana mengharuskan seseorang untuk membatasi kegiatan di luar rumah yang bertujuan untuk mengurangi persebaran virus COVID-19 sehingga orang-orang akan beralih dan berminat untuk membeli sesuatu secara online. Berbagai peluang usaha ini apabila ditekuni bisa mengurangi pengangguran, karena banyak menyerap tenaga kerja. Dengan demikian dapat membantu pemerintah untuk menciptakan lapangan pekerjaan. terpenuhinya kebutuhan masyarakat, serta mengurangi kesenjangan sosial. Para pelaku UMKM pada saat ini harus memiliki strategi yang efektif untuk mempertahankan bisnisnya di tengah pandemi seperti sekarang ini. Banyak cara yang bisa dilakukan pelaku UMKM agar tetap bisa bertahan di masa seperti sekarang ini dan tentu saja setiap pelaku UMKM tentu punya cara masing-masing, sesuai produk yang dipasarkannya.

