



PENGANTAR KUISONER DAN WAWANCARA



STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) SIDO MAKMUR SIDODADI, TEMPUREJO.

Kepada Yth.
Direktur Bumdes Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo
Di tempat

Berkaitan dengan kegiatan penelitian tugas akhir untuk menempuh gelar sarjana yang saya lakukan, dengan judul “ **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BADA USAHA MILIK DESA (BUMDES) SIDO MAKMUR SIDODADI, TEMPUREJO**” sebagai syarat untuk menyelesaikan tugas akhir. Maka dengan ini saya mengharapkan bantuan saudara untuk mengisi kuisoner yang saya sertakan dibawah ini. Agar memperoleh masukan yang berarti, saya berharap pertanyaan ini diisi dengan keadaan yang sebenarnya. Semua sumber data diperoleh dijamin kerahasiannya. Atas perhatiannya saya mengucapkan terimakasih.

Ashfa Nafaisa Primadianti

1710411087

Berdasarkan Undang-Undang NO 6 Tahun 2014, tentang hak dan kewajiban desa dan atas dasar Perdes No 3 Tahun 2017. maka dengan ini penulis merumuskan pertanyaan penelitian di sebagai berikut:

Nama Narasumber/Responden :
Usia :
Alamat :
Jabatan /Divisi :
Daftar pertanyaan

1. Bagaimana sejarah pembentukan Bumdes Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo khususnya unit Toserba?

Bumdes Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo berdiri berdasarkan UU No 6 tahun 2014 tentang Desa. Dimana sebuah desa harus mempunyai Badan Usaha Milik Desa dan atas legalitas Peraturan Desa No 3 tahun 2017. Oleh karena itu maka berdirilah Bumdes Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo pada tahun 2017 dengan unit usaha yang dijalankan pertama kali Unit Lumbung. Kemudian pada tahun 2017 juga berdirilah unit simpan pinjam dan pada tahun 2018 berdirilah unit Toserba.

2. Apa alasan utama dan tujuan didirikannya Bumdes unit Toserba Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo?

Tujuan didirikannya Badan Usaha Milik Desa Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo unit Toserba adalah untuk menyediakan tempat belanja aman dan nyaman serta dekat dengan masyarakat. Kemudian tujuan utama lainnya adalah untuk menampung produk-produk yang dihasilkan masyarakat sekitar Desa Sidodadi serta untuk menumbuh kembangkan produk-produk khas Desa Sidodadi.

3. Dilihat dari faktor Internal Bumdes unit Toserba Sido Makmur, apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada komunikasi pemasaran terpadu ?

Yang menjadi kekutan pada Unit Toserba Sido Makmur Sidodadi pada komunikasi pemasaran terpadu yakni pada promosi yang menerapkan harga grosir, kemudian terdapat banner pada area depan toko agar lebih mengenalkan keberadaan Unit Toserba, menjalin hubungan dengan masyarakat dengan baik sebagai pendamping bagi warga yang akan berwirausaha dengan membuka toko, penyampaian langsung oleh pihak Bumdes Toserba terkait aneka produk yang dijual, pada hal pemasaran langsung selalu menerima kritikan dari konsumen. Kemudian untuk kelemahannya sendiri pada pemasaran terpadu Bumdes Toserba Sido Makmur yakni belum menjangkau iklan melalui media sosial, belum adanya even atau acara tertentu terkait memperkenalkan Unit Toserba kepada masyarakat, intinya komunikasi

pemasaran terpadu yang dilakukan belum menerapkan strategi tertentu terutama dalam bidang pemasaran media sosial.

4. Dilihat dari faktor eksternal Bumdes unit Toserba Sido Makmur, apa saja yang menjadi peluang dan ancaman pada komunikasi pemasaran terpadu?

Peluang pada komunikasi pemasaran terpadu pada Toserba Bumdes Sido Makmur yakni pesaing belum menerapkan penjualan secara harga grosir, kemajuan teknologi yang dapat mendukung promosi dan periklanan, kedekatan hubungan dengan masyarakat sehingga diharapkan kedepannya akan adakerjasama dengan masyarakat serta dapat menagadakan even atau acara tertentu guna memperkenalkan Bumdes Toserba Sido Makmur. Sementara untuk ancaman pada komunikasi pemasaran terpadu Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi yakni pesaing menerapkan strategi promosi yang beragam, iklan pesaing yang lebih uni, tidak antusiasnya warga sekitar untuk bekerjasama dengan Bumdes serta tekhnologi yang begitu canggi menjadikan pesaing lebih agresif dalam melakukan komunikasi pemasaran terpadu.

5. Apa saja harapan dan keinginan Bumdes Sido makmur unit Toseerba kedepannya khusunya dalam hal komunikasi pemasaran terpadu ?

Harapan dan keinginan Bumdes Sido Makmur Sidodadi kedepannya adalah mampu menjadi Badan Usaha Milik Desa yang dapat mengembangkan segala potensi yang dimiliki oleh Desa Sidodadi. Serta dapat menjadi wadah bagi masyarakat Desa Sidodadi untuk memenuhi kebutuhan sehar-hari..

Penentuan Bobot Dan Rating Faktor Analisis SWOT dan QSPM Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Komunikasi Pemasaran Terpadu Bumdes Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo.

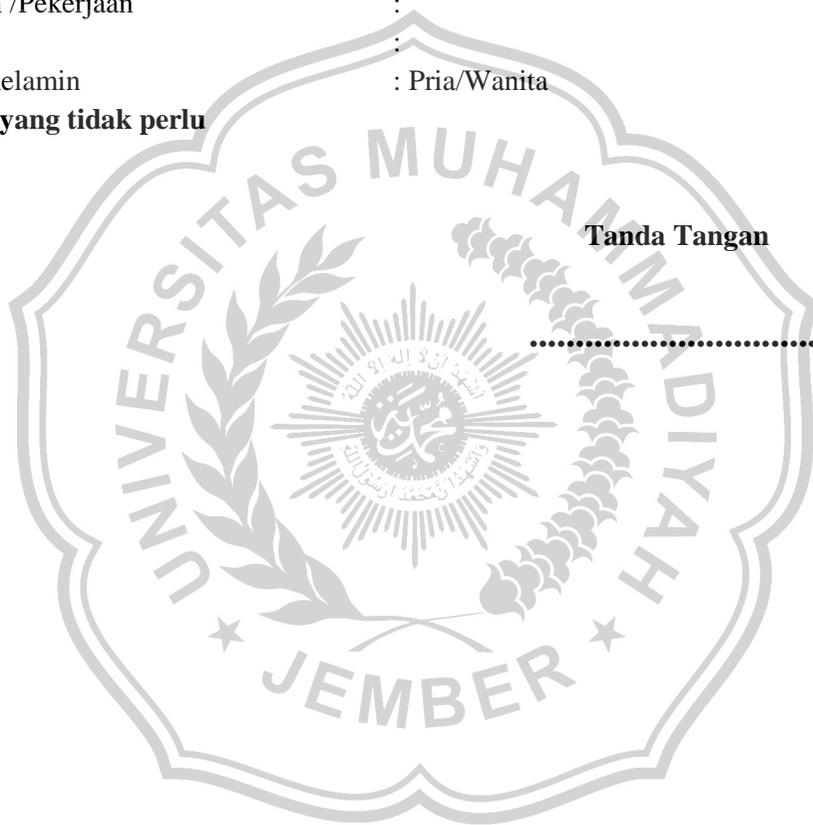
Biodata Responden

Dimohon kepada bapak/ibu Sebelum menjawab pernyataan dalam kuesioner ini, mohon mengisi data sebagai berikut terlebih dahulu. (jawaban yang anda berikan akan dirahasiakan)

Nama lengkap :
Jabatan /Pekerjaan :
Alamat :
Jenis Kelamin : Pria/Wanita

***coret yang tidak perlu**

Tanda Tangan



Petunjuk Pengisian

Untuk pernyataan-pernyataan di bawah ini, Anda di mohon untuk memberikan jawaban terhadap semua pernyataan dalam kuisioner dengan memberikan penilaian tentang sejauh mana pertanyaan ini sesuai dengan realita atau keadaan sesungguhnya. Berikan tanda centang (√) pada skala likert dengan kriteria:

Penilaian Kondisi saat Ini :

skala nilai 1-10 (sangat kurang – sangat baik)

Penilaian Rating :

Skala 1 = Tidak penting

Skala 2 = Kurang penting

Skala 3 = Penting

Skala 4 = Sangat penting



Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo (Untuk Pihak Internal Bumdes Toserba Sido Makmur)

No	Pernyataan Faktor-Faktor Internal	Penilaian Kondisi Saat ni										Rating			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4
<i>Strength</i> (kekuatan)															
1.	(Promosi Penjualan) Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi menerapkan potongan harga setiap pembeli minimal 3 pcs produk.														
2.	(<i>Advertising</i> / Iklan) Terdapat banner pada area depan Bumdes Toserba Sido Makmur, Sidodadi sebagai salah satu media iklan														
3.	(<i>Public Relation</i> / Hubungan dengan masyarakat) Pihak Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi mendampingi dan membantu para pelaku usaha kecil yang ada di sekitar Desa Sidodadi, untuk memajukan usaha masyarakat setempat.														
4.	(<i>Personal Selling</i> / penjualan personal)														

	<p>Kepala Unit Toserba Sido Makmur Sidodadi selalu menyampaikan kepada konsumen secara langsung terkait produk-produk dan harga yang terjangkau dari Toserba Sido Makmur, Sidodadi</p>																		
5.	<p><i>(Direct Marketing/pemasaran langsung)</i></p> <p>Pihak Bumdes Toserba Sido Makmur, Sidodadi menjalin komunikasi baik dengan para konsumen dan menerima segala bentuk masukan dari konsumen.</p>																		
6.	<p><i>(Interactive Marketing/pemasaran interaktif)</i></p> <p>Pihak Bumdes Toserba Sido Makmur menjalin hubungan baik secara langsung dengan beberapa pelanggan tetap Toserba Sido Makmur.</p>																		
Weakness (Kelemahan)																			
7.	<p>(Promosi Penjualan)</p> <p>Bumdes Toserba Sido Makmur belum menerapkan informasi terkait promosi produk-</p>																		

	produk melalui media sosial.																		
8.	<p><i>(Advertising / Iklan)</i></p> <p>Bumdes Toserba Sido Makmur, Sidodadi belum menggunakan media sosial sebagai salah satu media iklan</p>																		
9.	<p><i>(Public Relation / Hubungan dengan masyarakat)</i></p> <p>Bumdes Toserba Sido Makmur, Sidodadi belum mengadakan program kegiatan khusus yang dilaksanakan dimasyarakat untuk menjalin hubungan dengan masyarakat Desa Sidodadi.</p>																		
10.	<p><i>(Personal Selling / penjualan personal)</i></p> <p>Bumdes Toserba Sido Makmur, Sidodadi belum mengenalkan atau menyebarkan informasi terkait produk-produk yang dijual oleh Unit Toserba melalui media sosial.</p>																		
11.	<p><i>(Direct Marketing/pemasaran langsung)</i></p>																		

	Bumdes Toserba Sido Makmur belum melakukan pemasaran secara langsung melalui media sosial																		
12.	<i>(Event Marketing/ pemasaran melalui even)</i> Bumdes Toserba Sido Makmur belum pernah mengadakan atau ikut dalam acara-acara pemasaran seperti bazar.																		
13.	<i>(Interactive Marketing/pemasaran interaktif)</i> Bumdes Toserba Sido Makmur belum menerapkan pemasaran interaktif melalui media sosial,dan kurangnya fasilitas hotspot yang menunjang pada lokasi Toserba Bumdes Sido Makmur.																		

**Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) Bumdes Toserba Sido Makmur
Sidodadi, Tempurejo (Untuk Konsumen dan Pesaing)**

No	Pernyataan Faktor-Faktor External	Penilaian Kondisi Saat ni										Rating			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4
Opportunities (Peluang)															
1.	(Promosi Penjualan) Pesaing belum menerapkan promosi penjualan dengan potongan harga tertentu														
2.	(<i>Advertising</i> / Iklan) Kemajuan teknologi akan memudahkan sebagai sarana penyampaian iklan Bumdes Sido Makmur unit Toserba untuk kedepannya														
3.	(<i>Public Relation</i> / Hubungan dengan masyarakat) Menyediakan program kerjasama dengan masyarakat kedepannya untuk lebih mengenalkan keberadaan Bumdes Sido Makmur Unit Toserba serta dukungan dari masyarakat Desa Sidodai terkait keberadaan Bumdes Sido Makmur Unit Toserba.														
4.	(<i>Personal Selling</i> / penjualan personal)														

	<p><i>interaktif)</i></p> <p>Pesaing yang lebih menjalin hubungan interaktif dengan konsumen melalui media sosial.</p>																	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



LAMPIRAN 2 REKAPITULASI KUISONER MATRIKS IFE DAN EFE

REKAPITULASI DATA KUISONER MATRIKS INTERNAL FACTOR EVALUATION (IFE)														
REKAPITULASI PEMBOBOTAN														
NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	INDIKATOR PERNYATAAN
1	10	10	9	9	9	10	7	7	8	8	6	6	6	
2	9	10	10	8	7	8	7	8	7	6	6	6	7	
3	10	9	8	8	7	10	8	8	8	9	7	7	7	
	29	29	27	25	23	28	22	23	23	23	19	19	20	310
	0.0935	0.093548	0.087097	0.080645	0.074194	0.090323	0.070968	0.074194	0.074194	0.074194	0.06129	0.06129	0.064516	1 BOBOT

HASIL REKAPITULASI PERHITUNGAN RATING INTERNAL FACTOR EVALUATION (IFE)														
NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	INDIKATOR PERNYATAAN
1	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	4	
	11	8	9	8	11	11	9	9	10	9	7	9	10	121
	3.6667	2.66667	3	2.66667	3.66667	3.66667	3	3	3.333333	3	2.333333	3	3.333333	RATING

REKAPITULASI DATA HASIL KUISONER MATRIKS EKSTERNAL FACTOR EVALUATION (EFE)

REKAPITULASI PEMBOBOTAN															
N O	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	INDIKA TOR PERNY ATAAN
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	
3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	
4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	
5	5	3	5	5	6	4	4	5	2	3	4	4	6	5	
6	7	6	3	5	5	4	6	7	8	8	7	7	6	4	
7	6	3	3	3	3	2	5	6	7	5	4	4	4	6	
8	2	3	3	2	3	6	6	3	3	2	2	2	3	2	
9	6	5	6	7	8	6	5	5	5	6	6	4	3	2	
10	6	7	8	8	8	7	7	6	5	5	5	6	6	5	
11	4	4	5	5	6	6	6	4	4	4	5	6	5	5	
12	6	6	5	5	7	7	7	5	6	6	5	5	4	4	
13	7	7	8	7	6	6	5	5	5	4	4	4	3	5	
14	6	3	3	3	3	2	5	6	7	5	4	4	4	6	

15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
16	6	7	8	8	8	7	7	6	5	5	5	6	6	5			
17	3	4	4	5	5	6	7	7	7	5	5	5	5	5			
18	6	7	6	6	6	5	5	4	4	4	5	5	7	3			
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
21	6	7	6	6	6	5	5	4	4	4	5	5	7	3			
22	8	8	8	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7			
23	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	7	7			
24	8	8	8	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7			
25	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	7	7			
26	3	4	5	5	5	6	6	7	7	7	7	6	5	4			
27	3	4	4	5	5	6	7	7	7	5	5	5	5	5			
28	6	7	6	6	6	5	5	4	4	4	5	5	6	3			

29	6	7	6	6	6	5	5	4	4	4	5	5	5	3			
30	8	8	8	7	7	7	6	6	6	6	6	7	5	7			
31	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	6	7			
32	4	6	3	6	6	6	6	4	6	6	5	5	6	6			
33	8	8	8	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7			
34	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	7	7			
35	1	1	3	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6			
36	3	4	5	5	5	6	6	7	7	7	7	6	5	4			
37	3	4	4	5	5	6	7	7	7	5	5	5	5	5			
38	6	7	6	6	6	5	5	4	4	4	5	5	7	3			
39	1	1	3	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6			
40	8	8	8	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7			
41	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	7	7			
42	1	1	3	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6			

4	3	4	5	5	5	6	6	7	7	7	7	6	5	4			
3																	
4	3	4	5	5	5	6	6	7	7	7	7	6	5	4			
4																	
4	3	4	4	5	5	6	7	7	7	5	5	5	5	5			
5																	
4	6	7	6	6	6	5	5	4	4	4	5	5	7	3			
6																	
4	8	8	8	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7			
7																	
4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	7	7			
8																	
4	1	1	3	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6			
9																	
5	8	8	8	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7			
0																	
5	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	7	7			
1																	
5	1	1	3	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6			
2																	
5	8	8	8	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7			
3																	
5	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	7	7			
4																	
5	1	1	3	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6			
5																	
5	3	4	5	5	5	6	6	7	7	7	7	6	5	4			
6																	

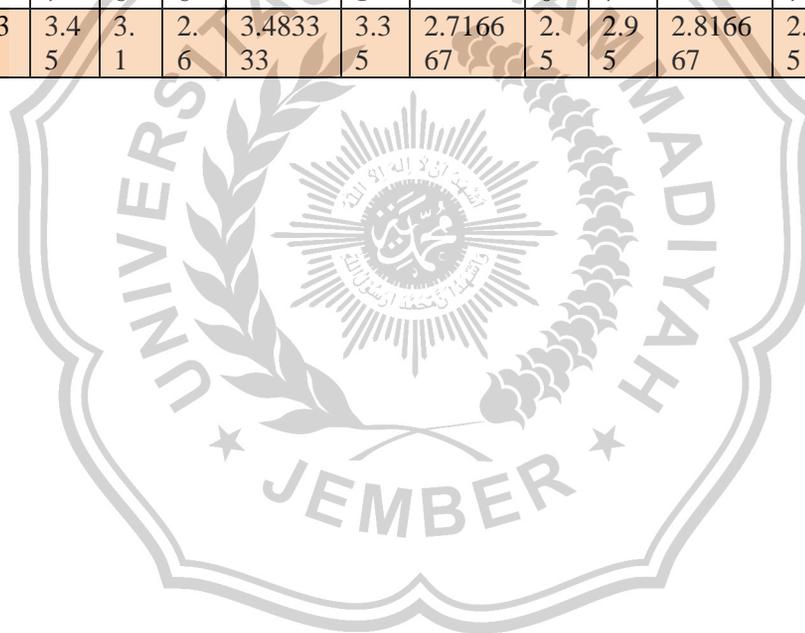
57	3	4	4	5	5	6	7	7	7	5	5	5	5	5			
58	6	7	6	6	6	5	5	4	4	4	5	5	7	3			
59	5	4	4	4	5	5	6	6	6	7	7	5	5	7			
60	4	4	4	3	5	6	6	7	7	7	7	7	7	7			
	258	270	273	292	298	295	299	297	307	294	308	310	334	303	4138		
	0.062349	0.065249	0.065974	0.070565	0.072015	0.07129	0.072257	0.071774	0.07419	0.071049	0.074432	0.074915	0.080715	0.073224	1		BO BO T

HASIL REKAPITULASI PERHITUNGAN RATING MATRIKS EKSTERNAL FACTOR EVALUATION (EFE)															
NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	INDIKATOR PERNYATAAN
1	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	4	4	
2	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	2	
3	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	
4	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	2	3	4	4	
5	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2	
6	2	1	1	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	2	

7	3	2	2	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2		
8	1	1	2	3	2	3	3	3	2	1	1	4	4	3		
9	3	3	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	3	4		
10	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
11	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	4	4		
12	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	2		
13	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2		
14	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	4	3	4	4		
15	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
16	1	1	2	3	2	3	3	3	2	1	1	4	4	3		
17	3	3	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	3	4		
18	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
19	3	3	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	3	4		
20	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
21	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	3	4	4		
22	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	2		
23	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2		
24	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	3	3	4	4		
25	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
26	2	1	1	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	2		
27	3	3	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	3	4		
28	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
29	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	4	4		
30	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	2		

31	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2		
32	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	4	3	4	4		
33	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
34	1	1	2	3	2	3	3	3	2	1	1	4	4	3		
35	3	3	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	3	4		
36	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
37	3	3	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	3	4		
38	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
39	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	3	4	4		
40	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	2		
41	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2		
42	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	3	3	4	4		
43	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
44	2	1	1	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	2		
45	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2		
46	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	3	3	4	4		
47	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
48	2	1	1	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	2		
49	3	3	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	3	4		
50	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
51	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	4	4		
52	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	2		
53	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2		
54	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	4	3	4	4		

55	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
56	1	1	2	3	2	3	3	3	2	1	1	4	4	3		
57	3	3	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	3	4		
58	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
59	3	3	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	3	4		
60	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2		
	167	162	194	207	186	156	209	201	163	150	177	169	177	168	2486	
	2.78333	2.7	3.23333	3.45	3.1	2.26	3.48333	3.35	2.71667	2.25	2.95	2.81667	2.95	2.28		RATING



LAMPIRAN 3 SURAT TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

SURAT KETERANGAN

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan surat ini menerangkan bahwa :

Nama : Ashfa Nafaisa Primadianti

NIM : 1710411087

Program Studi : Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember

Telah melaksanakan penelitian di Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sido Makmur Sidodadi Tempurejo dengan judul :

Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sido Makmur Sidodadi Tempurejo.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Direktur Bumdes Sido Makmur
Sidodadi Tempurejo



Sucipto

LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI



Gambar 1

Foto bersama dengan Direktur Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi Tempurejo.



Gambar 2

Foto kegiatan pengisian kuisoner oleh konsumen Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi Tempurejo.



Gambar 3

Foto kegiatan pengisian kuisioner oleh pesaing di Sekitar Bumdes Toserba Sido MakmurSidodadi dan Direktur Bumdes Sido Makmur Sidodadi Tempurejo.

Sumber : Penulis 2020

