

Analisis Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Usahasarang Burung Walet UD. Ikhtiar Di Desa Rensing¹ **M. Zamzami Irhamzani**¹sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM¹zamimimi19@gmail.com**Abstract**

This study aimed to determine the internal and external factors to determine the marketing strategy of the swallow's nest business in Rensing Village, East Lombok Regency. From the analysis of these factors, the right strategy is formulated to marketing the business. This research is atype of descriptive research is nsing Village, East Lombok Regency. The sample consisted of 30 swallow nest entrepreneurs whose data collection process used a questionnaire. The data analysis method used is descriptive to explain the internal and external factors of the swallow's nest business and secondly uses SWOT analysis to formulate strategies in marketing mix the swallofors nest business. The results of the analysis using SWOT analysis show that the strategy implemented by swallow nest entrepreneurs in Rensing Village, East Lombok Regency is a WO (Weakness Opportunity) strategy, namely a strategy that overcomes W (weaknesses) by optimizing O (opportunities) that exist in swiftlet farming businesses. In this analysis, it is also known as a management strategy, namely a strategy regarding finance and a product development strategy.

Keywords: *SWOT Analysis, Swallow's Nest, Marketing Mix Strategy.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal untuk menentukan strategi pemasaran usaha sarang burung walet di Desa Rensing Kabupaten Lombok Timur. Dari analisis faktor-faktor tersebut dirumuskan strategi yang tepat untuk memasarkan usaha tersebut. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang berlokasi di Desa Rensing Kabupaten Lombok Timur. Metode analisis data yang digunakan yaitu deskriptif untuk menjelaskan faktor internal dan eksternal usaha sarang burung walet dan kedua menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi bauran pemasaran usaha sarang burung walet. Hasil analisis dengan menggunakan analisis SWOT yang menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh pengusaha sarang burung walet di Desa Rensing Kabupaten Lombok Timur adalah strategi WO (Weakness-Opportunity) yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada dalam usaha peternakan burung walet. Dalam analisis ini biasa disebut juga dengan strategi manajemen yaitu strategi mengenai keuangan dan strategi pengembangan produk.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Sarang Burung Walet, Strategi Bauran Pemasaran

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang ataukelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memeproleh keuntungan. Orang yang berusaha menggunakan waktunya dengan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis bisa disebut entrepreneur. Sedangkan etika adalah komponen pendukung para pelaku bisnis terutama dalam hal keperibadian, tindakan danperilakunya. Etika disebut juga sebagai

rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji good conduct yang harus dipatuhi dan dijalankan.

Dengan pemasaran produk yang baik maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi maka akan dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Jika pemasaran produk yang dilakukan tidak atau kurang tepat maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut. Pemasaran merupakan factor yang menentukan berhasil tidaknya suatu perusahaan, oleh karena itu perusahaan perlu mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang terjadi pada perusahaan tersebut.

Faktor internal perusahaan biasanya faktor-faktor yang terdapat didalam perusahaan dan lebih mudah untuk diatur, diperkirakan, dan diantisipasi setiap resikonya. Menurut Saydam dalam penelitian I Gusti Putu Darya (2011: 66) lingkungan internal perusahaan dapat dikendalikan oleh pelaku usaha sehingga dapat disesuaikan dengan keinginan perusahaan. Menurut Susanthi (2017) lingkungan internal lingkungan yang berada didalam organisasi dan secara normal memiliki implikasi langsung dan khusus pada perusahaan. Menurut Riyanto (2018) lingkungan internal meliputi struktur, budaya, dan dan sumber daya yang perlu dianalisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan.

Faktor eksternal adalah faktor dari luar perusahaan atau organisasi, namun dapat berimbas kepada proses dalam perusahaan atau organisasi tersebut. Faktor eksternal ini sangat mungkin menjadi salah satu faktor kegagalan dalam perusahaan karena potensinya yang memungkinkan menjadi ancaman jika tidak dapat di prediksi dengan baik, dan dapat menjadi keuntungan jika mampu dihadapi dengan sesuai. Manajerial dan strategi terbaik akan sangat dibutuhkan dalam pengendalian faktor ini. Menurut Pearce dan Robinson: Hunger dan Whelen dalam penelitian I Gusti Putu Darya (2011:66) menyatakan bahwa eksternal perusahaan mampu memberikan banyak tantangan dalam upaya menarik atau memperoleh sebuah sumber daya yang diperlukan untuk dipasarkan.

Indonesia merupakan produsen sarang walet terbesar di dunia. Mencapai lebih dari 75% sarang walet yang beredar di dunia berasal dari Indonesia. Sarang walet rumahan asal Indonesia menguasai hampir 98% pasokan pasar dunia karena bentuknya yang lebih bersih, lebih putih dan tidak terlalu tebal. Sementara pasar sarang walet hitam dipegang oleh Malaysia karena kualitasnya lebih baik dari pada sarang hitam yang di ekspor oleh negara produsen lain. Sarang

walet banyak diminta oleh importir terbesar saat ini yaitu Hongkong dan Amerika Serikat. Jangkauan pemasaran sarang walet asal Indonesia adalah Hongkong, China, Taiwan, Singapura, dan Kanada. Sekitar 80% pasar sarang walet Asia dipasok oleh produsen asal Indonesia. Sarang walet memiliki harga yang berfluktuasi.

Saat ini kendala yang dihadapi UD Ikhtiar dalam mengembangkan usaha sarang burung walet yaitu kualitas produk. Jika kualitas produk yang dihasilkan buruk maka nilai jual sarang burung walet akan turun begitupun sebaliknya. Peluang usaha Sarang Burung Walet yaitu (1). Walet Sebagai Sumber Devisa (2). Membuka Kesempatan Kerja dan (3). Menumbuhkan Iklim Investasi. (Salekat N, 2009 dalam Dewi,dkk 2012).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif. Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. (Sugiyono 2012:5)

Teknik Pengumpulan Data

Observasi disini peneliti mengadakan pengamatan langsung ke lokasi penelitian mengenai optimalisasi strategi pemasaran Sarang Burung Walet, yaitu strategi-strategi apa saja yang dilakukan perusahaan untuk mengoptimalkan pemasaran untuk menarik pelanggan baru maupun mempertahankan loyalitas pelanggan tetap.

Wawancara yaitu penelitian dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan pimpinan perusahaan dan sejumlah karyawan yang berhubungan dengan penelitian untuk mencari kekuatan, kelemahan ,peluang dan ancaman pada UD. Ikhtiar.

Dokumentasi menurut Ridwan (2013: 77) menyatakan bahwa “Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film documenter, data yang relevan”.

Jenis dan Sumber data

Jenis Data: Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian yang objeknya mengenai optimalisasi strategi pemasaran Sarang burung walet. Sehingga penelitian ini juga bisa disebut penelitian kasus atau study kasus (case study) dengan pendekatan deskriptif-

kuantitatif (Suharsimi Arikunto 1998:115) Jenis penelitian ini digunakan untuk meneliti analisis optimalisasi pemasaran Sarang burung walet UD. Ikhtiar.

Sumber Data

Sumber Data Primer: Sumber data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau sumber pertama secara umum kita sebut sebagai narasumber. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file (Jonathan Sarwono 2012:37).

Sumber Data Sekunder: Data sekunder merupakan data yang sudah diproses oleh pihak tertentu sehingga data tersebut sudah tersedia saat kita memerlukan (Deni Drmawan 2013:138). Data ini diperoleh dari dokumen-dokumen atau laporan yang telah tersedia misalnya profil perusahaan dan lain sebagainya.

Faktor internal dan Eksternal

Faktor internal Faktor internal pada perusahaan membahas tentang kondisi – kondisi di dalam usaha sarang burung walet UD Ikhtiar untuk mengetahui kelemahan atau kekuatan yang dimiliki, seperti :

Kekuatan (strengths) adalah keunggulan relative terhadap pesaing atau kelebihan yang dimiliki oleh usaha sarang burung walet UD. Ikhtiar yang dapat memperkuat perusahaan di dalam mencapai keunggulan bersaing. Indikator kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan meliputi: aspek manajemen, sumber daya manusia, pemasaran, produksi atau operasi serta pengembangan dan lokasi usaha.

Kelemahan (weaknesses) adalah keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki oleh usaha sarang burung walet UD. Ikhtiar yang dapat mempengaruhi kondisi dan kinerja perusahaan di dalam menghadapi persaingan meliputi: pemasaran, system informasi, produksi, distribusi, serta penelitian atau pengembangan.

Sumber Daya Manusia Sumber daya manusia adalah segala potensi yang ada pada manusia baik berupa akal pikiran, tenaga, keterampilan, emosi dan sebagainya yang dapat digunakan baik untuk dirinya maupun untuk organisasi atau perusahaan. Sumber daya manusia dibagi menjadi 2 kelompok yaitu Kualitas dan kuantitas. Kualitas adalah mutu dari sumber daya manusia yang menyangkut kemampuan fisik dan non fisik. Sedangkan kuantitas adalah sumber daya manusia yang terkait dengan jumlah.

Financial / Keuangan Rasio keuangan adalah salah satu alat analisis keuangan yang dapat menjadi tolak ukur atau parameter dalam menilai kinerja perusahaan, khususnya dalam efisiensi penggunaan sumber daya serta pengelolaan keuangan yang ada di UD. Ikhtiar usaha sarang burung walet ini.

Produksi Produksi adalah kegiatan operasional yang menghasilkan suatu produk, baik barang atau jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen, dalam penelitian ini yang dimaksud produk yakni produk burung walet UD Ikhtiar.

Pemasaran Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan UD. Ikhtiar.

Lokasi usaha Lokasi usaha adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan produk yang dapat diperoleh dan dapat tersedia bagi pelanggan UD. Ikhtiar.

Faktor Eksternal Faktor Eksternal adalah aspek yang berada diluar perusahaan yang menjadi peluang dan ancaman terhadap usaha sarang burung walet UD. Ikhtiar seperti:

Peluang (opportunities) adalah berbagai situasi lingkungan yang di perkirakan berdampak positif atau menguntungkan bagi usaha sarang burung walet UD. Ikhtiar dengan indikator meliputi : ekonomi, politik/ hukum, social/kebudayaan, demografi/lingkungan, teknologi/ persaingan.

Ancaman (streets) adalah factor-faktor lingkungan bail internal maupun eksternal yang tidak menguntungkan dan mempengaruhi kondisi usaha sarang burung walet UD. Ikhtiar dengan indicator ancaman, meliputi: ekonomi, politik/hukum, dan persaingan .lingkungan eksternal perusahaan.

Teknik Analisis Data

Dalam penentuan posisi usaha sarang burung walet “UD. Ikhtiar” dilihat dari kekuatan, kelemahan internal, dan peluang, hambatan eksternal perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT. Penentuan posisi perusahaan dan strategi perusahaan menggunakan table EFAS (Eksternal Strategic Analysis Summary) dan IFAS (Internal Strategic Analysis Summary) Dalam penentuan strategi usaha sarang burung walet “UD.Ikhtiar”, peneliti menganalisis factor internal dan eksternal yang dimiliki oleh perusahaan. Kemudian dengan menggunakan table EFAS dan IFAS, pada masing-masing table tersebut dirumuskan dan dianalisis factor-faktor strategi internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

Dari kondisi yang ada dalam lingkungan peternakan burung walet ini, terdapat beberapa permasalahan baik dari faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam peternakan burung walet itu sendiri, sedangkan dari faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan luar peternakan burung walet.

Faktor Internal

Kekuatan

1. Kondisi fasilitas UD. Ikhtiar.
2. Kondisi keuangan UD. Ikhtiar.
3. Keterampilan dan pengalaman tenaga kerja UD. Ikhtiar.
4. Lokasi usaha UD. Ikhtiar.
5. Mengutamakan kualitas produk.

Kelemahan

1. Biaya produksi yang cukup tinggi.
2. System informasi yang kurang memadai.
3. Akses pemasaran terbatas.
4. Penyusunan keuangan masih manual.
5. Harga tidak ditentukan oleh perusahaan.
6. Media sosial yang tidak dimanfaatkan dalam promosi.

Faktor Eksternal

Peluang

1. Ketersediaan pihak bank dalam memberikan pinjaman dana.
2. Kerjasama yang baik dengan sesama pengusaha dan pemangku.
3. Teknologi yang semakin berkembang.

4. Melihat tingkat daya beli dari masyarakat
5. Mengikuti banyaknya permintaan konsumen

Ancaman

1. Kenaikan tarif telfon, listrik dan BBM.
2. Kondisi cuaca dan musim yang tidak dapat diprediksi.
3. Promosi dari perusahaan sejenis yang lebih baik.
4. Kualitas produk dari perusahaan lain yang lebih baik.

Matriks Faktor Strategi Intenal (IFAS)

Matriks IFAS menggambarkan bagaimana faktor-faktor internal dipertimbangkan oleh suatu usaha sarang burung walet untuk merumuskan strategi dalam meningkatkan pengembangannya.

Analisis Faktor-Faktor Strategi Internal

Faktor Indikator	Bobot	Rating	Skor
Indikator Kekuatan			
1. Kondisi Fasilitas	0,10	3	0,31
2. Kondisi Keuangan	0,07	2	0,14
3. Keterampilan dan Pengalaman Tenaga Kerja	0,07	2	0,14
4. Lokasi Usaha	0,10	3	0,31
5. Mengutamakan Kualitas Produk	0,10	3	0,31
Total Kekuatan	0,45		1,21
Indikator Kelemahan			
1. Biaya Produksi Yang Cukup Tinggi	0,14	4	0,55
2. Sistem Informasi Yang Kurang Memadai	0,07	2	0,14
3. Akses Pemasaran Terbatas	0,10	3	0,31
4. Penyusunan Keuangan Masih Manual	0,07	2	0,14
5. Harga Tidak Ditentukan Oleh Perusahaan	0,10	3	0,31
6. Media Sosial Yang Tidak Dimanfaatkan Dalam Promosi	0,07	2	0,14
Total Kelemahan	0,55		1,59
Total Skor Internal	1,00		0,77

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Matriks EFAS menggambarkan bagaimana faktor-faktor eksternal dipertimbangkan oleh suatu usaha sarang burung walet untuk merumuskan strategi dalam meningkatkan hasil produknya.

Analisis Faktor-Faktor Strategi Eksternal

Faktor Indikator	Bobot	Rating	Skor
Indikator Peluang			
1. Ketersediaan pihak bank dalam memberikan pinjaman dana.	0,15	4	0,59
2. Kerjasama yang baik dengan sesama pengusaha dan pemangku.	0,07	2	0,15
3. Teknologi yang semakin berkembang.	0,11	3	0,33
4. Melihat tingkat daya beli dari masyarakat	0,15	4	0,59
5. Mengikuti banyaknya permintaan konsumen	0,15	4	0,59
Total Peluang	0,63		2,26
Indikator Ancaman			
1. Kenaikan tarif telepon, listrik dan BBM.	0,11	3	0,33
2. Kondisi cuaca dan musim yang tidak dapat diprediksi.	0,11	3	0,33
3. Promosi dari perusahaan sejenis yang lebih baik.	0,07	2	0,15
4. Kualitas produk dari perusahaan lain yang lebih baik.	0,07	2	0,15
Total Ancaman	0,37		0,96
Total Skor Eksternal	1,00		1,30

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

faktor internal dan eksternal yang telah tersusun dapat menghasilkan skor pada masing-masing faktor. Faktor kekuatan

- a. (strength) : 1.21
- b. Faktor kelemahan (weakness) : 1.59
- c. Faktor peluang (opportunity) : 2.26
- d. Faktor ancaman (threats) : 0.96

Hasil dari analisis faktor internal dan eksternal menunjukkan nilai peluang (opportunity) lebih tinggi dari ancaman (threats) yaitu dengan selisih (+) 1.30 sedangkan nilai kelemahan (weakness) lebih tinggi dari kekuatan (strength) dengan selisih (-) 0.38.

Diagram Internal-Eksternal (IE) Usaha Peternakan Burung Walet

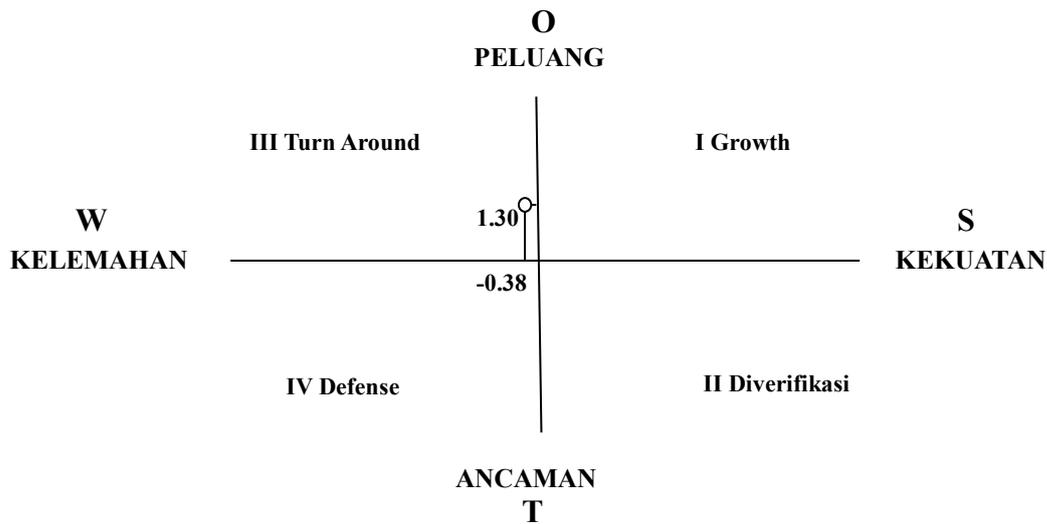


diagram kuadran SWOT usaha sarang burung walet berada pada kuadran III atau dalam kondisi menghadapi berbagai ancaman, namun walaupun ada ancaman usaha ini masih ada kekuatan dari sisi internal dengan memanfaatkan peluang jangka lama dengan menerapkan strategi Turn around sehingga perusahaan bisa menggunakan peluang.

Matriks SWOT Usaha Sarang Burung Walet

		Kekuatan (Strengths = S)	Kelemahan (Weaknesses = W)
faktor- faktor internal		1. Kondisi Fasilitas UD. Ikhtiar	1. Biaya produksi yang cukup tinggi.
		2. Kondisi keuangan UD. Ikhtiar	2. System informasi yang kurang memadai.
		3. Keterampilan dan pengalaman tenaga kerja UD. Ikhtiar.	3. Akses pemasaran terbatas.
		4. Lokasi usaha UD. Ikhtiar.	4. Penyusunan keuangan masih manual.
		5. Mengutamakan kualitas produk.	5. Harga tidak ditentukan oleh perusahaan.
		6. Media sosial yang tidak dimanfaatkan dalam promosi.	
Faktor-faktor Eksternal			
	Peluang (Opportunities = O)	Strategi S-O	Strategi W-O
	1. Ketersediaan pihak bank dalam memberikan pinjaman dana.	1. Peningkatan kualitas fasilitas sarang burung walet (S _{1,5} dan O _{1,2,3})	1. Pemanfaatan media sosial sebagai bahan promosi (W _{2,3} dan O _{3,5})
	2. Kerjasama yang baik dengan sesama pengusaha dan pemangku.	2. Kecanggihan teknologi (S _{3,4} dan O _{3,4,5})	2. Melaksanakan pelatihan penyusunan keuangan (W _{4,5} dan O _{1,2})

3. Teknologi yang semakin berkembang.	3. Menghasilkan Produk yang lebih bagus dengan melakukan pembudidayaan terhadap burung walet, sehingga harga jual lebih tinggi ($S_{2,3,5}$ dan $O_{1,4,5}$)	2. Peningkatan daya saing ($W_{3,5,6}$ dan $O_{3,4,5}$)
4. Melihat tingkat daya beli dari masyarakat	4. Menjaga hubungan baik antara peternak dan para eksportir (S_5 dan O_2)	4. Membentuk kelompok antara pengusaha ($W_{2,3,6}$ dan $O_{2,3}$)
Ancaman (Threats = T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Kenaikan tarif telfon, listrik dan BBM.	1. Membuat ciri khas pada produk ($S_{2,3,5}$ dan $T_{3,4}$)	1. Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi ($W_{2,3,6}$ dan $T_{3,4}$)
2. Kondisi cuaca dan musim yang tidak dapat diprediksi.	2. Membangun Rumah Sarang Burung Walet untuk menghindari perubahan cuaca yang tidak menentu (S_5 dan T_2)	2. Membuat link penjualan untuk promosi (W_3 dan T_3)
3. Promosi dari perusahaan sejenis yang lebih baik.	3. Menghemat penggunaan fasilitas jika tidak perlu digunakan (S_1 dan T_1)	3. Minim pengeluaran biaya yang tidak penting (W_1 dan T_1)
4. Kualitas produk dari perusahaan lain yang lebih baik.		

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pengambilan Keputusan

Dari rumusan matriks SWOT selanjutnya dilakukan analisis model kuantitatif perumusan strategi.

Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif

IFAS	EFAS	<i>Strength (S)</i> / Kekuatan	<i>Weakness (W)</i> / Kelemahan
<i>Opportunities (O)</i> (Peluang)		Strategi SO, menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang = 3.47	Strategi WO, meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang = 3.85
<i>Threats (T)</i> (Ancaman)		Strategi ST, menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman = 2.17	Strategi WT, meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman = 2.55

Sumber: Data primer diolah, 2023

strategi yang tepat adalah dengan menggunakan strategi WO yang mempunyai nilai skor tertinggi yaitu 3.85. Strategi ini diambil atas dasar hasil dari analisis matriks SWOT dengan memaksimalkan peluang dan meminimalkan kelemahan.

alternatif utama strategi

Pemanfaatan media sosial sebagai bahan promosi Strategi ini ditujukan untuk pengusaha sarang burung walet agar kedepannya usaha sarang burung walet ini dapat dikenal luas oleh khalayak umum sehingga dapat meningkatkan penjualan dan dapat dijual dengan harga yang sedikit lebih tinggi jika peminatannya juga tinggi.

Melaksanakan pelatihan penyusunan keuangan Strategi ini ditujukan untuk pengusaha sarang burung walet agar kedepannya dapat meningkatkan kemampuan dalam teknik penyusunan keuangan. agar kedepannya tenaga kerja UD. Ikhtiar dapat mengelola keuangannya dengan baik dan tidak dilakukan lagi secara manual mengingat zaman sekarang sudah banyak software untuk menyusun laporan keuangan seperti excel.

Peningkatan daya saing Peningkatan daya saing dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi diperlukan oleh pelaku usaha bisnis burung walet untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku usaha burung walet dapat memanfaatkan teknologi seluas-luasnya untuk mengembangkan usahanya sehingga usaha tersebut bisa lebih maju.

Membentuk kelompok antar pengusaha Membentuk suatu kelompok antara pengusaha bisnis burung walet dapat mempermudah atau memperlancar pemasaran dan mendapatkan informasi-informasi baru yang berkaitan dengan usaha bisnis burung walet ini.

Strategi Pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion)

Produk (product) Produk sarang walet di Desa Rensing ini merupakan suatu keunggulan tersendiri dimasyarakat sekitar. Karena memiliki stok produk yang memadai sehingga hal ini bisa menjadi lapangan pekerjaan para warga sekitar.

Harga (price) Dalam permasalahan harga, karyawan mendapatkan gaji yang lumayan tinggi dikarenakan menyesuaikan harga sarang walet yang juga tinggi tetapi itu semua juga tergantung dari bagaimana kemampuan dalam membersihkan sarangburung walet.

Tempat (place) Tempat atau lokasi yang digunakan dalam pengembangan usaha ini yaitu rumahpemilik itu sendiri.

Promosi (promotion)promosi yaitu salah satu faktor penting dalam mengembangkan usaha sarang burung walet ini dikarenakan jika tidak dilakukannya promosi maka kegiatan usaha ini tidak akan berjalan dengan baik dan tidak menghasilkan suatu keuntungan di dalam kegiatan ini.

SIMPULAN

1. Faktor lingkungan internal dalam usaha burung walet yaitu kekuatan (Fasilitas yang berkualitas, ketersediaan keuangan, tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman, lokasi yang strategis dan mengutamakan kualitas produk). Kelemahan (biaya yang dikeluarkan cukup tinggi, kondisi sistem perusahaan kurang memadai, akses pemasaran terbatas, penyusunan pembukuan masih manual, harga tidak ditentukan oleh perusahaan, media sosial tidak dimanfaatkan dalam promosi) Sedangkan faktor lingkungan eksternal dalam usaha burung walet yaitu peluang (kesediaan pihak bank memberikan pinjaman, kerja sama yang baik dengan pemangku dan sesama pengusaha, teknologi yang semakin berkembang, peningkatan daya beli dan permintaan konsumen meningkat). Ancaman (kenaikan tarif listrik, telpon dan BBM, cuaca dan musim tidak menentu, kualitas produk pengusaha lain lebih baik dan promosi perusahaan sejenis lebih baik).
2. Dalam strategi pengembangan usaha burung walet di UD Ikhtiar Desa Rensing Kabupaten Lombok Timur, yang dapat dilakukan adalah menggunakan strategi WO (Weakness-opportunity/kelemahan-peluang) yaitu: (1) Pemanfaatan media sosial sebagai bahan promosi, (2) Melaksanakan pelatihan penyusunan keuangan, (3) Peningkatan daya saing, (4) Membentuk kelompok antar pengusaha burung walet.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswar. 2012. *Faktor internal dan eksternal terhadap kualitas sarang burung walet di wilayah berba*. Di unduh di <https://aswarr.wordpress.com/2012/07/02faktor-internal-dan-eksternal-terhadap-kualitas-sarang-burung-walet-di-wilayah-berbas/> (di akses sabtu, 08 oktober 2022)
- David, r, 2016. *Manajemen strategi (suatu pendekatan keunggulan bersaing)*, edisi 15. Jakarta: salemba empat.
- Doni juni priansa, 2017. *Prilaku konsumen (dalam persaingan bisnis kontemporer)*, bandung: alfabeta.
- H. Fakhri zamzam dan havis aravik, 2020. *Etika bisnis islam*, yogyakarta : budiman utama
- Hendarsih, i. (2022). Analisis swot matriks ife dan efe untuk menentukan strategi pengembangan pasar pada jasa cv zigzag laserwork semarang. *Jurnal ekonomi pembangunan stie muhammadiyah palopo*, 8(2), 278. <https://doi.org/10.35906/jep.v8i2.1263>
- Hakim, annisa. 2011. *Karakteristik lingkungan rumah dan produksi sarang burung walet (collocalia fuciphaga) di kecamatan haurgeulis, kabupaten indramayu, jawa barat*. Jurnal peternakan in stitut pertanian bogor.
- Kotler, philip dan gray amstrong, 2012. *prinsip-prinsip pemasaran* edisi 13. jilid 1. Erlangga: jakarta.

Kurniati, dewi. Eva dolorosa. 2012. *Analisis faktor internal dan eksternal usaha agribisnis sarang burung walet di kota pontianak..* Jurnal agribisnis universitas tanjungpura.