

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Teori Birokrasi**

Birokrasi adalah fenomena kehidupan sejak abad 19 dan telah menjadi faktor penting dalam sejarah umat manusia. Sejak sebelum lahir sampai meninggal, seorang manusia yang hidup di dunia modern akan senantiasa berurusan dengan institusi pemerintah yang biasa dikenal dengan nama birokrasi. Dalam kehidupan di era modern ini birokrasi menduduki posisi yang sangat penting sekaligus menjadi institusi yang paling dibutuhkan (*the most important dominant institution*) dalam masyarakat. Hampir dapat dikatakan bahwa tidak mungkin proses kehidupan masyarakat modern berlangsung tanpa adanya intervensi peran birokrasi, semua bidang kehidupan pasti ada campur tangan dalam ranah garis kekuasaan dan pengaruh birokrasi. Model birokrasi modern seperti sekarang ini utamanya terbentuk dan dipraktikkan pada beberapa negara sejak terjadinya revolusi industri di Eropa pada abad pertengahan.<sup>10</sup>

Para ahli memiliki berbagai macam pengertian dan definisi terkait birokrasi, mulai dari yang sederhana sampai dengan yang paling kompleks. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan

---

<sup>10</sup> Muhammad, *BIROKRASI (Kajian Konsep, Teori Menuju Good Governance)*, (Lhokseumawe: Unimal Press, 2018), Hal. 6

bahwa birokrasi adalah: *pertama*, sistem pemerintahan yang dijalankan oleh pegawai pemerintahan karena telah berpegang pada hierarki dan jenjang jabatan; *kedua*, cara bekerja atau susunan pekerjaan yang serba lamban, serta menurut tata aturan (adat sebagainya) yang banyak lika-likunya dan sebagainya.<sup>11</sup>

Selanjutnya pengertian birokrasi menurut Max Weber yang dikenal sebagai Bapak Birokrasi Dunia dalam kerangka pemikirannya dapat diemukan ide-idenya mengenai kekuasaan, dominasi dan kewenangan. Dalam pandangan Weber, kekuasaan adalah probabilitas bahwa seorang pelaku dalam hubungan sosial akan berada pada posisi dimana ia bisa menjalankan kegiatan sekalipun ada hambatan. Menurut Weber, kewenangan dikatakan ada ketika kepatuhan itu diberikan atas dasar keyakinan terhadap legitimitasi atau keabsahan dari perintah itu.<sup>12</sup>

Selanjutnya pengertian birokrasi menurut Davis Osborne dan Ted Gaebler dalam bukunya "*Memwirausahakan Birokrasi: Mentransformasi Semangat Wirausaha Ke Dalam Sektor Publik*" membuat skema baru dalam mentransformasi tatanan birokrasi yang ada melalui wirausaha birokrasi. Menurut David Osborne persoalan utama yang dihadapi oleh pemerintah dewasa ini bukan terletak pada apa yang dikerjakan, tetapi terletak pada bagaimana cara mengerjakannya. Hal ini semakin membenarkan, bahwa cara yang

---

<sup>11</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi pertama. Jakarta: Balai Pustaka. 1989. Jakarta. Hal 120.

<sup>12</sup> Weber M., *The Teory of Sosial and Economic Organization*. New York. New York: The Free Pers, 1947), Hal 152.

digunakan dalam mengerjakan sistem birokrasi telah mengalami penyimpangan yang cukup jauh dan tertinggal dari cita-cita birokrasi itu sendiri.<sup>13</sup>

Konsep birokrasi wirausaha merupakan upaya mentransformasi semangat usaha atau bisnis dalam sektor publik.<sup>14</sup> Teori yang dikemukakan oleh Davis Osborne dan Ted Gaebler mencoba merubah paradigma sebuah birokrat, bagaimana seorang birokrat diajarkan untuk efektif, efisien, dalam menggunakan jabatannya dan memaksimalkan pelayanan ke publik.

Model birokrasi yang dirancang oleh David Osborne dan Ted Gabler mengenai sistem birokrasi dalam bukunya yang membahas tentang sistem birokrasi yang ada selama ini masih mengajarkan tentang sistem hutang budi (*Politisasi Birokrasi*) yang berujung pada inefisiensi produktivitas serta kecenderungan operasional. Model David Osborne dan Ted Gabler mengajak kalangan pemerintah untuk menumbuhkan semangat wirausaha dalam sektor publik untuk meningkatkan efektifitas peran birokrasi tersebut.

---

<sup>13</sup>YD Sanrego Nz dan Reza M, ” Analisa Perbandingan Model Birokrasi Indonesia: Model Modern David Osborne, Ted Gabler dan Pendekatan Konsep Islam Perspektif Umer Chapra”, *Jurnal Al-Muzara’ah*, Vol. I, No. I, 2013. <http://doi.org/10.29244/jam.1.1.19-38> Hal. 23

<sup>14</sup>David Osborne Dan Ted Gaebler, *Mewirausahakan Birokrasi: Mentransformasi Semangat Wirausaha Ke Dalam Sektor Publik*, Terj. Abdul Rosyid (Jakarta: Pustaka Binaan Pressindo, 1999), Hal. 18

## 1. Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDES)

Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dibangun atas prakarsa atau inisiasi masyarakat desa serta berdasarkan pada prinsip kooperatif, partisipasi, dan emansipasi dengan mekanisme *member-base* dan *self-help*. Badan ini diharapkan dapat menjadi wadah kegiatan ekonomi yang terdapat di desa. karena itu, pengelolaannya harus dilakukan secara profesional, kooperatif mandiri dan berkelanjutan.

Badan Usaha Milik desa (BUMDES) adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan masyarakat. Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) merupakan bentuk kelembagaan desa yang memiliki kegiatan menjalankan usaha ekonomi atau bisnis untuk memperoleh manfaat yang berguna bagi kesejahteraan masyarakat desa. Pendirian Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) hendaknya dipahami sebagai peluang baru bagi desa untuk mengembangkan perekonomian desa melalui pendayagunaan potensi desa untuk memenuhi kebutuhan warga desa. Dengan kata lain, unit usaha yang akan dijalankan hendaknya bertumpu pada potensi dan kebutuhan desa. Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES)

nantinya harus berdasarkan prinsip kemandirian desa dan semangat kekeluargaan serta gotong royong.<sup>15</sup>

Adanya Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dimaksudkan untuk mengurangi peran para tengkulak yang seringkali menyebabkan meningkatnya biaya transaksi antara harga produk dari produsen kepada konsumen akhir. Melalui lembaga ini diharapkan setiap produsen pedesaan dapat menikmati selisih harga jual produk dengan biaya produksi yang layak dan konsumen tidak harus menanggung harga pembelian yang mahal. Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dapat menjadi distributor utama untuk memenuhi kebutuhan sembilan bahan pokok. Selain itu Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) berfungsi untuk menumbuh-suburkan kegiatan pelaku ekonomi di pedesaan.

Dengan demikian, Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) merupakan pilar kegiatan ekonomis di desa yang berfungsi sebagai lembaga sosial dan sekaligus komersial. Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) sebagai lembaga sosial berpihak pada kepentingan masyarakat melalui kontribusinya dalam penyediaan pelayanan sosial. Sedang sebagai lembaga komersial berujung mencari keuntungan dari berbagai usaha yang dijalankan. Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) sebagai lembaga perekonomian hendaknya

---

<sup>15</sup> Hastowiyono, Suharyanto, *Seri Buku Pintar BUM Desa: Penyusunan Kelayakan Usaha dan Perencanaan Usaha BUM Desa I*, (Yogyakarta: Forum Pengembangan Pembaharuan Desa (FPPD), 2014) Hal. 11

diselenggarakan dan dikelola secara profesional, inovatif-kreatif, rasional dan mandiri.

Ditinjau dari dimensi *innovation* peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dapat dikatakan optimal untuk mensejahterakan masyarakat dan usaha ekonomi kreatif dilihat dari tiga indikator yaitu memberikan kesempatan masyarakat untuk berkreasi mengembangkan produk, aktif memanfaatkan peluang dan potensi desa dan mengembangkannya untuk kesejahteraan desa, dan memanfaatkan perkembangan teknologi.<sup>16</sup>

## **B. Teori Ekonomi Kreatif**

Manusia lahir dengan segala kebutuhannya. Dan semakin maju tingkat peradaban, maka semakin banyak dan bervariasi kebutuhan manusia. Di sisi lain, alat untuk pemenuhan kebutuhan manusia sangatlah terbatas. Ketidakseimbangan antara kebutuhan yang selalu meningkat dengan alat pemenuh kebutuhan yang terbatas menyebabkan diperlukannya sebuah ilmu yang disebut dengan ilmu ekonomi. Ekonomi merupakan ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang sangat erat kaitannya dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa.

Beberapa persoalan pokok yang diharapkan mampu dipecahkan melalui ilmu ekonomi. Persoalan-persoalana tersebut antara lain:

---

<sup>16</sup> Komang Sahita Utami, dkk., "Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES....., *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol. 11 No. 2, 2019, <http://dx.doi.org/10.238887/jjpe.v11i2.21545> Hal. 505

bagaimana mengkombinasi sumber daya yang dimiliki agar dapat menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan, apa dan berapa banyak tiap barang dan jasa yang perlu dihasilkan, dan bagaimana pula nantinya pendistribusian tiap barang dan jasa kepada masyarakat yang membutuhkan.<sup>17</sup> Oleh karena itu setiap kegiatan yang dilakukan oleh manusia sehari-hari pasti berhubungan dengan ekonomi. Baik dalam pemenuhan kebutuhan, kesejahteraan, pendapatan, standar hidup semua tidak lepas dari kegiatan ekonomi.

Ilmu ekonomi yang dikembangkan oleh para pakar ekonomi sudah semakin maju dan canggih. Dalam dewasa ini pengembangan ilmu ekonomi sudah sangat bervariasi, tentunya pembaruan-pembaruan ilmu tersebut diiringi dengan kebutuhan yang semakin meningkat sekaligus fenomena baru yang terjadi saat ini. Cabang ilmu ekonomi sudah berkembang cukup pesat.

Dan memang sudah seharusnya perkembangan ekonomi dimulai dari aktivitas kegiatan ekonomi yang paling dasar. Kegiatan ekonomi merupakan segala usaha yang dilakukan oleh manusia dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Suyanto, Nurhadi, 2007: 33). Masyarakat lokal harus mampu beradaptasi dengan perkembangan agar semua kebutuhan yang diperlukan terpenuhi. Inovasi dan kreatifitas masyarakat kini diperlukan untuk pengembangan dan pemenuhan kegiatan ekonomi. Tidak asing lagi banyak persaingan produk-produk

---

<sup>17</sup> Deliarnov, *Perkembangan pemikiran Ekonomi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2015), Hal. 2

dari berbagai bidang usaha yang diciptakan oleh masyarakat. Dengan begitu secara tidak langsung juga akan berpengaruh pada ekonomi daerahnya.

Permasalahan utama dalam pembangunan daerah terletak pada prioritas daerah terhadap kebijakan-kebijakan pembangunan berbasis *endogenous development* atau didasarkan pada kekhasan/karakteristik daerah yang bersangkutan dengan menggunakan potensi sumber daya manusia dan alam, potensi lokal, dan kelembagaan. Oleh karena itu, pemerintah daerah harus dapat melakukan program pengembangan ekonomi yang inovatif untuk menjawab tantangan kemandirian ekonomi tersebut. Dengan begitu, diharapkan mampu meningkatkan semangat dan juga kreatifitas masyarakat dengan dukungan yang diberikan oleh pemerintah, sehingga tujuan akan dicapai bersama.

Klaster merupakan kegiatan ekonomi lokal yang sudah ada tetapi belum dikelola dengan baik maupun kegiatan ekonomi yang potensial namun belum digali secara optimal. Klaster diharapkan mampu menjadi kegiatan ekonomi yang unggul secara kualitas, efisien di dalam produksi sehingga biaya produksi rendah, dan unggul dalam menguasai pasar sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing di pasar regional, nasional atau bahkan global. Selain itu yang utama adalah mampu menyediakan kesempatan kerja luas yang berimplikasi pada



peningkatan pendapatan masyarakat lokal serta mampu berperan di dalam proses peningkatan pendapatan wilayah.<sup>18</sup>

Ton Gunadi menyebutkan bahwa sistem perekonomian merupakan sistem sosial atau kemasyarakatan dilihat dalam rangka usaha keseluruhan sosial untuk mencapai kemakmuran (Nurseto, dkk, 2011:32). Perekonomian rakyat adalah perekonomian nasional yang berakar pada potensi dan kekutan masyarakat secara luas untuk menjalankan roda perekonomian mereka sendiri. Sedangkan pemberdayaan ekonomi rakyat adalah merupakan usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang besar.<sup>19</sup>

Pemahaman tentang ekonomi rakyat dapat dipandang dari dua pendekatan yaitu: pertama, pendekatan kegiatan ekonomi dari perilaku ekonomi berskala kecil, yang disebut perekonomian rakyat. Berdasarkan pendekatan ini, pemberdayaan ekonomirakyat yang dimaksud adalah pemberdayaan pelaku ekonomi skala kecil. Kedua, pendekatan sistem ekonomi, yaitu demokrasi ekonomi atau sistem pembangunan yang demokratis, disebut dengan pembangunan partisipatif (*participatory development*). Ekonomi rakyat yang dimaksudkan untuk menerapkan prinsip-prinsip demokrasi dalam

---

<sup>18</sup> Candra Fajri Ananda, *Pembangunan Ekonomi Daerah: Dinamika dan Strategi Pembangunan*, (Malang: UB Pers, 2017), Hal. 29

<sup>19</sup> Rismawati, Skripsi: “*Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Perwitasari Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Minapolitan Desa Tambaksari Kecamatan Rowosari Kabupaten Kendal*”, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018), Hal. 52

pembangunan. Hal ini bermakna bahwa ekonomi rakyat adalah sistem ekonomi yang mengikutsertakan seluruh lapisan masyarakat dalam proses pembangunan dimana seluruh lapisan tersebut tanpa terkecuali sebagai penggerak pembangunan (A. Simarmata, 1998: 117).

Sedangkan menurut Mubyarto dalam Indra Ismawan (2001: 91) upaya mengembagkan ekonomi rakyat ada tiga sisi, yaitu: Pertama, menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Kedua, memperkuat potensi ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat. Upaya yang amat penting adalah peningkatan taraf pendidikan, peningkatan derajat kesehatan serta terbukanya kesempatan untuk memanfaatkan peluang ekonomi. Ketiga, melindungi rakyat dan mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta mencegah eksploitasi golongan ekonomi yang kuat atas yang lemah.

Perekonomian rakyat, tidak hanya fokus pada peningkatan produktifitas, melainkan juga memberikan kesempatan untuk usaha yang sama, dan memberikan modal sebagai stimulan. Tetapi, harus menjamin adanya kerjasama dan kemitraan yang erat. Adapun indikator perekonomian rakyat adalah sebagi berikut:

- 1) Memberikan peluang dan akses yang besar pada aset produksi atau modal
- 2) Memperkuat kemitraan usaha
- 3) Penguatan industri kecil

- 4) Mendorong munculnya wirausahawan baru
- 5) Adanya pemerataan

Disamping itu, berikut aspek-aspek dalam perekonomian rakyat, antara lain:

a) Aspek Pembinaan

Meliputi pembinaan sumber daya manusia, manajemen usaha, pasar dan informasi pasar, dan teknologi.

b) Aspek Pembiayaan

Pemberian fasilitas dalam bentuk modal atau pembiayaan lainnya dalam menjalankan aktivitas usaha. Aspek pembiayaan Usaha Kecil Mikro (UKM) selama ini lebih banyak dijalankan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) dalam bentuk *Community Development* (CD) sebagai tanggung jawab sosial untuk memajukan kehidupan Usaha Kecil Mikro (UKM).

c) Aspek Kemitraan

Untuk mendukung Usaha Kecil Mikro (UKM) yang mandiri dan tangguh perlu adanya kemitraan yang baik antara Usaha Kecil Mikro (UKM) dan usaha skala besar dalam bentuk kerjasama yang berprinsip saling memperkuat, saling menguntungkan, dan saling ketergantungan.

## 1. Pemasaran

### a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses menyusun komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang dan jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimuai dari pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*).<sup>20</sup>

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri nantinya yang menentukan harga barang atau jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, distribusi (pemasaran) dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Dalam kegiatan pemasaran aktivitas pertukaran merupakan hal yang sentral. Pertukaran merupakan kegiatan pemasaran dimana seseorang berusaha menawarkan sejumlah barang dan

---

<sup>20</sup> Rina Rahmawati, Peranan Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran), *Jurnal Kompetensi Teknik*, Vol. 2, No. 2, 2011, Hal 144

jasa dengan sejumlah nilai ke berbagai macam kelompok sosial untuk memenuhi kebutuhannya. Pemasaran sebagai kegiatan manusia diarahkan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Inti dari pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat adalah “memenuhi kebutuhan secara menguntungkan”.<sup>21</sup>

Paradigma pemasaran pun telah mengalami perubahan dari masa ke masa. Pada masa kemunculannya *The American Marketing Association* (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai aktifitas bisnis yang menjalankan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Kemudian berkembang seiring dengan meluasnya kajian pemasaran, pada tahun 1985, AMA merevisi definisi pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Kegiatan pemasaran tidak hanya terfokus pada bagaimana cara menjual barang dan jasa, namun juga memuaskan proses perencanaan dan penetapan konsep, harga, promosi, dan ide. Pada tahun 2007, AMA mengeluarkan definisi terbaru terkait pemasaran, yaitu kegiatan mengatur lembaga, dan proses untuk

---

<sup>21</sup> Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas*, Terj. Bob Sahrun (Jakarta: Erlangga, 2008), Hal. 5

menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan menawarkan barang dan jasa yang memiliki nilai bagi pelanggan, mitra, dan masyarakat pada umumnya.<sup>22</sup>

Dari berbagai pengertian pemasaran di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah sejumlah proses sosial ekonomi yang bertumpu pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran sehingga memberikan kepuasan individu atau kelompok yang maksimal. Pemasaran ini berdasarkan pada konsep inti yaitu kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk, nilai, biaya dan kepuasan, transaksi dan pertukaran, hubungan dan jaringan, pasar serta pemasaran, dan prospek calon pembeli.

#### **b. Strategi Pemasaran**

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya terkait bagaimana tujuan dapat dicapai. Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa mengalami peningkatan) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para konsumen di masa depan.

---

<sup>22</sup> Halimatus Sahla, Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan* Vol. 5 No. 2, 2019, <http://doi.org/10.36294/pionir.v2i4> Hal. 58

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjelaskan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk di sasaran pasar tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap suatu produk, diantaranya dalam hal penentuan harga, modifikasi model iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi dan lain sebagainya.<sup>23</sup>

Menurut Dedi Mulyadi yang dikutip dari jurnal manajemen mengemukakan bahwa, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dengan rencana, pelaksanaan dan evaluasi yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran dalam suatu perusahaan.<sup>24</sup>

Suatu perusahaan dalam mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman internal (kekuatan dan kelemahan) maupun ancaman eksternal (ancaman dan peluang). Tujuan utama pelaksanaan strategi adalah agar perusahaan dapat melibatkan secara objektif kondisi-kondisi apapun. Jadi perencanaan

---

<sup>23</sup> Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 29 No. 1, 2015, <http://dx.doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029> Hal. 61

<sup>24</sup> Dedi Mulya, dkk., Analisis Strategi Pemasaran Jasa Lembaga Non Bank pada PT Oto Multiarta Karawang, *Jurnal Manajemen*, Vol. 09 No. 2, 2012, Hal. 591

strategi pemasaran penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan sumberdaya pemasaran.

Keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang dalam perusahaan disebut dengan analisis SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pasar internal dan eksternal. Suatu unit usaha harus mampu mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan mikro yang signifikan, yang dapat mempengaruhi kemampuannya dalam hal menghasilkan laba. Unit usaha juga harus menetapkan sistem intelejen pemasaran untuk menelusuri tren dan perkembangan penting serta semua peluang dan ancaman yang berkaitan. Kemampuan menentukan peluang yang menarik dan kemampuan memanfaatkan peluang tersebut adalah dua hal yang berbeda. Disamping itu setiap usaha harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya.<sup>25</sup>

Strategi pemasaran mempunyai peran yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan pada umumnya dan bidang pemasaran pada khususnya. Disamping itu strategi yang ditetapkan harus ditinjau kembali sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan yang selalu berubah.

---

<sup>25</sup> Philip Kotler, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran.....*, Hal. 51-55



Dengan demikian strategi pemasaran dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah apa yang akan dilakukan perusahaan.

### c. Tujuan Pemasaran

Dari berbagai macam usaha dan juga strategi pemasaran untuk mengenalkan akan suatu produk barang atau jasa kepada masyarakat umumnya dan kepada para pelanggan khususnya, berikut tujuan dari adanya pemasaran:

#### 1) Memahami pasar dan konsumen

Tujuan utama yang perlu dicapai dalam pemasaran adalah memiliki pemahaman yang dalam mengenai pasar dan konsumen yang akan menjadi target potensial. Memahami peta persaingan, memahami kebutuhan, selera dan keinginan pasar, tren-tren yang muncul serta memahami kondisi pasar termasuk daya beli di dalamnya, keterbatasan dan ketertarikan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.<sup>26</sup>

#### 2) Membentuk produk yang sesuai dengan pasar

Penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

Seolah-olah produk memang diciptakan untuk konsumen itu

---

<sup>26</sup> Sofian Assuari, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2002), Hal. 181-182

sendiri. Tentu saja ini adalah hasil dari kesinambungan dari tujuan pemasaran pertama yakni memahami pasar. Dari memahami pasar inilah kemudian pemasaran perlu membantu perusahaan dan bagian perancangan produk serta bagian produksi untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan hasil riset pasar yang diperoleh.

### 3) Membentuk popularitas positif untuk produk

Tujuan utama dari promosi adalah mendorong produk untuk dikenal dan populer di pasar. Apabila produk sudah dikenal, maka akan dengan sendirinya mendorong pasar tergerak untuk melakukan pembelian. Cara mendongkrak popularitas dapat dengan berbagai cara, meskipun cara terklasi dengan memasang iklan, tetapi metode pembuatan konten, pengadaan event khusus yang dapat mendekatkan produk dengan pasar menjadi bidikan utama yang menjadi pilihan.

### 4) Mencapai citra yang ingin dibentuk

Pencitraan adalah juga merupakan salah satu tujuan dari pemasaran yang sangat penting dilakukan. Produk perawatan wajah harus mencitrakan kecantikan, produk susu harus mencitrakan kesehatan tumbuh kembang, produk elektronik harus mencitrakan kesan teknologi canggih dan tahan lama. Pencitraan dapat dibentuk dengan menggunakan tokoh idola sebagai *brand image*, dapat pula dengan

mengadakan propaganda melalui event, iklan dan konten. Terkadang pencitraan juga dapat dimaksimalkan dengan pelayanan pasca penjualan yang optimal.

#### 5) Penjualan produk

Tidak dapat dipungkiri bahwa penjualan adalah target utama dari tujuan pemasaran. Setiap bagian dari pasukan pemasaran bergerak bersama demi dapat meningkatkan penjualan dalam suatu perusahaan. Jadi sangat jelas penjualan merupakan suatu tujuan utama dalam proses pemasaran. Biasanya perusahaan akan menentukan target, dan target-target ini yang kemudian menjadi satu rujukan dalam pencapaian bagian pemasaran.

#### 6) Kepuasan konsumen

Tujuan pemasaran yang terakhir adalah kepuasan konsumen. Penjualan yang terjadi akan menjadi keuntungan sesaat apabila tidak adanya kepuasan dari konsumen. Artinya untuk setiap penjualan yang terjadi, diharapkan ada *feedback* yang dapat menjadi nilai lebih dari penjualan. Baik itu testimoni yang dapat berimbas mendorong penjualan lain dari konsumen berbeda atau setidaknya pembelian kembali dari konsumen yang sama. Pencapaian tertinggi dari pemasaran adalah ketika konsumen sepenuhnya merasa puas, menjadi setia terhadap produk dan

konsumen memilih untuk tidak berpindah ke produk lain. Bahkan ketika konsumen mengalami suatu masalah terkait produk yang dibeli, konsumen tidak berhenti menggunakan produk tetapi diberi ruang untuk memberikan kritik dan saran membangun untuk perusahaan agar lebih baik lagi.

## 2. Pembiayaan

Pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain pembiayaan merupakan pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.<sup>27</sup>

Pembiayaan yaitu penyediaan uang atau tagihan antra pihak bank dan pihak lain dengan persetujuan bahwa pihak yang dibiayai akan mengembalikan pinjaman atau tagihan tersebut dalam jangka waktu yang sudah ditentukan dengan imbalan atau bagi hasil. Dengan adanya pembiayaan ini diharapkan pelaku usaha (pihak yang dibiayai) dapat mengembangkan usahanya secara berkala dan terus mengalami peningkatan produktifitasnya.<sup>28</sup>

Pembiayaan merupakan suatu alternatif yang baik dalam hal mengatasi keterbatasan modal yang dihadapi oleh sebagian besar pelaku UMKM. Pemberian pinjaman modal bagi unit usaha

---

<sup>27</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Banking*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), hal. 681

<sup>28</sup> Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014) , hal. 85

ini juga sangat berpengaruh baik dengan mendorong kelancaran arus barang atau jasa sebagai sektor riil dan meningkatkan produktivitas dalam masyarakat dengan syarat penyaluran pembiayaan tersebut benar-benar dimanfaatkan untuk kegiatan produktif dan berguna. Peningkatan nilai guna suatu barang atau jasa tidak lepas dari peran UMKM sebagai bagian dari sektor riil.

Dampak penting dari akses pembiayaan khususnya daerah pedesaan yakni dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penggunaan teknologi baru yang menambah tingginya produktivitas, pendapatan meningkat, konsumsi dan kalori serta *human capital* dengan menyediakan pendidikan yang lebih baik. Secara umum, pemberian pembiayaan kepada masyarakat khususnya golongan lemah yang identik dengan rakyat desa memberikan manfaat yang meluas dalam perbaikan kehidupan masyarakat, tidak hanya dalam dunia usaha tetapi juga dalam hal lainnya yang menyangkut kesejahteraan dan kualitas hidup.<sup>29</sup>

### 3. Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa istilah pelayanan merupakan setiap usaha untuk melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani adalah membantu mengurus apa yang dibutuhkan seseorang. Pelayanan adalah setiap

---

<sup>29</sup> Hadi Ismanto dan Tohir Diman, Analisis Efektivitas Pemberian Pinjaman Program Pembiayaan UMKM oleh Koperasi, *Jurnal Economia*, Vol. 10, No. 2, 2014, <http://doi.org/10.21831/economia.v10i2.7541> Hal. 152-153

setiap kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>30</sup> Pelayanan sangat erat kaitannya dengan masyarakat umum yakni untuk membantu memenuhi kebutuhan.

Dari definisi diatas menyatakan definisi pelayanan sebagai berikut:

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan pada kenyataannya meliputi tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
3. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Karakteristik tersebut dapat menjadi dasar dalam melakukan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik dari suatu pemberi jasa akan membuktikan kualitas mutu yang baik terhadap tempat tersebut. salah satu cara dalam menghadapi persaingan dalam pelayanan yang diberikan yakni dengan memberikan jasa pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan yang dapat memberikan kepuasan. Kepuasan memberikan pengaruh terhadap keberlanjutan pelanggan untuk datang kembali.

---

<sup>30</sup> Indra Kanedi, Feri Hari Utami, Leni Natalia Zulita, Sistem Pelayanan untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung pada Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Kota Bengkulu, *Jurnal Pseudocode*, Vol. 4, No. 1, 2017, <http://doi.org/10.33369/pseudocode.4.1.37-46> Hal 38

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan.

#### **4. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada UU No 20 Tahun 2008 pasal 1 ayat 1, maka yang dimaksud yakni; usaha mikro adalah suatu usaha produktif milik orang perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro memiliki aset maksimal Rp 50 juta dan omsetnya maksimal Rp 300 juta per tahun. Kemudian pasal 1 ayat 2 menerangkan bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan mempunyai anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki aset diatas Rp 50

juta sampai Rp 500 juta dan omsetnya mencapai Rp 300 juta sampai Rp 2,5 miliar pertahun. Selanjutnya pada pasal 1 ayat 3 menjelaskan bahwa usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memiliki jumlah aset di atas Rp 500 juta sampai Rp 10 miliar dan omsetnya di atas Rp 2,5 miliar sampai Rp 50 juta per tahun.<sup>31</sup>

Berdasarkan definisi di atas maka pada intinya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria, dimana dalam menjalankan kegiatan usahanya mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomis serta luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian, khususnya bagi negara-negara berkembang. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga

---

<sup>31</sup> Devi Anggraeni, Erna Herlinawati, Analisis Model Pembiayaan UMKM Melalui Peran Lembaga Keuangan Mikro, *Jurnal IMAGE*, Vol. 8, No. 1, 2019, <http://doi.org/10.17509/image.v8i1.23117> Hal. 22



merupakan salah satu sektor usaha yang mampu bertahan melalui krisis ekonomu. Selain itu, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam bidang sosial, mampu mereduksi ketimpangan pendapatan, tidak hanya menyediakan produk barang atau jasa untuk konsumen dengan daya beli rendah, namun Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) juga mampu menyediakan produk barang atau jasa untuk konsumen dengan daya beli tinggi seperti perkantoran. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga diyakini memiliki rantai pemasaran yang mampu menyokong keberlangsungan usaha besar dan menengah.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tepat agar para pelaku ekonomi memiliki daya saing yang tinggi maka, diarahkan pada ketahanan pelaku ekonomi dalam menghadapi daya saing dan peningkatan produktifitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi. Pengembangan Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan juga masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh

para pelaku usaha, diperlukan adanya uaya untuk mendorong peningkatan seperti; penciptaan iklim usaha, bantuan permodalan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan, pelatihan, mengembangkan promosi dan mengembangkan kerjasama.<sup>32</sup>

## 5. Usaha Kripik Singkong

Indonesia merupakan negara agraris dimana sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi negara dengan agroindustri atau industri berbasis pertanian yang menjadi salah satu penggerak pembangunan ekonomi. Agroindustri adalah kegiatan industri yang memanfaatkan hasil komoditi pertanian sebagai bahan baku yang dapat diolah menjadi produk yang mempunyai nilai tambah serta mempunyai manfaat lebih dari komoditi pertanian sebelumnya.<sup>33</sup>

Industri pengelolaan hasil pertanian merupakan sektor yang tepat dalam pengembangan usaha dengan cara menumbuhkan pengelolaan bidang pertanian secara tepat guna menuju strategi pembangunan pertanian. Capaian yang harus dilakukan untuk strategi pembangunan pertanian melalui penambahan industri baru di sektor pertanian, menciptaka struktur ekonomi yang tangguh

---

<sup>32</sup> Nugroho Muh. Rudi, 2018, Penerapan Pola Sinergitas Antara BUMDES dan UMKM Dalam Menggerakkan Potensi Desa di Kecamatan Saptosari, *Sembadha*, 2018, Vol. 1, Edisi 1, Hal 31

<sup>33</sup> Ferdinandus K. O. Henakin, Werendrifus Taena, Analisis Nilai Tambah Singkong Sebagai Bahan Baku Produk Keripik di Kelompok Usaha Bersama Sehati Desa Batnes Kecamatan Musi, *Jurnal Agribisnis Lahan Kering* Vol. 3, No. 2, <http://doi.org/10.32938/ag.v3i2.246> Hal. 23

bagi petani serta dapat menciptakan nilai tambah dalam meningkatkan komoditas pertanian baik secara tradisional maupun modern.<sup>34</sup>

Sektor pertanian dan industri memiliki peranan yang penting dalam peningkatan roda ekonomi masyarakat. Usaha bidang industri pertanian dapat dilakukan secara tepat dengan cara penyediaan bahan baku dari hasil pengolahan pertanian, penyediaan kualitas bibit unggul dan peningkatan usaha industri rumah tangga mandiri. Perkembangan sebuah industri dapat dilakukan dengan cara terbukanya lapangan pekerjaan yang layak dan mampu memberikan keuntungan bagi industri untuk mengelola hasil pertanian dalam menunjang produktifitas pengolahan produk makanan.

Proses produk makanan dapat dikembangkan dalam sebuah usaha industri berupa pengolahan singkong menjadi keripik singkong yang mampu bertahan lama untuk dikembangkan sebagai usaha rumah tangga. Singkong merupakan tanaman yang memiliki banyak nilai produksi dan harga ekonomis bagi masyarakat. Selain itu singkong dapat dijadikan sebagai makanan cemilan pengganti makanan pokok dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat, dikarenakan singkong tergolong tanaman umbi-umbian yang

---

<sup>34</sup> Mariatul Kiptiah, Nuryati, M. Padel Yasir, Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Kripik Singkong di UD. Sukma Desa Sumber Makmur Kabupaten Tanah Laut, *Jurnal Teknologi Agro-Industri*, Vol. 7, No. 1, <http://doi.org/10.34128/jtai.v7i1.107> Hal. 13

tumbuh pada daerah tropik serta sebagai sumber kalori pangan yang murah.

Singkong atau ubi kayu merupakan salah satu tanaman pangan yang memiliki kelebihan dapat diandalkan pada masa paceklik sebagai sumber bahan makanan karena singkong merupakan tanaman yang tahan di lahan yang kekurangan air sehingga masih dapat diproduksi di daerah daerah pegunungan dengan lahan kering. Kelebihan yang kedua yakni cara penanam mudah sebab singkong tergolong mudah sehingga banyak petani tetap memilih menanam singkong. Tujuan dari pengelolaan singkong adalah untuk meningkatkan keawetan singkong sehingga layak untuk dikonsumsi dan memanfaatkan ubi kayu untuk memperoleh nilai jual tinggi di pasaran. Perkembangan usaha kripik singkong pada industri rumah tangga sangat berpengaruh positif dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan keluarga oleh ketersediaan bahan baku yang mencukupi.

### **C. Pemberdayaan Desa**

Secara umum pemberdayaan memiliki beberapa macam pengertian dari berbagai tokoh, diantaranya adalah sebagai berikut:

Menurut Eddy Papilaya yang dikutip oleh Zubaedi, pemberdayaan adalah upaya untuk membangun kemampuan masyarakat, dengan mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi

yang dimiliki dan berupaya untuk mengembangkan potensi menjadi tindakan nyata.<sup>35</sup> Sedangkan menurut Ginandjar Kartasasmitha menyatakan bahwa pemberdayaan merupakan suatu upaya untuk membangun daya itu, dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya.<sup>36</sup>

Dari beberapa pernyataan disimpulkan bahwa pemberdayaan merupakan upaya yang dilakukan oleh seseorang melalui berbagi kegiatan keterampilan, pengembangan pengetahuan, penguatan keterampilan atau potensi yang mendukung agar terciptanya kemandirian dan keberdayaan pada masyarakat baik itu dari segi ekonomi, sosial udaya, maupun pendidikan untuk membantu memecahkan berbagai masalah-masalah yang dihadapi.

Pemahaman pemberdayaan sangat berbeda menurut cara pandang orang maupun konteks kelembagaan, politik dan sosial budayanya. Ada yang memahami pemberdayaan sebagai proses mengembangkan, memandirikan, menswadayakan, memperkuat posisi tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan-kekuatan penekan di segala bidang dan sektor kehidupan.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Zubaedi, *Wacana Pembangun Alternatif: Ragam Prespektif Pembangunan dan Pemberdayaa Masyarakat*, (Jakarta: Ar Ruzz Media,2007), Hal. 42

<sup>36</sup>Ginandjar Kartasasmitha, *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, (Jakarta: PT Pusaka Cisendo,1996), Hal. 145

<sup>37</sup> Purbantara Arif dan Mujianto, *Modul KKN Tematik Desa Membangun Pemberdayaan Masyarakat Desa*, (NTT, Indonesia: Kementrian Desa, Pembangunan Desa Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia, 2019), Hal. 2

Dalam Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 tentang desa pasal 1 ayat (2), pemberdayaan masyarakat desa adalah upaya kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran serta memanfaatkan sumberdaya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat desa.<sup>38</sup>

Jadi, pemberdayaan desa dapat dipahami dengan beberapa sudut pandang, *Pertama*, memposisikan masyarakat desa bukan sebagai obyek penerima manfaat (*beneficiaries*) yang tergantung pada pemberian dari pihak luar seperti pemerintah, melainkan sebagai subyek (agen atau partisipan yang bertindak) yang berbuat secara mandiri mengembangkan potensi, kreasi, mengontrol lingkungan dan sumberdaya sendiri, menyelesaikan masalah secara mandiri. *Kedua*, titik pijak pemberdayaan desa adalah kekuasaan (*power*) sebagai jawaban atas ketidak berdayaan masyarakat. Ilmu sosial tradisional menekankan bahwa kekuasaan berkaitan dengan pengaruh dan kontrol.

*Ketiga*, pemberdayaan terbentang dari proses sampai visi ideal. Dari sisi proses, masyarakat sebagai subyek melakukan tindakan atau gerakan secara kolektif mengembangkan potensi dan kreasi, memperkuat posisi tawar, dan meraih kedaulatan. Dari sisi visi ideal,

---

<sup>38</sup> *Ibid*, Hal. 5

proses tersebut hendak mencapai suatu kondisi dimana masyarakat mempunyai kemampuan dan kemandirian *voice*, akses, dan kontrol terhadap lingkungan, komunitas, sumberdaya dan relasi sosial-politik dengan negara. *Keempat*, pemberdayaan terbentang dari level psikologis-personal (anggota masyarakat) sampai ke level struktural masyarakat secara kolektif. Sasaran pemberdayaan adalah masyarakat, yang di dalamnya mewadahi warga secara individual maupun komunitas secara kolektif.

Pemberdayaan adalah upaya membangkitkan kekuatan dan potensi masyarakat yang bertumpu pada komunitas lokal melalui pendekatan partisipatif dan belajar bersama. Dari segi strategi, pendekatan dan proses, pemberdayaan merupakan gerakan dan pendekatan berbasis masyarakat lokal maupun bertumpu pada kapasitas lokal, yang notabene dapat dimasukkan ke dalam kerangka pembaharuan menuju kemandirian masyarakat.

Dasar pemikiran pemberdayaan desa adalah memajukan kemampuan masyarakat desa untuk mengelola secara mandiri urusan komunitasnya. Dalam hal pemberdayaan masyarakat desa, UU Desa menempatkan kesepakatan bersama seluruh warga desa sebagai pedoman bagi Pemerintah Desa dalam mengelola kewenangannya untuk mengurus dan mengatur Desa.

Istilah pemberdayaan semakin populer dalam konteks pembangunan dan pengentasan masalah kemiskinan, konsep pemberdayaan ini

berkembang dari realitas individu atau masyarakat yang tidak berdaya atau pihak yang lemah (*powerless*).<sup>39</sup>

Menurut Edy Suharto, pemberdayaan merujuk pada kemampuan orang khususnya kelompok rentan atau lemah sehingga mereka memiliki kekuatan dan kemampuan dalam memberdayakan masyarakat desa, diantaranya:<sup>40</sup>

1. Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga memiliki kebebasan, dalam arti tidak hanya bebas dalam mengemukakan pendapat namun bebas dari kelaparan, kebodoan dan kemiskinan.
2. Menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatan dan memperoleh barang dan jasa yang diperlukan.
3. Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka.

Pemberdayaan menekankan bahwa orang memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain. Pemberdayaan ini memiliki tujuan dua arah yaitu melepas belenggu kemiskinan dan keterbelakangan dan memperkuat posisi lapisan masyarakat dalam struktur kekuasaan.

---

<sup>39</sup> Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana & Praktis.*, Hal. 24

<sup>40</sup> Halimatus Sakdiah, Skripsi: "*Peran Badan Usaha milik Desa (BUMDESA) Dalam Memberdayakan Ekonomi Masyarakat di Desa Liberia Kecamatan Teluk Mengkudu Kabupaten Serdang*", (Medan : Universitas Islam Sumatra Utara, 2018), Hal. 39



#### D. Penelitian Terdahulu

Dalam studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat penulis.

1. Penelitian Ulul Hidayah, Sri Mulatsih, Yeti Lis Purnamadewi (2020)<sup>41</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran unit usaha Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam potensi lokal desa yaitu kerajinan alas kaki dimana Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) masih harus membentuk unit usaha baru untuk menjadi solusi permasalahan yang sedang dihadapi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Persamaan dari penelitian terdahulu ini berisi tentang peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam perkembangan usaha yang membantu memfasilitasi dalam hal permodalan dan pemasaran meskipun belum sepenuhnya maksimal. Perbedaan penelitian terdahulu membahas perkembangan usaha alas kaki di Desa Pagelaran sedangkan dalam penelitian ini membahas terkait usaha kripik singkong di Desa Pucanglaban. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, kajian literatur dan juga dengan metode kuantitatif dalam proses memperoleh data.

---

<sup>41</sup> Ulul Hidayah, dkk, "Optimalisasi Unit Usaha BUMDES ....., *Jurnal Benefita* Vol. 5 No. 1, 2020, <http://doi.org/10.22216/jbe.v5i1.4274> Hal. 110

## 2. Penelitian Ni Luh Putu Sri Purnama Pradnyani (2019)<sup>42</sup>

Hasil pembahasan dari penelitian adalah peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam mensejahterakan masyarakat telah diwujudkan dengan adanya unit-unit usaha seperti simpan pinjam, jasa sampah, *money charger*, dan perdagangan. Selain itu Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) juga mampu membuka lapangan kerja baru dan mengurangi pengangguran sekaligus memberikan pembagian keuntungan untum menambah Pendapatan Asli Desa. Persamaan isi dari penelitian ini yaitu membahas terkait peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) di salah satu wilayah desa dan penelitian yang digunakan yaitu metode analisa kualitatif maka data yang dikumpulkan berupa studi kasus mudah diklarifikasi dalam jumlahnya yang sedikit. Perbedaannya yaitu pada salah satu variabel yang membahas terkait kendala dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat

## 3. Penelitian Muh. Rudi Nugroho (2018)<sup>43</sup>

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa kolaborari yang baik antara Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dengan penyediaan fasilitas dan permodalan untuk memenuhi kebutuhan

---

<sup>42</sup> Ni Luh Putu Sri Purnama Pradnyani, "Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Tibubeneng Kuta Utara", *Jurnal Riset Akuntansi* Vol. 9 No. 2, 2019, <http://doi.org/10.36733/juara.v9i2.602> Hal. 46

<sup>43</sup>Muh. Rudi, Nugroho 2018, Penerapan Pola Sinergitas ....., *Sembadha*, 2018, Vol. 1, Edisi 1, Hal 37

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam menjalankan usahanya mampu memberikan dampak positif bagi perekonomian desa. Persamaan penelitian ini yaitu berisi tentang peran Bumdes dalam menghadapi permasalahan pelaku usaha di Kecamatan Saptosari terkait permodalan, inovasi, pemasaran dan lain sebagainya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui wawancara, obeservasi dan kajian literatur sebelumnya dalam proses pengumpulan data. Perbedaanya penelitian terdahulu membahas terkait pola sinergitas antara Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDES) dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), sedangkan penelitian ini membahas terkait seberapa optimal kontribusi Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA) dalam perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

4. Komang Sahita Utami, Lulup Endah Palupi, Made Ary Meitriana (2019)<sup>44</sup>

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa BUMDES Bhuana Utama berperan dalam peningkatan kesejahteraan anggota yang ditinjau dari dimensi *social value*, *civil society*, *innovation*, dan *economic activity*. Persamaan isi dari penelitian terdahulu yaitu membahas terkait peranan Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA) dalam upaya meningkatkan kesejahteraan.

---

<sup>44</sup> Komang Sahita Utami, dkk., "Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES.....), *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol. 11 No. 2, 2019, <http://dx.doi.org/10.238887/jjpe.v11i2.21545> Hal. 507

Perebedaan pembahasan dari penelitian terdahulu yaitu salah satu variabel yang dibahas terkait kewirausahaan sosial, sedangkan penelitian ini salah variabelnya membahas perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

5. Fardan Iswandi (2019)<sup>45</sup>

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa peran BUMDES Harapan yang ada di Desa Bangun Jaya sangat penting tidak hanya untuk meningkatkan pertumbuhan desa, tetapi juga membantu meningkatkan perekonomian masyarakat dan juga mengurangi tingkat pengangguran masyarakat. Persamaan isi dari penelitiannya yaitu membahas terkait peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) yang menjadi salah satu lembaga mewakili pemerintah dalam rangka mendorong pertumbuhan perekonomian desa. penelitiannya menggunakan metode hukum empiris dan menggunakan pendekatan deskriptif. Perbedaan dari penelitian terdahulu yaitu penelitian ini membahas secara spesifik perkembangan suatu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa yang tidak lepas adanya peran dari Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA).

---

<sup>45</sup> Fardan Iswandi, Skripsi: *"Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Desa Bangun Jaya Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur"*, (Palopo: IAIN Palopo, 2019), Hal. 66

6. Miranda Dwi Fauzi (2019)<sup>46</sup>

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Lestari menjadi wadah kegiatan produktif bagi masyarakat dan menjadi tempat edukasi bagi generasi milineal. Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Lestari juga mampu menciptakan beberapa produk baru melalui kreatifitas yang dikembangkan dan terbukti mampu meningkatkan semangat masyarakat untuk lebih kreatif dan inovatif. Persamaan isi dari penelitian ini yaitu membahas terkait peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam mengembangkan usaha desa. Apa saja dampak yang dapat dirasakan pelaku usaha setelah menerima kontribusi peran dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam perkembangan usahanya. Metode penelitiannya menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan dari penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu membahas peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam mengembangkan usaha dan ekonomi melalui pemberdayaan masyarakat, sedangkan penelitian ini membahas seberapa besar pengaruh dari peran Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA) yang diberikan dalam perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada. Pengaruhnya dapat dilihat dalam perkembangan usaha dari tahun ke tahun, apakah mengalami peningkatan atau sebaliknya

---

<sup>46</sup>Miranda Dwi Fauzi, Skripsi: "*Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Dalam Mengembangkan Usaha dan Ekonomi Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Karangsono Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar*", (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019), Hal. 122

mengalami penurunan.

7. Sidik Agung Nugroho ( 2020)<sup>47</sup>

Hasil pembahasan penelitian menunjukkan bahwa peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Kamulyan dalam mensejahterakan masyarakat telah diwujudkan dengan adanya unit-unit yang dikelola seperti unit simpan pinjam, unit penyewaan dan sektor rill. Persamaan isi dari penelitian ini yaitu membahas terkait peranan dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). Metode penelitiannya menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu membahas terkait kendala dan cara mengatasi kendala Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) yang dihadapi dalam mensejahterakan masyarakat. Sedangkan penelitian ini pembahasannya terkait peran Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA) dalam meningkatkan potensi usaha desa.

8. Rismawati (2018)<sup>48</sup>

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa peranan BUMDES Perwitasari dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sudah

---

<sup>47</sup> Sidik Agung Nugroho, Skripsi: *“Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Bagi Kesejahteraan Masyarakat Desa Menurut Perspektif Islam (Studi Kasus di BUMDES Kamulyan Durenan Trenggalek)”*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2020), Hal. 136

<sup>48</sup> Rismawati, Skripsi: *“Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Perwitasari Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Minapolitan Desa Tambaksari Kecamatan Rowosari Kabupaten Kendal”*, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018), Hal. 159

berjalan baik, dilihat dari berjalannya program-program utamanya yang dengan berperan aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan masyarakat, memperkuat perekonomian masyarakat sebagai dasar kekuatan perekonomian nasional dan berusaha mewujudkan perekonomian masyarakat desa. Persamaan isi dalam penelitian ini yaitu dari segi pembahasannya sama membahas terkait peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). Perbedaan dari penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu membahas terkait upaya meningkatkan perekonomian masyarakat, sedangkan dalam penelitian ini menjelaskan terkait upaya peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) secara lebih spesifik.

Pembaharuan dari penelitian ini yaitu pengamatan dilakukan pada Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA) yang memiliki kerja sama antar desa dalam satu wilayah kecamatan. Penelitian ini fokus pembahasannya pada seberapa optimal peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dapat diterima dalam perkembangan usaha di wilayah pedesaan dimana masih banyak potensi yang belum diberdayakan secara maksimal. Saat ini Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi *trend* dalam memulai suatu usaha dan mendapat dukungan penuh dari pemerintah.

## E. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian. Variabel yang digunakan adalah peran Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA) dan perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Dalam penelitian ini peran Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA) memiliki peran yang cukup penting dalam mendukung, mendorong, dan memfasilitasi perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dengan begitu akan tercapai kesejahteraan masyarakat. Berikut kerangka konseptual peran Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA) Kecamatan Pucanglaban dalam mewadahi perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

