

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Peran

Peran adalah keikutsertaan seseorang dalam suatu lembaga atau organisasi dalam tujuan yang ditetapkan. Konsep peran menekankan pada sifat individu sebagai pelaku sosial yang mempelajari perilaku sesuai dengan kedudukannya dalam lingkungan masyarakat dan kerja. Peran juga mencoba menjelaskan interaksi individu dalam organisasi yang mereka jalankan.³³

Menurut Soejono Soekanto, teori peranan merupakan “aspek yang dinamis yang berkedudukan (status)”. Jika seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

Peranan meliputi tiga hal menurut keterangan dari Soejono Soekanto, yaitu:

1. Peranan mencakup aturan-aturan yang berkaitan dengan kedudukan atau keadaan seseorang didalam masyarakat.
2. Peranan adalah suatu konsep mengenai apa yang dapat dilaksanakan oleh pribadi dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peranan pun dapat diartikan menjadi tingkah laku seseorang yang berpengaruh untuk susunan organisasi yang ada di masyarakat.³⁴

³³ Karlina Ghazalah Rahman, “Sistem Pengendalian Internal Dan Peran Audit Internal Terhadap Pencegahan Kecurangan”, *Bongaya Journal For Research in Accounting*, Vol. 3, No. 1, Mei 2020, hal.21

³⁴ Pin Pin, *Peranan Keluarga Tjong Yang Him Terhadap Pembangunan Indonesia*, (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2020), hal. 112-114

Peran juga dapat diartikan sebagai tuntutan menjalankan hak dan kewajiban dalam suatu organisasi. Adapun pembagian peran menurut Soekanto, peran dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Peran aktif ialah peran yang diserahkan oleh kumpulan anggota kepada anggota yang berbeda yang posisinya didalam tim menjadi kegiatan tim, seperti pemimpin, pemegang, dan lain sebagainya.
2. Peran partisipasi adalah peran yang diserahkan kumpulan anggota pada kelompoknya yang menyerahkan kontribusi yang bermanfaat untuk kumpulan itu sendiri.
3. Peran pasif adalah peran yang berupa kontribusi anggota tim dan masyarakat yang mempunyai sifat pasif.³⁵

Selain peran juga perlu adanya pendampingan. Pendampingan adalah suatu cara yang umum dilaksanakan oleh suatu instansi baik lembaga pemerintah, swasta maupun LSM dalam upaya menyokong pengembangan dan kesuksesan usaha sehingga dapat terus menerus berkembang sebagai bisnis dengan ukuran yang bertambah besar. Pendampingan UMKM ialah tenaga terlatih yang bertugas mengerjakan penguatan terhadap pelaku UMKM dalam menanggulangi permasalahan. Aktivitas pendampingan merupakan suatu cara untuk menyebarluaskan berita dan pengetahuan perkoperasian dan kewirausahaan, melalui berbagai macam program dan metode untuk mewujudkan praktek tata kelola, serta memberikan manfaat yang

³⁵ Ki Sigit Sapto Nugroho, *Punakawan*, (Lakeisha: Jawa Tengah, 2020), hal. 55

besar bagi anggota dan masyarakat umumnya dalam peningkatan kualitas manajemennya.³⁶

B. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

1. Pengertian Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Sejak adanya Undang-Undang No. 6 tahun 2014 mengenai Desa menjadi mimpi mulia untuk mengarah ke kehidupan desa yang otonom dalam mengelola pemerintahan dan kemasyarakatan. Adanya otonomi daerah dapat mendorong lahirnya tata kelola dalam pembangunan ekonomi desa.³⁷ Maka diperlukan adanya suatu lembaga dalam upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi desa yaitu BUMDes. Adanya UU tentang desa tersebut pengaturan BUMDes mengenai pendirian, pengembangan, dan pengelolaan mulai dilakukan. Badan Usaha Milik Desa atau yang disingkat BUMDes ialah suatu usaha desa yang dikelola oleh pemerintah desa, dan berbadan hukum. Pemerintah desa dapat menegakkan Badan usaha kepunyaan desa yang cocok dengan keperluan dan potensi desa. Pembentukan Badan Usaha Milik Desa diputuskan sesuai dengan Peraturan Desa.³⁸

Dalam pilar kegiatan ekonomi BUMDes berfungsi sebagai badan sosial dan komersial. BUMDes berfungsi sebagai lembaga sosial yang menyediakan layanan sosial kepada masyarakat. Sedangkan sebagai badan komersil bertujuan untuk mencari keuntungan dalam upaya peninggakan

³⁶ Wahyudiono, *Perekayasa Sosial*, (Surabaya: CV Putra Media Nusantara, 2020), hal.17-18

³⁷ Carunia Mulya Firdaus, *Kebijakan dan Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Dalam Pembangunan Nasional*,..., hal. 9

³⁸ David Prasetyo, *Peran BUMDes Dalam Membangun Desa*,..., hal. 9

perekonomian desa.³⁹ Kepemilikan modal dan pengelolaan BUMDes diatur oleh pengelola desa dan rakyat. BUMDes merupakan suatu lembaga ekonomi yang dapat memberikan peningkatan kesejahteraan warga desa. Yang mana ciri utama BUMDes dengan lembaga ekonomi yang bersifat komersial, sebagai berikut:

- a. Badan usaha milik desa yang dikelola dan dikembangkan bersama.
- b. BUMDes dijalankan atas dasar asas kekeluargaan yang berdasarkan prinsip kegotong royongan.
- c. Aset berasal dari dana desa sebesar 51% dan dari warga sebesar 49% melalui penyertaan modal (saham).
- d. Memberdayakan tenaga kerja yang ada di wilayah desa sehingga tenaga kerja di desa lebih terserap.
- e. Bidang atau unit usaha yang dijalankan berdasarkan potensi desa dan informasi pasar.
- f. Adanya musyawarah desa dalam pengambilan kebijakan dan keputusan.
- g. Kemanfaatan yang terdapat mengacu pada peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat melalui kebijakan desa.
- h. Usaha desa yang difasilitasi oleh Pemerintah Provinsi, Pemerintah Kabupaten dan Pemerintah Desa.
- i. Operasionalnya diawasi oleh BPD, Pemerintah desa dan anggota⁴⁰.

³⁹ Agus Suman, dkk, *Ekonomi Lokal: Pemberdayaan Dan Kolaborasi*,..., hal. 33

⁴⁰ Abdul Rahman Suleman, *BUMDES Menuju Optimalisasi Ekonomi Desa* ,..., hal. 13

Modal usaha BUMDes dibangun dari inisiatif masyarakat desa dan menganut asas kemandirian. BUMDes juga dapat diartikan sebagai wadah dalam menjalankan usaha di desa. Bisnis usaha Desa adalah jenis usaha yang meliputi pelayanan ekonomi desa seperti:⁴¹

- a. Usaha pelayanan finansial, pelayanan transportasi angkutan darat dan air, listrik desa, dan usaha sejenis lainnya.
- b. Pendistribusian sembilan bahan pokok ekonomi desa.
- c. Perniagaan produk pertanian mencakup tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, dan agrobisnis.
- d. Pabrik dan kerajinan aktivitas masyarakat desa.⁴²

BUMDes didirikan untuk menambah Pendapatan Asli Desa (PADesa) dan memajukan perekonomian daerah. Peran BUMDes sangat diperlukan untuk tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Adapun peran BUMDes yaitu:

- a. Dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat guna meningkatkan ekonomi masyarakat.
- b. Sebagai perantara antara komoditas yang dihasilkan oleh masyarakat.
- c. Membantu dalam pengembangan usaha supaya usaha tersebut tetap berkembang.⁴³

⁴¹ Departemen Pendidikan Nasional Pusat Kajian Dinamika Sistem Pembangunan (PKSD), *Buku Panduan Pendirian Dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*, (Malang: Brawijaya, 2007) hal. 6

⁴² *Ibid.*, hal. 6

⁴³ David Prasetyo, *Peran BUMDes Dalam Membangun Desa,...*, hal.71

2. Tujuan dan Manfaat Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Dalam Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2015 mengenai pendirian, pengurusan, pengelolaan dan pembubaran BUMDes dalam pasal 3 tujuan didirikannya Badan Usaha Milik Desa, sebagai berikut: menambah perekonomian desa, memaksimalkan kekayaan desa supaya berguna bagi kesejahteraan desa, memajukan bisnis masyarakat sebagai upaya pengendalian potensi ekonomi desa, memperluas program partisipasi usaha antar desa atau dengan pihak ketiga, membuat kesempatan dan jaringan pasar yang mendukung keperluan layanan umum masyarakat, membuka lapangan kerja, menambah kesejahteraan masyarakat, dan menambah penghasilan warga desa dan penghasilan asli desa.⁴⁴

Sedangkan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung No. 9 Tahun 2015 mengenai Pendoman Pendirian dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa tujuan pendirian BUMDes mempunyai dua makna yaitu makna umum ialah untuk mengkoordinir aktivitas bidang usaha di desa untuk memajukan perekonomian dan kesejahteraan warga desa, makna khususnya ialah menambahkan sumber pendapatan asli desa dan memberikan bantuan terhadap keperluan yang dibutuhkan warga, meningkatkan potensi desa sesuai dengan keperluan masyarakat, menemukan peluang berwirausaha dan menolong peningkatan kesejahteraan masyarakat desa.⁴⁵

⁴⁴ Peraturan Undang-Undang No.4 tahun 2015

⁴⁵ Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung No. 9 Tahun 2015

Berdasarkan UU No. 4 Tahun 2015 dan Peraturan Daerah Tulungagung No. 9 Tahun 2015 tentang Pendoman Pendirian dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa dapat disimpulkan bahwa tujuan pendirian BUMDes yaitu:

- a. Menaikkan Perekonomian Desa.
- b. Menaikkan Penghasilan Asli Desa.
- c. Menaikkan Penataan Potensi Desa sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- d. Menjadi tulang punggung pertumbuhan dan pemerataan ekonomi desa.
- e. Membuka lapangan pekerjaan.

Agar tujuan BUMDes tercapai maka perlu adanya pemenuhan kebutuhan warga melalui pelayanan barang atau jasa yang dikelola oleh masyarakat dan Pemerintah Desa. Dalam pendirian BUMDes tentunya harus memiliki manfaat bagi masyarakat desa, adapun manfaat BUMDes secara garis besar memiliki 2 manfaat yaitu:

- a. Komersil

Sebagai lembaga komersil BUMDes mampu membantu pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam peningkatan pemasukan dan juga membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat desa.

- b. Sosial/Pelayanan Publik

BUMDes pun harus berkepentingan memenuhi keinginan masyarakat melewati kontribusi dibidang pelayanan sosial.⁴⁶

⁴⁶ David Prasetyo, *Peran BUMDes Dalam Membangun...*, hal. 33-34

3. Landasan Hukum Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Peraturan perundang-undangan mengenai keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) diatur pada:

- a. Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang pemerintah Daerah. Undang-Undang ini merupakan dasar hukum pertama yang pembuatan perda tentang pendoman tata cara pembentukan dan pengelolaan BUMDes. Pada pasal 213 ayat 1 menyebutkan bahwa “*Desa dapat mendirikan badan usaha milik desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa*”.
- b. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang desa pada pasal 87, pasal 88, pasal 89, dan pasal 90.
- c. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 39 tahun 2010 tentang Badan Usaha Milik Desa, dalam peraturan ini diatur desain BUMDes secara lebih rinci dan detail.⁴⁷
- d. Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2015 tentang Perubahan Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 tahun 2014 tentang Desa.
- e. Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Tranmigrasi 4 Tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa.⁴⁸

⁴⁷ Zulkarnain Ridlwan, “Payung Hukum Pembentukan Bumdes”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 7, No. 3, Desember 2013, hal. 357-360

⁴⁸ Abdul Rahman Suleman, *BUMDES Menuju Optimalisasi Ekonomi Desa...*, hal. 37

C. Pengembangan Usaha

1. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah proses usaha yang terencana untuk menambah wawasan, ketrampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih ditekankan dalam pemasaran produk serta pengetahuan para pekerja melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang. Sedangkan usaha adalah aktifitas yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, baik yang dikelola oleh perseorangan maupun badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun tidak berbadan hukum.⁴⁹ Adapun pengertian pengembangan usaha menurut beberapa ahli, sebagai berikut:

- a. Mahmud Mach Foedz yang dikutip oleh Saryanto dalam bukunya

Produk Kreatif dan Kewirausahaan menyatakan bahwa:

Perkembangan usaha adalah perniagaan yang dilaksanakan oleh segerombol orang atau organisasi guna memperoleh keuntungan dengan menghasilkan dan menjajakan suatu produk baik materi ataupun pelayanan guna mencukupi keperluan pembeli.

- b. Brown dan Petrello, pengembangan usaha ialah “suatu lembaga yang menghasilkan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat”. Apabila keperluan mengalami penambahan di masyarakat, maka lembaga bisnis pun hendak meningkat.

⁴⁹ Harmaizar Z, *Menangkap Peluang Usaha*, (Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2008), hal. 15

- c. Hughes dan Kapur, pengembangan usaha ialah “suatu pekerjaan usaha pribadi yang terorganisasi guna menghasilkan dan memasarkan barang jasa untuk mendapatkan keuntungan”.
- d. Allan Affuah, dalam buku *Produk Kreatif dan Kewirausahaan* menyatakan bahwa:

Pengembangan usaha adalah gabungan aktivitas yang dilaksanakan guna menghasilkan produk dengan membangun dan mentransformasi beraneka macam sumber daya menjadi komoditas atau jasa yang diharapkan pembeli.⁵⁰

Jadi pengembangan usaha adalah suatu proses untuk memperbaiki strategi usaha atau melakukan perluasan usaha dimasa sekarang maupun dimasa mendatang guna menjangkau target yang telah ditetapkan. Pengembangan usaha ini bisa dilakukan oleh semua *enterpreneur* atau wirausaha, sehingga usahanya dapat berkembang baik usaha berskala kecil maupun besar. Seorang wirausaha tidak perlu membuka usaha atau intitusi baru tetapi dapat juga merevitalisasi bisnis yang telah ada dengan pembaruan-pembaruan baru.⁵¹ Dengan melakukan pengembangan usaha maka pengusaha akan mengerahkan semua pikiran dan juga tenaga untuk bisa memperbaiki kinerja perusahaan mereka dengan cara melakukan perluasan, peningkatan mutu, dan jumlah produksi.

2. Unsur Pengembangan Usaha

Berikut ini, unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 yaitu:

- a. Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal)

⁵⁰ Saryanto, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan*,..., hal.118-119

⁵¹ Budhi Wibowo dan Adi Kusrianto, *Menebus Pasar Ekspor*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), hal.12

- 1) Adanya niat dari wirausahawan untuk mengembangkan usahanya lebih besar.
 - 2) Memahami cara menciptakan produk baru yang meliputi jumlah produksi, cara pengembangan usaha dan lainnya.⁵²
 - 3) Memperhitungkan anggaran yang diperlukan agar bisa melihat besar kecilnya pemasukan dan pengeluaran.
- b. Unsur yang berasal dari luar (pihak eksternal)
- 1) Memperoleh dana untuk pengembangan usaha yang tidak hanya dari dalam seperti meminjam dari luar.
 - 2) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
 - 3) Memahami keadaan lingkungan sekitar yang baik dan strategis untuk usaha.
 - 4) Harga yang terjangkau dan keunggulan mutu produk yang dihasilkan baik serta jangkuan penjualan produk yang luas. Hal ini merupakan strategi yang paling umum dalam upaya pengembangan usaha.⁵³

Kreativitas sangat diperlukan dalam pengembangan bisnis usaha. Adanya kreatifitas dalam usaha bisnis akan mendorong penciptaan suatu produk baru yang lebih inovasi.

⁵² Nasir Asman, *Studi Kelayakan Bisnis, (Pendoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*, (Jawa Barat: CV Adanu Abimata, 2020), hal. 92

⁵³ *Ibid.*, hal. 93

3. Tingkat dan Tahapan Dalam Pengembangan Usaha

Dalam pengembangan usaha, tentu ada tingkatan dalam pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Tingkat Produk

Pada tingkat ini berarti melakukan pengembangan produk atau teknologi baru. Tingkat pengembangan usaha dapat berbeda dari perusahaan satu dengan perusahaan lainnya.

b. Tingkat Komersil

Pengembangan usaha pada tingkat ini bermakna mencari konsumen baru di segmen pasar yang baru. Pada tingkat komersil ini juga mencari tempat untuk pendistribusian barang atau jasa seperti mitra dan agen.

c. Tingkat korporasi

Dalam tingkat ini pengembangan usaha difokuskan pada korporasi tingkat usaha bukan pada produk maupun komersil.

d. Tingkat keamanan dalam proses penjualan barang

Menjual produk dengan harga terjangkau dan mempunyai keunggulan yang baik sehingga nantinya banyak diminati oleh masyarakat.⁵⁴

Dalam melakukan aktifitas pengembangan usaha seorang wirausaha akan mengerjakan pengembangan usaha dengan melewati tahap-tahap pengembangan usaha, sebagai berikut:

⁵⁴ Widyaningsih dan Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan*, (Malang: Polinema Press, 2018), hal.93-94

a. Memiliki ide usaha

Bisnis apapun yang akan dikembangkan seseorang wirausaha tentunya bermula dari ide usaha. Ide usaha yang dimiliki oleh seseorang wirausaha dapat bermula dari berbagai sumber. Ide usaha bisa muncul setelah melihat dan melakukan pengamatan terhadap keberhasilan bisnis orang lain.

b. Penyaringan ide/konsep usaha

Setelah ide usaha muncul, wirausaha hendak menyalurkan inisiatif bisnisnya ke dalam rencana bisnis yang merupakan bagian lanjut ide usaha ke dalam macam-macam transaksi yang spesifik untuk dijalankan. Penjernihan inisiatif usaha-usaha tersebut dapat dibuat melawati suatu kegiatan evaluasi kelayakan ide usaha baik yang dilakukan secara formal maupun informal.

c. Pengembangan rencana usaha

komponen utama yang hendak dikembangkan wirausaha adalah mengenai perhitungan proyeksi laba dan rugi bisnis usaha yang dijalankan.⁵⁵

d. Implementasi rencana usaha dan pengendalian

Rencana usaha yang dibuat baik secara detail maupun secara global, baik tertulis maupun tidak tertulis yang selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Dalam kegiatan pengimplementasian rencana usaha seorang wirausaha akan

⁵⁵ Windu Mahmud dan Wakhid Bashori, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019), hal.105

mengarahkan berbagai sumber daya agar usahanya dapat berjalan sesuai dengan perencanaan awal dan dapat mencapai tujuannya.⁵⁶

4. Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha, sebagai berikut:

a. Kurangnya Modal

Modal ialah elemen pertama yang dibutuhkan dalam memajukan suatu unit usaha. Yang mana aset usaha adalah sebanyak dana atau barang yang dipakai untuk memulai usaha dan mengembangkan usaha.⁵⁷

Dengan adanya tambahan modal dalam pengembangan usaha akan membuat usaha semakin besar dan berkembang. Modal tidak hanya diperoleh dari dalam tetapi bisa juga dari luar seperti pinjaman bank, dan hibah.

b. Kurangnya keahlian teknis dan tenaga ahli

Seorang wirausahawan membutuhkan tim kerja dan spesialisasi untuk mengembangkan perusahaannya. Seseorang yang ahli dalam bidang-bidang tertentu sangat dibutuhkan dalam pengembangan di setiap bidang usaha.

c. Teknologi

Tenaga yang terampil sulit diperoleh dan dipertahankan, karena lembaga pelatihan dan pendidikan kurang dapat menghasilkan tenaga terampil yang sesuai dengan kebutuhan pengusaha kecil. Peralatan yang

⁵⁶ *Ibid.*, hal. 106

⁵⁷ Tri Astuty, *Buku Pendoman Umum Pelajar Ekonomi*, (Jakarta: Vicosta Publishing, 2015) hal. 49

sesuai dengan kebutuhan sulit diperoleh sehingga hal ini menghambat pengembangan usaha.⁵⁸

d. Manajemen

Manajemen yang cocok dengan keperluan dan tahap pertumbuhan usaha yang susah ditemukan, disebabkan pengetahuan yang tidak cukup dan kemampuan manajemen pembisnis kecil yang relatif rendah. Oleh karenanya pengusaha kecil belum mampu menyusun strategi bisnis yang tepat. Pemisahan antara manajemen keuangan perusahaan dan rumah tangga belum dilakukan sehingga pengusaha kecil mengalami kesulitan dalam mengatur *cash flow* dan membuat laporan keuangan. Dalam manajemen terdapat komponen pokok yang harus ada, dimana manajemen tidak akan sempurna dan tidak dapat dikatakan sebagai manajemen jika tidak ada komponen pokok. Menurut George R. Terry bahwa ada enam unsur pokok yaitu:⁵⁹

- 1) *Men and women* (manusia/orang) dengan adanya kualitas sumber daya manusia yang memumpuni, manajemen akan berjalan dengan maksimal begitu juga sebaliknya dengan kualitas sumber daya manusia yang tidak baik, maka manajemen juga akan mengalami hambatan bahkan juga kegagalan dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

⁵⁸ Widyaningsih dan Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan*,..., hal. 94-96

⁵⁹ Abdul Rohman, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Malang: Inteligencia Media, 2017), hal. 12-13

- 2) *Material* (material), dalam proses pelaksanaan manajemen guna mencapai tujuan yang telah direncanakan juga membutuhkan material.
- 3) *Machine* (mesin) adalah alat pembantu manusia dalam pelaksanaan manajemen guna mencapai tujuan.
- 4) *Methode* (metode), yang mana dalam pengimplementasian beragam aktivitas guna menggapai tujuan, manusia diarahkan dengan beraneka ragam alternatif yang harus dipilih salah satunya. Dengan adanya cara penerapan pengelolaan dalam menggapai sasaran akan berhasil dengan akurat.
- 5) *Money* (uang) adalah faktor penentu berhasil atau tidaknya pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan. Dalam proses manajemen guna mencapai tujuan sedikit banyak dipengaruhi oleh uang. Ketersediaan uang atau dana yang memadai maka akan mempermudah perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal.
- 6) *Markets* (pasar) sebagai salah satu unsur pokok dari manajemen karena dari pasar sebagai tujuan dari suatu komunitas akan didapatkan. Agar hasil yang dicapai maksimal maka proses manajemen harus diperhatikan dan mempertahankan pasar yang dimiliki.

e. Pengembangan produk

Banyak pengusaha perintis yang keliru dalam memilih bisnis yang akan digeluti atau ditekuni. Mayoritas kegagalan wirausaha ialah menciptakan produk yang tidak dibutuhkan masyarakat. Pengembangan produk seharusnya membuat produk-produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.⁶⁰

D. Strategi Pemasaran

1. Strategi

Strategi berasal dari kata benda dalam bahasa Yunani *strategos* yang berarti *stratos* berarti militer dan *ag* berarti memimpin jadi strategi adalah sesuatu yang dikerjakan para militer dalam membuat rencana untuk berperang atau seni berperang. Sedangkan dalam kata kerja, *Stratego* berarti perencanaan.⁶¹ Adapun strategi menurut para ahli sebagai berikut:

- a. Steiner dan Miner (1997) menyatakan bahwa strategi adalah “respon secara terus menerus maupun aktif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi”.
- b. Marrus (2002) menyatakan bahwa strategi ialah “suatu proses penentuan rencana semua pejabat puncak yang berpusat pada target berjangka waktu lama yang disertai bagaimana teknik atau upaya supaya target yang diputuskan berhasil”.

⁶⁰ *Ibid.*, hal. 97

⁶¹ Pupu Saeful Rahmat, *Strategi Belajar Mengajar*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), hal. 2

- c. David (2009) menyatakan “strategi merupakan sarana untuk mencapai sasaran dalam waktu yang lama”.⁶²

Berdasarkan pengertian para ahli diatas strategi adalah suatu proses penyusunan, perencanaan, dan pengorganisasian agar suatu tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Melalui strategi yang baik, perusahaan dapat meningkatkan laba, menguatkan pangsa pasar, serta meningkatkan kemakmuran maupun eksternal dan melalui tujuan yang ditetapkan.⁶³ Rencana usaha sangat diperlukan lantaran adanya pertumbuhan penduduk, perkembangan teknologi, dan desakan pasar. Karakteristik dari manajemen strategi yaitu bersifat jangka panjang, dinamik berorientasi dan mendekati untuk masa depan.

2. Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem untuk memengaruhi orang lain baik individu atau kelompok agar mereka menginginkan dan memerlukan produk atau jasa yang mereka butuhkan sehingga mereka yang memiliki produk mendapatkan kegunaan.⁶⁴ Dalam melakukan pemasaran tentunya perlu adanya strategi pemasaran dan manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran adalah cara yang digunakan oleh unit usaha dalam mencapai sasaran yang telah diterapkan didalamnya menyangkut ketentuan mengenai sasaran pasar, penempatan produk di pasar, bauran pasar dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.

⁶² Ronal Watianthos, dkk., *Kewirausahaan dan Strategi Bisnis*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal.125

⁶³ Eddy Yunus, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hal. 12

⁶⁴ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), hal. 2

Menurut teori Kotler dan Keller dalam pemasaran produk diperlukan juga “bauran pemasaran adalah suatu alat yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran yang telah ditentukan”.⁶⁵ Strategi bauran pemasaran merupakan rencana antara strategi bauran produk, lokasi, harga dan promosi yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Bauran pemasaran meliputi:

a. Produk

Produk adalah sesuatu yang diperjualbelikan pada pasar untuk memenuhi keinginan masyarakat, baik produk yang berwujud maupun tidak berwujud (jasa).

b. Lokasi distribusi

Lokasi distribusi adalah tempat disalurkan produk barang dan jasa. Fungsi lokasi pendistribusian yaitu sebagai alat bantu dalam menjualkan produk usaha, sebagai alat mempercepat perusahaan mendapatkan keuntungan sehingga arus keuangan perusahaan berjalan lancar, dan sebagai alat komunikasi.

c. Harga

Harga adalah suatu ukuran yang diterapkan oleh pedagang atau nilai yang wajib dibayarkan konsumen kepada pedagang produk untuk membeli suatu produk. Penetapan harga ini berorientasi pada keuntungan atau laba usaha, berorientasi pada volume, berorientasi

⁶⁵ Bahri, *Pengantar Kewirausahaan*, (Surabaya: CV Qiara Media, 2019), hal. 121

pada citra, dan stabilitas harga. Pada dasarnya tujuan penetapan harga ini ada 4 yaitu:

- 1) Tujuan yang mengarah pada keuntungan, hal ini digunakan ketika dalam dunia usaha tidak ada pesaing, perusahaan yang memproduksi produk dalam kapasitas maksimum, dan harga bukan perlengkapan yang penting bagi pembeli.
- 2) Tujuan yang mengarah pada volume, dalam maksud ini harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai tuntutan penjualan, nilai penjualan atau pangsa pasar.
- 3) Tujuan yang mengarah pada citra, citra perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga.
- 4) Tujuan stabiliasi harga, ini dilakukan untuk menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga perusahaan dengan harga pimpinan industri.

d. Promosi

Promosi adalah suatu cara untuk menyebarkan informasi, membujuk pembeli agar terdorong memesan barang yang ditawarkan.⁶⁶ Tujuan diadakanya promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk konsumen supaya tertarik membeli produk yang dijual. Secara umum bentuk promosi ada beberapa cara yaitu:

⁶⁶ Tengku Fitri Mustafar, *Manajemen Pemasaran*, (Jawa Barat: CV Media Sains Indonesia, 2020), hal. 148

- 1) Personal selling adalah promosi yang dilakukan dengan cara memperkenalkan produk secara langsung antara penjual dan pembeli.
- 2) *Word of mouth* (dari mulut ke mulut) adalah promosi yang dilakukan dengan cara komunikasi lisan. Aktivitas komunikasi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap suatu produk yang digunakan untuk mereferensikan produk tersebut kepada konsumen lain. *Word of mouth* sebagai sumber informasi yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu *word of mouth* memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam mempromosikan produknya. Manfaat penggunaan media *word of mouth* bagi pembeli adalah sumber informasi yang diberikan terpercaya, informasi yang diberikan berdasarkan pengalaman langsung konsumen atas suatu produk yang dibelinya, dan penggunaan media promosi ini suatu produk yang dipromosikan akan dapat menyebar dengan cepat.⁶⁷
- 3) Periklanan adalah memperkenalkan produk melalui bermacam-macam media untuk membagikan penjelasan mengenai barang yang ditawarkan dan membujuk konsumen. Periklanan ini dapat menggunakan media sosial. Dimana media sosial adalah suatu alat promosi yang digunakan dengan menggunakan internet. Media sosial yang banyak digunakan dalam pemasaran diantaranya Line, Instagram, Facebook, dan Twitter, dengan menggunakan layanan

⁶⁷ John Budiman Bancin, *Citra Merek Dan Word of Mouth*, (Surabaya: Cv Jakad Media Publishing, 2021), hal. 16-17

media ini perusahaan dapat melakukan promosi dan memberikan informasi yang efektif sesuai dengan target yang diinginkan.⁶⁸

- 4) Direct marketing adalah pemasaran yang bersifat memanfaatkan satu atau beberapa media iklan.⁶⁹

E. Kerajinan Tas Anyaman

Kerajinan anyaman ialah diantara kebudayaan yang dimiliki manusia semenjak zaman dahulu dalam rangka memenuhi keperluan akan perangkat sehari-hari. Kerajinan anyaman adalah salah satu format kerajinan yang didapatkan sebagian masyarakat Indonesia dengan karakteristik dan ornamen yang beragam. Kerajinan tas anyaman dulunya terbuat dari bahan alam seperti bambu, pandan, rotan, dan mendong.⁷⁰ Seiring dengan perkembangan zaman kerajinan tas anyaman ada yang terbuat dari bahan plastik. Bahan baku utama yang digunakan dalam pembuatan kerajinan tas anyaman ini menggunakan plastik yang didirikan pada tahun 2016. Proses penyelesaian tas anyaman bisa berjam-jam tergantung ukuran tas semakin kecil ukuran tas yang dibuat akan semakin cepat proses pengayaman selesai. Dalam sehari bisa menghasilkan 10 tas anyaman ukuran sedang dan untuk ukuran besar menghasilkan 5 tas anyaman. Proses pembuatan anyaman tas ini bahan yang diperlukan yaitu gunting dan plastik yang sudah dipotongi sesuai ukuran tas yang akan dibuat.

⁶⁸ Salmiah, dkk., *Online Marketing*, (t.t.p.: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 5

⁶⁹ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*,..., hal. 5

⁷⁰ Indah Noor Dwi Kusuma Dewi, Ira Aprilia, dan Linda Kurnia S, “Peningkatan Jumlah Produksi Kerajinan Anyaman Tas Dengan Alat Pemotong Dan Pengukur Tali Pengepak”,..., hal. 38

F. Perekonomian

Ekonomi berasal dari bahasa Yunani yang berarti dari kata *oikos* dan *nomos*. Kata *oikos* berarti rumah tangga, sedangkan *nomos* memiliki arti mengatur, aturan dan hukum. Selain itu ekonomi juga sebagai usaha pengumpulan hasil yang berkenaan dengan pengelolaan sumber daya rumah tangga yang terbatas. Maka dari itu kehidupan rumah tangga dihadapkan dengan berbagai masalah ekonomi.⁷¹ Ekonomi tidak hanya berarti pengaturan rumah tangga satu keluarga, tetapi juga berarti ekonomi suatu desa, kota atau wilayah, bahkan suatu negara.⁷² Ekonomi juga berarti kajian ilmu berdasarkan asas-asas produksi, distribusi dan pemakaian barang-barang serta kekayaan atau konsumsi. Peningkatan perekonomian merupakan suatu pembenahan ekonomi yang lemah menjadi ekonomi yang kuat. Dimana perekonomian disusun sebagai usaha bersama seluruh elemen masyarakat Indonesian untuk menciptakan suatu sistem perekonomian nasional. Perekonomian nasional diselenggarakan harus berdasarkan prinsip kebersamaan, keadilan, berwawasan lingkungan serta menjunjung nilai kesatuan ekonomi dan menjaga keseimbangan kemajuan berdasarkan demokrasi ekonomi.⁷³ Kesejahteraan ekonomi merupakan suatu keadaan terpenuhinya segala kebutuhan baik secara lahir maupun batin dalam kebutuhan hidup sehari-hari.

⁷¹ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 9

⁷² Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2014), hal.

⁷³ Rustan, *Pusaran Pembangunan Ekonomi*, (Makassar: CV Sah Media, 2019), hal. 112

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya ini bertujuan untuk dijadikan acuan oleh peneliti dalam melakukan penyusunan penelitiannya. Berikut penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Edy Suandi Hamid dan Y Sri Susilo, 2013) ⁷⁴	Kualitatif	Penelitian ini membahas mengenai pengembangan usaha yang meliputi: adanya pelatihan mengenai cara menciptakan produk yang bervariasi, adanya dukungan dari pemerintah dalam proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang modern, adanya program pinjaman modal kredit, mengembangkan produk yang memiliki keunggulan serta berdaya saing tinggi sebagai	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan saya lakukan sama-sama meneliti mengenai pengembangan usaha	Perbedaan pada penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu lokasi penelitian dan pada penelitian saya berfokus pada peran bumdes dalam pengembangan usaha.

⁷⁴ Edy Suandi Hamid dan Yuvensius Sri Susilo, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 12, No. 1, Juni 2013, hal. 54

			<p>ciri khas produk daerah tersebut, memperluas pemasaran produk baik ke pasar domestik dengan cara memanfaatkan teknologi seperti media sosial, dan peningkatan infrastruktur untuk menurunkan biaya distribusi sehingga produk UMKM akan memiliki daya saing lebih tinggi</p>		
2	<p>Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Tarakan (Ariani dan Muhammad Nur Utama, 2017)⁷⁵</p>	Kualitatif	<p>Penelitian ini berisi tentang strategi pengembangan usaha yang menggunakan analisis SWOT. Dari hasil analisis swot tersebut diperoleh hasil penelitian yaitu pengembangan usaha UMKM di kota Tarakan dengan melaksanakan upaya pembinaan dan pemberdayaan terhadap UMKM serta dalam upaya</p>	<p>Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan saya lakukan sama-sama meneliti mengenai pengembangan usaha.</p>	<p>Pada penelitian tersebut dalam pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT sedangkan pada penelitian saya berfokus pada peran BUMDes dalam pengembangan usaha, strategi pemasaran, dan kontribusi usaha dalam perekonomian.</p>

⁷⁵ Ariani dan Mohammad Nur Utomo, "Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan", *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Vol. 13, No. 2, September 2017

			meningkatkan daya saing UMKM di kota jarkatan menggunakan strategi pemasaran yang diperluas, penambahan modal usaha, dan memanfaatkan teknologi dan informasi		
3	Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Cafe Diztrict 29 (Ommy Qistiya, Dewi Turgarini, dan Agus Sudono, 2017) ⁷⁶	Kualitatif	Hasil analisis SWOT dihasilkan strategi pengembangan bisnis yang dilakukan dengan cara melakukan efisiensi usaha, melakukan sertifikasi standar <i>hygiene</i> , meningkatkan promosi dan pelayanan cafe, mengkomunikasikan daya tarik menu kepada konsumen, meningkatkan kualitas rasa dan tampilan produk, melakukan inovasi secara berkala pada menu, meningkatkan	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan saya lakukan sama-sama meneliti mengenai pengembangan usaha.	Pada penelitian tersebut dalam pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT sedangkan pada penelitian saya berfokus pada peran BUMDes dalam pengembangan usaha, strategi pemasaran, dan kontribusi usaha dalam perekonomian. Serta lokasi penelitian yang berbeda.

⁷⁶ Ommy Qistiya, Dewi Turgarini, dan Agus Sudono, "Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Cafe Diztrict 29", *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, Vol. 14, No. 1, April 2017

			kualitas pelayanan dan eksistensi di media sosial, memanfaatkan media promosi online untuk mempromisikan keunggulan desain interior cafe, dan meningkatkan kebersihan di cafe.		
4	Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) “Mitra Usaha” Dalam Meningkatkan Sektor Usaha Anggota Kub Mulyasari Desa Lohgadi Karanganyam Kebumen (Dian Puja Rismaya, 2018) ⁷⁷	Kuantitatif	Peran BUMDes Mitra usaha dalam pengembangan usaha memberikan pinjaman modal, pelatihan pengolahan produk, pelatihan pengemasan dan pelabelan produk, pelatihan pemasaran produk, serta fasilitas pemasaran adanya pelatihan tersebut memberikan dampak bagi naiknya harga jual. Dengan adanya peran BUMDes menjadikan omzet dan laba	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan saya lakukan sama-sama meneliti mengenai peran BUMDes pengembang an usaha.	Perbedaan pada penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu lokasi penelitian, jenis penelitian dan pada penelitian saya juga meneliti tentang strategi pemasaran serta kontribusi usaha dalam ekonomi.

⁷⁷ Dian Puja Rismaya, *Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) “Mitra Usaha” Dalam Meningkatkan Sektor Usaha Anggota Kub Mulyasari Desa Lohgadi Karanganyam Kebumen*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal. 46

			anggota KUB Mulyasari mengalami peningkatan.		
5	Memperkuat Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Untuk Menunjang Agroekowisata Di Desa Lingsar Melalui Pengembangan Usaha Tabulampot (Tanaman Buah Dalam Pot) (Embun Suryani, Siti Aisyah Hidayati, dkk, 2018) ⁷⁸	Kualitatif	Penelitian ini berisi tentang pengembangan usaha yang dilakukan dengan cara memberikan pelatihan kepada masyarakat, melakukan pendampingan manajemen usaha mengenai bagaimana membuat laporan keuangan yang berfungsi untuk menyajikan informasi tentang perkembangan usaha yang mereka lakukan.	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan saya lakukan sama-sama meneliti mengenai pengembangan usaha.	Pada penelitian tersebut dalam pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT sedangkan pada penelitian saya berfokus pada peran BUMDes dalam pengembangan usaha, strategi pemasaran, dan kontribusi usaha dalam perekonomian.
6	Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Menuju Koperasi Berbasis IT (Hendro	Kualitatif	Hasil penelitiannya yaitu pengembangan dilakukan pada BUMDes atau Koperasi melalui pengembangan berbasis <i>fintech</i> dengan dua	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan saya lakukan sama-sama meneliti mengenai pengembang	Pada penelitian tersebut dalam lebih berfokus pada pengembangan BUMDes sedangkan pada penelitian saya berfokus pada peran BUMDes dalam

⁷⁸ Embun Suryani, Siti Aisyah Hidayati, dkk, "Memperkuat Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Untuk Menunjang Agroekowisata Di Desa Lingsar Melalui Pengembangan Usaha Tabulampot (Tanaman Buah Dalam Pot)", *Jurnal Ekonomi, Sosial dan Budaya*, Vol.1 , 2018

	Wibowo, 2018) ⁷⁹		<p>pendekatan yakni pertama, dari sisi pasiva pendekatan dilakukan kepada pihak eksternal seperti lembaga atau individu dengan pendekatan <i>fintech</i> lembaga BUMDes atau koperasi sekunder bisa berpeluang mendapatkan suntikan dana dari lembaga atau individu. Kedua, dari sisi aktiva model <i>Financial Technology</i> diterapkan kepada para anggota atau BUMDes yang kemudian melanjutkan atau mengucurkan dananya dalam bentuk pembiayaan kepada sektor riil atau Usaha Mikro dan Kecil. Hasil penelitian lainnya berupa pengembangan dengan <i>market</i></p>	an usaha.	<p>pengembangan usaha, strategi pemasaran, dan kontribusi usaha dalam perekonomian. Serta lokasi penelitian yang berbeda.</p>
--	-----------------------------	--	---	-----------	---

⁷⁹ Hendro Wibowo, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Menuju Koperasi Berbasis IT", *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2018

			<p><i>place</i> dalam hal ini jika usaha Mikro dan kecil berkembang dimasing-masing desa, maka diperlukan adanya konsep pemasaran yang lebih canggih lagi. Adanya teknologi tidak hanya mengubah cara berkomunikasi masyarakat namun juga metode perdagangan yang dapat dilakukan melalui <i>e-commerce</i> yang berguna untuk tempat jual beli barang secara online yang bisa digunakan oleh UMK.</p>		
7	<p>Strategi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Pengembangan Usaha Kebun Singkong Gajah Di Desa Tepian Makmur Kecamatan Rantau Pulung Kabupaten Kutai Timur (Muhammad Bahrul Rizki,</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitiannya yaitu perencanaan pada pengembangan usaha kebun singkong ini meliputi penentuan modal usaha, perencanaan dan penjadwalan pembangunan pabrik, membangun kerjasama,</p>	<p>Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan saya lakukan sama-sama meneliti mengenai pengembangan usaha.</p>	<p>Pada penelitian saya berfokus pada peran BUMDes dalam pengembangan usaha, strategi pemasaran, dan kontribusi usaha dalam Ekonomi.</p>

	2018) ⁸⁰		<p>penyediaan bibit singkong gajah, dan penentuan tenaga kerja. Proses pelaksanaan pembangunan usaha kebun singkong gajah membutuhkan tahapan-tahapan meliputi sosialisasi kepada seluruh lapisan masyarakat, dan adanya pembinaan. Proses evaluasi yang dilakukan pihak BUMDes dengan cara membuat laporan-laporan yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada peningkatan hasil usaha atau tidak ada.</p>		
8	Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Mengembangkan Usaha Dan Ekonomi Melalui Pemberdayaan Masyarakat	Kualitatif	Peran BUMDes Lestari dalam upaya pengelolaan hasilnya dapat meningkatkan tingkat perekonomian di Desa itu sendiri dan sisa hasil usaha dari tiap	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan saya lakukan sama-sama meneliti mengenai pengembang	Pada penelitian saya berfokus pada peran BUMDes dalam pengembangan usaha, strategi pemasaran, dan kontribusi usaha dalam ekonomi serta lokasi penelitian yang

⁸⁰Muhammad Bahrul Rizki, "Strategi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Pengembangan Usaha Kebun Singkong Gajah Di Desa Tepian Makmur Kecamatan Rantau Pulung Kabupaten Kutai Timur", *Jurnal Sosiantri Sosiologi*, Vol. 6, No. 4, 2018

	Desa Karangsono Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar (Miranda Dwi Fauzi, 2019) ⁸¹		unit usaha nantinya dialokasikan untuk dana sosial yang akhirnya dapat membantu masyarakat. Dampak program pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan usaha dan ekonomi memberikan dampak baik bagi Desa Karangsonso melalui prestasi yang diraih dalam hal pengelolaan buah menjadi berbagai macam produk. Pandangan ekonomi Islam mengenai sistem operasional BUMDes Lestari yang sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yaitu keadilan dalam produksi dan distribusi dan komitmen terhadap nilai-nilai akhlak dalam praktik	an usaha.	berbeda.
--	---	--	--	-----------	----------

⁸¹ Miranda Dwi Fauzi, *Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Mengembangkan Usaha Dan Ekonomi Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Karangsono Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar* (Tulungagung: Skripsi Tidak diterbitkan, 2019), hal. 98

			bisnis dan memiliki kebebasan dalam kepemilikan.		
9	Peningkatan Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Mendukung Pengembangan Tenun Di Desa Sukarara (Nyoman Nugraha Ardana Putra, dkk, 2019) ⁸²	Kualitatif	Pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT sehingga diperoleh kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menjadi dasar dalam penyusunan strategi pada produk unggulan tenun dan atraksi budaya sehingga di peroleh strategi pengembangan sebagai berikut memperbanyak pelatihan untuk meningkatkan kesadaran, memperkuat permodalan melalui dana desa, membangun penginapan dan asosiasi bisnis di bawah BUMDes, dan membuka sentra kerajinan tenun skala kecil.	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan saya lakukan sama-sama meneliti mengenai pengembangan usaha.	Pada penelitian tersebut dalam pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT sedangkan pada penelitian saya berfokus pada peran BUMDes dalam pengembangan usaha, strategi pemasaran, dan kontribusi usaha dalam perekonomian.
10	Peningkatan Produktifitas	Kualitatif	Pengembangan Desa Sipatuhu	Persamaan penelitian	Pada penelitian saya berfokus

⁸² Nyoman Nugraha Ardana Putra, dkk, "Peningkatan Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Mendukung Pengembangan Tenun Di Desa Sukarara", *Jurnal Abdi Insani LPPM Unram*, Vol. 6, No. 3, Desember 2019

	<p>BUMDes “Karya Usaha Di Era Covid’ 19, Dalam Upaya Pengembangan Sentra Souvenir Dan Oleh-Oleh Di Kawasan Danau Ranau” (Bambang Sulisty, Hendra Alfani, dkk, 2020)⁸³</p>		<p>menjadi Desa Sentra Souvenir dan Oleh-oleh di kawasan wisata Danau dilakukan dengan cara yakni: (1)meningkatkan strategi pemasaran melalui online market, (2)meningkatkan kualitas sumber daya manusia, kualitas pelayanan, memelihara mutu produk dan layanan, dan pengoptimalan peran masyarakat melalui peran BUMDes. Hasil lainnya berupa (1) Peningkatan kesadaran dan semangat Pemerintah Desa, Pengurus Desa, serta pelaku usaha Di Desa Sipatahu untuk mengembangkan potensi pariwisata desa berbasisi produk ekonomi produktif rumah tangga secara</p>	<p>tersebut dengan penelitian yang akan saya lakukan sama-sama meneliti mengenai pengembang an usaha.</p>	<p>pada peran BUMDes dalam pengembangan usaha, strategi pemasaran, dan kontribusi usaha dalam perekonomian. Serta lokasi penelitian yang berbeda</p>
--	--	--	--	---	--

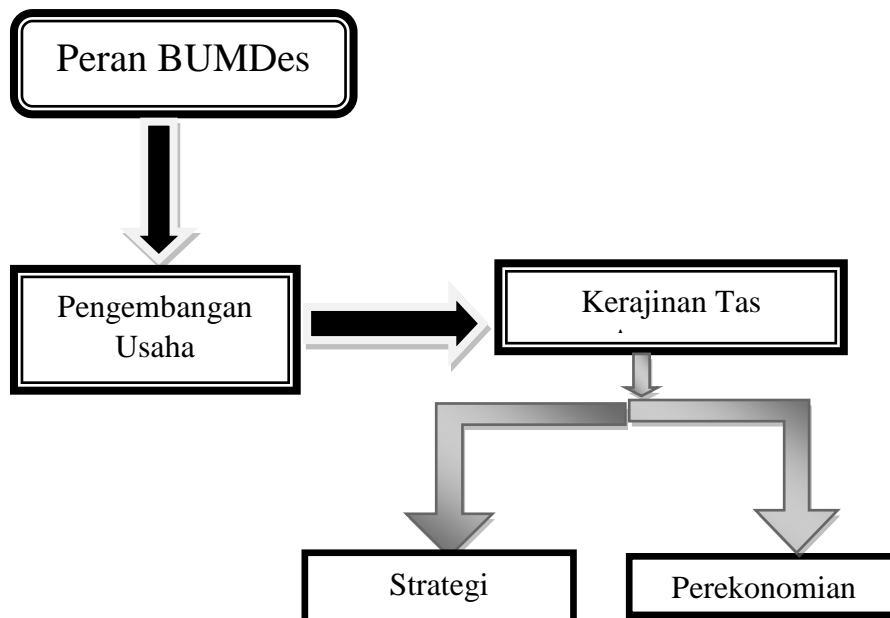
⁸³ Bambang Sulisty, dkk, “Peningkatan Produktifitas BUMDes “Karya Usaha ” Di Era Covid’ 19, Dalam Upaya Pengembangan Sentra Souvenir Dan Oleh-Oleh Di Kawasan Danau Ranau”, *Jurnal Prosiding Seminar Nasional*, Vol. 1, No. 1, Desember 2020

			<p>kreatif dan berkualitas.</p> <p>(2) Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pengurus BUMDes dalam manajemen pengelolaan serta memetakan peluang usaha dengan menggunakan alat-alat penunjang usaha BUMDes yang telah dihibahkan.</p> <p>(3) Meningkatkan kesadaran para pelaku usaha ekonomi rumah tangga di desa untuk menjadi mitra usaha BUMDes</p>		
--	--	--	--	--	--

H. Kerangka Berfikir

Kerangka Berfikir ialah suatu pengakuan tentang konsep solusi masalah yang sudah dirumuskan. Kerangka berfikir berisi mengenai alur jalan pikir secara sistematis dalam menanggapi persoalan yang didasarkan pada landasan teori, kerangka logika yang dapat membuktikan dan menyatakan persoalan yang akan diteliti, model penelitian yang disajikan dalam bentuk gambar.⁸⁴

Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir



Kerangka berfikir diatas menjelaskan alur penelitian tentang “Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sukoraharjo Dalam Pengembangan Usaha Kerajinan Tas Anyaman Desa Sukorejo Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung”. Dalam hal ini penelitian difokuskan untuk mengetahui peran BUMDes Sukoraharjo dalam pengembangan usaha kerajinan tas anyaman, bagaimana pendampingan BUMDes Sukoraharjo terhadap

⁸⁴ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*, (Kuningan: Hidayatu; Quran Kuningan, 2019), hlm.126

strategi pemasaran produk kerajinan tas anyaman serta bagaimana kontribusi BUMDes Sukoraharjo bagi perekonomian melalui kerajinan tas anyaman. Dengan adanya pengembangan usaha yang baik dalam pemasaran maka akan meningkatkan penjualan. Peningkatan penjualan tersebut nantinya akan meningkatkan pendapatan karena permintaan produk tas anyaman meningkat sehingga membantu peningkatan perekonomian masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan.