

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN  
PENDAPATAN MASYARAKAT BERBASIS ANALISIS SWOT  
(Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh :**

**SYAFA MAYANTI PUTRI  
NIM. 2017201246**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI (UIN)  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syafa Mayanti Putri  
Nim : 2017201246  
Jenjang : S-1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan  
Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi  
Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 1 Juli 2024

Saya yang menyatakan,



Syafa Mayanti Putri

Nim. 2017201246



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-636624, Fax: 0281-636653, Website: febi.uinsaizu.ac.id

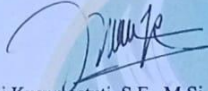
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

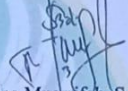
STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN  
PENDAPATAN MASYARAKAT BERBASIS ANALISIS SWOT (STUDI KASUS  
BUMDES PIAAS KULON, SOMAGEDE, BANYUMAS)

Yang disusun oleh Saudara Syafa Mayanti Putri NIM 2017201246 Program Studi S-1  
Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari  
Senin, 08 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

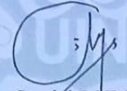
Ketua Sidang/Penguji

  
Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.  
NIP. 19750420 200604 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Safrina Muarrifah, S.E., M.Si.  
NIP. 19921230 201903 2 026

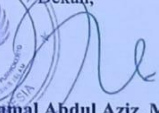
Pembimbing/Penguji

  
Sarpini, M.E.Sy.  
NIP. 19830404 201801 2 001

Purwokerto, 10 Juli 2024

Mengesahkan  
Dekan,



  
Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Syafa Mayanti Putri NIM 2017201246 yang berjudul :

**Strategi Pengembangan UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 18 Juni 2024

Pembimbing,



Sarpini, M.E.Sy.

NIP.19830404 201801 2 001

## **MOTTO**

*‘‘Perang telah usai, Perang telah usai. Aku bisa pulang. Kubaringkan panah,  
Dan berteriak menang.  
Dan kubisikkan, asal kau tau bagaimana, Rasanya bahagia sepenuhnya sampai,  
Ku merasa lega, Kau merasa lega. Ku sampai di sana’’*

**«Nadin Amizah»**



**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN  
PENDAPATAN MASYARAKAT BERBASIS ANALISIS SWOT  
(Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)**

**SYAFA MAYANTI PUTRI**  
**NIM. 2017201246**

E-mail : [syafamayanti98@gmail.com](mailto:syafamayanti98@gmail.com)

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas  
Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT. Studi kasus dilakukan pada BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari Pengurus BUMDes, Pelaku UMKM, dan Pengunjung.

Hasil Analisis SWOT mengungkapkan bahwa BUMDes Piasa Kulon memiliki kekuatan berupa sumber daya manusia yang kompeten dan dukungan kuat dari pemerintah desa. Untuk kelemahan meliputi keterbatasan modal dan kurangnya pemanfaatan teknologi. Peluang yang dapat dimanfaatkan yaitu pasar yang luas dan program pemerintah yang mendukung UMKM, sedangkan ancaman yang dihadapi adalah persaingan ketat dan perubahan kebijakan ekonomi.

Berdasarkan hasil analisis, strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan, pengembangan jaringan pemasaran, peningkatan akses terhadap modal, dan optimalisasi penggunaan teknologi. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja UMKM sehingga berdampak positif pada peningkatan pendapatan masyarakat di Desa Piasa Kulon.

**Kata kunci : Strategi Pengembangan, UMKM, Pendapatan Masyarakat, Analisis SWOT, BUMDes Piasa Kulon.**



**DEVELOPMENT STRATEGIES FOR MSMEs TO INCREASE  
COMMUNITY INCOME BASED ON SWOT ANALYSIS  
(Case Study of BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)**

**SYAFA MAYANTI PUTRI**  
**NIM. 2017201246**

E-mail : [syafamayanti98@gmail.com](mailto:syafamayanti98@gmail.com)

Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business,  
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

This research aims to identify and analyze the Development Strategy of MSMEs in Increasing Community Income based on SWOT Analysis. A case study was conducted at BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas. The research method used is qualitative with a descriptive approach. Data were obtained through in-depth interviews, observations, and documentation. The research informants consisted of BUMDes management, MSME actors, and visitors.

The SWOT analysis results revealed that BUMDes Piasa Kulon has strengths in the form of competent human resources and strong support from the village government. The weaknesses include limited capital and a lack of technology utilization. Opportunities that can be leveraged are the vast market and government programs supporting MSMEs, while the threats faced are intense competition and changes in economic policies.

Based on the analysis results, the recommended development strategies include enhancing human resource capacity through training, developing marketing networks, increasing access to capital, and optimizing technology usage. Implementing these strategies is expected to improve MSME performance, thereby positively impacting the income of the Piasa Kulon village community.

**Keywords : Development Strategy, MSMEs, Community Income, SWOT Analysis, BUMDes Piasa Kulon.**

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)



ع	,,ain	,,	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wau	w	We
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	,	apostrof
ي	ya	y	Ye

**2. Konsonana Rangkap karena syaddah ditulis lengkap**

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

**3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h**

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كراهة الولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya</i>
---------------	---------	--------------------------

2. Bila ta<sup>ʿ</sup> marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة لفظ	Ditulis	<i>zakat al-fitṛ</i>
----------	---------	----------------------

#### 4. Vokal pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	a
◌ِ	Kasrah	Ditulis	i
◌ُ	Dammah	Ditulis	u

#### 5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	ḵahiliyyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تس	Ditulis	tansā
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	karīm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	furūd

#### 6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya <sup>ʿ</sup> mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

**7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof**

أنتم	Ditulis	aʿʿantum
أعدت	Ditulis	uʿʿiddat

**8. Kata sandang alif + lam**

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyas
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf I (el)-nya syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	As-sama
--------	---------	---------

**9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي النورس	Ditulis	Zawi al-furūd
------------	---------	---------------

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak mendapat dukungan, bimbingan, bantuan tenaga, dan pemikiran baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis ucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemudahan, kelancaran dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Ibu Sarpini, M.E.Sy. selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas segala arah, masukan, bimbingan, motivasi, keikhlasan waktu dan pikiran demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
9. Segenap Dosen dan Staff UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah banyak membantu dalam penulisan dan penyelesaian studi penulis dengan berbagai ilmu dan pengetahuan.

10. Kedua donatur dan sponsor saya, yaitu Ibu Samirah dan Bapak Agus tercinta yang dengan ikhlas dan sabar merawat, mendidik, dan memberikan segala upaya terbaik untuk membesarkan anak-anaknya serta doa-doa yang tidak pernah terputus untuk penulis. Terima kasih atas semuanya, semoga Bapak dan Mama selalu diberikan perlindungan, kesehatan, umur panjang dan rezeki yang berlimpah oleh Allah SWT. Kalimat ini terlalu sederhana untuk kalian yang sangat luar biasa ∞.
11. Adik tersayang, Audry Nathania M. selalu memberikan dukungan, semangat dan doa kepada penulis selama menyelesaikan perkuliahan ini.
12. Terima kasih kepada nim 2017201268 yang telah sama-sama berjuang menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi teman berkeluh kesah, berbagi pendapat dan saling mendukung satu sama lain.
13. Mba Sari M. selaku pengurus BUMDes Piasa Kulon yang memberikan izin bagi saya untuk melakukan penelitian di BUMDes tersebut.
14. Bapak Ibu pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon dan Mba Wiwit, Mba Maylis dan Mba Indah yang telah dengan sabar dan ikhlas dalam proses wawancara.
15. Tidak lupa kepada teman-teman ESY-F 2020 yang telah kebersamai penulis selama 4 tahun ini. Serta semua pihak yang penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Semoga Allah SWT melimpahkan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua.

Purwokerto, 7 Juni 2024

Syafa Mayanti Putri  
NIM. 2017201246

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	6
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
E. Kajian Pustaka .....	11
F. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>16</b>
A. Landasan Teori .....	16
1. Konsep Strategi Pengembangan .....	16
2. Konsep UMKM .....	18
3. Konsep Pendapatan.....	20
4. Konsep Analisis SWOT .....	23
5. Konsep BUMDes.....	28
B. Landasan Teologis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
A. Jenis Penelitian .....	37



B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	37
D. Sumber Data .....	38
E. Teknik Pengumpulan Data .....	39
F. Uji Keabsahan Data .....	40
G. Teknik Analisis Data.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	45
1. Sejarah UMKM BUMDes Piasa Kulon .....	45
2. Profil BUMDes Piasa Kulon .....	48
3. Struktur Organisasi BUMDes Piasa Kulon.....	49
B. Perencanaan Pengembangan Usaha .....	51
1. Kemampuan Modal.....	52
2. Strategi Pengembangan Usaha .....	53
3. Potensi Sumber Daya Manusia.....	54
4. Pengelolaan Bahan Baku .....	55
C. Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT BUMDes Piasa Kulon .....	56
1. Analisis Faktor Internal.....	58
2. Analisis Faktor Eksternal.....	63
D. Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT BUMDes Piasa Kulon .....	73
1. Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT.....	73
2. Faktor Penukung dan Penghambat UMKM BUMDes Piasa Kulon.....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kontribusi UMKM Jawa Tengah terhadap PDBR.....	2
Tabel 1.2 Data UMKM Per Klasifikasi di Jawa Tengah .....	3
Tabel 1.3 Perbandingan Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 4.1 Matriks Analisis SWOT Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat .....	70



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS) .....	26
Gambar 2.2 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS) .....	26
Gambar 2.3 Matrik Faktor Strategi (SFAS) .....	26
Gambar 2.3 Diagram Matrik SWOT .....	27
Gambar 4.1 Data Pertumbuhan UMKM Piasa Kulon 2019-2023.....	47
Gambar 4.2 Pemandangan di Embung .....	48
Gambar 4.3 Struktur Organisasi BUMDes Piasa Kulon Periode 2021-2026 .....	49
Gambar 4.4 Matriks IFAS ( <i>Internal Strategic Factor Analisis Summary</i> ) .....	64
Gambar 4.5 Matriks EFAS ( <i>Eksternal Strategic Factor Analisis Summary</i> ) .....	65
Gambar 4.6 Matriks SFAS ( <i>Strategic Factor Analisis Summary</i> ) .....	67
Gambar 4.7 Matriks IE .....	69



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Pedoman dan Transkrip Wawancara

Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian

Lampiran 3 Surat Menyurat



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perekonomian Indonesia semakin tahun semakin bertambah pesat. Penyerapan tenaga kerja terbanyak di Indonesia merupakan dari sektor UMKM (Hasanudin, 2019). UMKM adalah bagian penting dari perekonomian karena mereka lebih mampu menghasilkan tenaga kerja melalui investasi dan perubahan teknologi yang lebih cepat, dari situ merupakan salah satu keunggulan dibandingkan perusahaan besar lainnya. Peran serta UMKM melalui *gross domestic product* atau produk domestik bruto mencapai 60,5%, serta penyerapan tenaga kerja sebanyak 96,6% dari penyerapan tenaga kerja nasional (Linggar Adji & Claretta, 2023). Dalam menghadapi perekonomian global dan era perdagangan bebas, UMKM dituntut harus bisa memaksimalkan produk yang berkualitas, kompetitif dan berdaya saing tinggi. Disisi lain, konsumen di pasar nasional semakin kritis pada saat ini. Selain menuntut standarisasi yang semakin tinggi, konsumen juga menuntut perlindungan yang meliputi aspek sosial budaya, kesehatan, maupun lainnya terhadap suatu barang maupun jasa yang digunakan (Pujiono et al., 2018).

Adapun kendala-kendala yang dihadapi pelaku UMKM diantaranya : 1) Kurangnya permodalan yang dimiliki setiap pelaku usaha. 2) Keterbatasan pengetahuan bisnis dan manajemen yang dimiliki dan kelemahan dalam pembukuan. 3) Masih kurang meratanya pembinaan yang dilakukan instansi terkait untuk pengembangan usaha pelaku UMKM. 4) Umumnya pelaku UMKM takut mengambil resiko berkaitan dengan modal, inovasi produk dan teknologi (Kabupaten et al., 2018). Rudjito sendiri mengemukakan, UMKM merupakan usaha yang berkontribusi terhadap perekonomian masyarakat Indonesia. Sebab, UMKM dapat menciptakan lapangan kerja baru, serta meningkatkan pendapatan devisa negara melalui pajak usaha itu sendiri (Hidayat et al., 2022a).

Kegiatan perekonomian sendiri tidak lepas dari peranan individu, kelompok dan pemerintah yang menjadi sebuah kombinasi dalam proses peningkatan perekonomian. Individu sendiri berperan menjadi penggerak atau pelaku usaha

baik menciptakan lapangan pekerjaan sendiri maupun bekerja dengan pihak lain (Wijoyo & Ariyanto, 2021). Dalam pengembangan UMKM, peran pemerintah daerah dan pemerintah pusat sangat penting untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan usaha di dunia bisnis masyarakat menengah ke bawah. Pemerintah Pusat dan Daerah turut serta dalam memfasilitasi peningkatan produksi, pemasaran, sumber daya manusia, desain, dan teknologi (Riyanti, 2021).

Peran pemerintah juga dalam membuat berbagai kebijakan guna keberhasilan dan kelancaran usaha yang dijalankan masyarakat agar tidak timbul kerugian di masa yang akan datang. Karena peran pemerintah tidak lepas menjadi faktor pendukung terhadap keberhasilan setiap pelaku usaha (Kalleya, 2023). Intervensi pemerintah sendiri sangat tergantung pada kondisi pasar. Jika pasar berjalan lancar, maka intervensi pemerintah pada perekonomian pasar tidak diperlukan. Namun jika pasar belum berjalan lancar, maka pemerintah harus turun tangan baik secara langsung maupun melalui lembaga-lembaga di bawah naungannya seperti BUMN (Fakhrudin, 2019).

Perekonomian Jawa Tengah pada triwulan IV tahun 2022 mengalami pertumbuhan sebesar 5,24% lebih lambat dibandingkan triwulan sebelumnya yang sebesar 5,27% namun lebih tinggi dibandingkan perekonomian nasional (Basrowi et al., 2020). Dari segi pengeluaran, sumber perekonomian terbesar di Jawa Tengah adalah konsumsi rumah tangga. Sedangkan untuk sektor usaha, sumber pertumbuhannya berada pada sektor transportasi dan pergudangan. Berdasarkan hal tersebut, Jawa Tengah memiliki potensi UMKM yang sangat baik (*DIK 2023.pdf*, ). Dilihat dari data kontribusi UMKM Jawa Tengah lima tahun terakhir sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Kontribusi UMKM Jawa Tengah terhadap PDBR**

No.	Deskripsi Data	Tahun				
		2018	2019	2020	2021	2022
1.	Jumlah UMKM	143.738	161.458	167.391	173.431	177.256
2.	Penyerapan	1.043.320	1.312.400	1.298.007	1.311.015	1.320.953



	Tenaga Kerja					
3.	Aset	29.8824	38.158	38.353	38.521	38.719
4.	Omzet	55.691	67.550	68.087	68.242	68.387

Sumber : Dinas Koprasi dan UMKM Jawa Tengah, 2022

Meningkatnya jumlah UMKM juga berdampak pada naiknya penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap PDB (*Product Domestic Bruto*) UMKM serta meningkatnya asset omzet UMKM di Jawa Tengah (Sarfiyah et al., 2019). Adapun data penyerapan tenaga kerja di Jawa Tengah berdasarkan klasifikasi ukurannya sebagai berikut :

**Tabel 1.2 Data UMKM Per Klasifikasi di Jawa Tengah**

No.	Klasifikasi	Tenaga Kerja Laki-Laki	Tenaga Kerja Perempuan	Jumlah UMKM
1.	Mikro	121.981	39.238	127.165
2.	Kecil	4.794	3.770	9.453
3.	Menengah	801	863	69
4.	Data Belum Lengkap	7.881	268	5.112
		127.576	43.871	141.799

Sumber : Dinas Koprasi dan UMKM Jawa Tengah, 2022

Dari data di atas, UMKM menjadi penyerap tenaga kerja paling banyak. Agar pertumbuhan UMKM terus meningkat, maka Pemerintah Desa beserta masyarakat mendirikan lembaga usaha, yaitu Badan Usaha Milik Desa. Melalui badan permusyawaratan desa yang terdiri atas Pemerintah Desa, Badan Permasyarakatan Desa, dan Unsur Masyarakat guna menyepakati hal yang bersifat strategis (Riyanti, 2021). BUMDes merupakan lembaga usaha desa yang tujuan utamanya memberikan pinjaman pembiayaan usaha terhadap pelaku usaha. Selain itu, BUMDes terdiri dari usaha-usaha yang meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pertumbuhan UMKM (Heryani et al., 2020). Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang pemerintah daerah, menjelaskan BUMDes didirikan guna meningkatkan pendapatan asli desa (Undang-Undang,

2005). Keberadaan BUMDes sendiri memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan pemenuhan kebutuhan dasar desa. BUMDes dan UMKM sendiri di desa saling berhubungan. BUMDes tidak hanya menunjang oprasional desa, namun juga berupaya memenuhi kebutuhan masyarakatnya sendiri (Soleh, 2019).

Kemudian dalam pelaksanaannya, BUMDes tidak hanya berorientasi terhadap keuntungan finansial saja, namun juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan harus mampu menjalankan unit usaha untuk memanfaatkan potensi perekonomian desa. BUMDes ditentukan berdasarkan dengan peraturan desa, di mana kepengurusan BUMDes terdiri atas pemerintah desa dan masyarakatnya. Maka dari itu, BUMDes selain bertujuan menyejahterakan individu juga menyejahterakan masyarakat banyak (Hidayah et al., 2018). Pemilihan BUMDes Piasa Kulon karena memiliki potensi pertumbuhan ekonomi yang sangat baik dilihat dari pengembangan sektor kuliner, pariwisata dan jasa. Sektor kuliner ditandai dengan banyaknya UMKM yang bermitra dengan BUMDes Piasa Kulon dalam sektor pariwisata yaitu Embung Rawa Bener, Piasa Kulon. Selain itu, Embung Rawa Bener digunakan sebagai tempat pemancingan dengan tiket masuk sebesar Rp 25.000,- per orang (Firmansyah, 2023).

Menindaklanjuti progam 1000 Embung di Jawa Tengah, BUMDes Piasa Kulon merupakan salah satu BUMDes yang menjalankan progam tersebut (Dewi et al., 2022). Dari sini, BUMDes Piasa Kulon mengembangkan Embung menjadi sektor pariwisata sehingga menarik daya minat pengunjung dan menambah pendapatan masyarakat selain untuk irigasi pertanian. BUMDes Piasa Kulon juga mengembangkan kemitraan bagi pelaku UMKM yang ada pada Pasar Piasa Kulon serta mewadahi UMKM BUMDes Piasa Kulon dalam memberikan layanan simpan pinjam khususnya kepada warga Desa Piasa Kulon (Tugas, 2017). BUMDes Manunggal Jaya Piasa Kulon unit simpan pinjam juga bekerja sama dengan BKAD (Badan Kerja sama Antar Desa) Kec. Somagede dari segi administrasi dan permodalan. Secara berkala, pemerintah desa Piasa Kulon selalu mengadakan event-event yang menarik daya minat penunjang (Budhie & Yulia, 2022). Contohnya mulai dari bazar ramadhan, pertunjukan seni daerah, maupun sebagai tempat pemancingan. Namun, menurunnya jumlah wisatawan secara

signifikan ketika tidak ada event-event tersebut sangat berpengaruh terhadap pendapatan para pelaku UMKM (Piasa, 2018).

UMKM di BUMDes Piasa Kulon sendiri dalam menjalani bisnisnya mengalami beberapa kendala, diantaranya seperti : 1) Daya beli masyarakat tidak seimbang dengan pelaku usaha yang semakin banyak. 2) UMKM di BUMDes Piasa Kulon hanya mengandalkan event-event yang ada, di mana event tersebut terbatas pada waktu itu saja. 3) Minimnya sumber daya manusia yang dapat mengembangkan inovasi yang sebelumnya sudah ada. Potensi yang dapat dikembangkan kembali yaitu berkolaborasi dengan para seniman muda baik yang tradisional maupun moderen sekaligus pengembangan yang lebih baik lagi baik dari pelaku usaha maupun dari Pengurus BUMDes Piasa Kulon itu sendiri. Selain itu, di era digital ini baik pelaku usaha maupun dari pihak BUMDes bisa melakukan promosi melalui media sosial seperti *Tiktok*, *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, dan lainnya guna meningkatkan meningkatkan pendapatan.

Pada penelitian sebelumnya, menurut Ingesti Lady Rara Prastiwi mengenai Strategi Pengembangan UMKM Desa Pekarungan Berbasis Analisis SWOT lebih difokuskan terhadap pengembangan pelaku UMKM sehingga masih banyak kendala dalam mengembangkan UMKM Desa Pekarungan itu sendiri. Jika dilihat dari hasil penelitian, Pemerintah Desa Pekarungan kurang berperan serta dalam Pengembangan UMKM yang ada di Desa Pekarungan (Prastiwi et al., 2022).

Selanjutnya, penelitian mengenai Analisis Strategi Pengembangan Umkm Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec.Selesai Kab.Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik) yang dilakukan oleh Suci Rahmadani menghasilkan perkembangan yang terus membaik. Hasil penelitian menunjukkan dalam pengembangan UMKM strategi yang meliputi : 1) Produk yang berkualitas; 2) Harga yang terjangkau; 3) Lokasi Pemasaran; 4) Promosi yang tepat sasaran (Rahmadani, S. 2021). Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)”**.

## B. Definisi Operasional

Untuk memandu operasionalisasi penelitian ini secara lebih tepat, maka ada beberapa kata kunci yang perlu didefinisikan secara oprasional. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini. Untuk itu, penulis jabarkan beberapa istilah mengenai beberapa kata kunci yang terdapat pada judul penelitian ini sebagai berikut :

### 1. Strategi Pengembangan

Menurut pendapat Serdamayanti menyatakan bahwa strategi adalah rencana jangka panjang, diikuti tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya adalah tujuan “kemenangan”. Asal kata “strategi” turunan dari kata dalam Bahasa Yunani, ‘*strategos*’ (Cahyono, 2016). Sementara itu menurut Jauch dan Glueck, strategi adalah rencana yang menyatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai, melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Nuroni & Adiguna, 2017).

Kata Pengembangan yang termuat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai proses, cara, pembuatan, dan mengembangkan (Diana et al., 2017). Pengembangan sendiri Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002 Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada atau menghasilkan teknologi baru (Kabupaten et al., 2018). Menurut Gagne dan Brings dalam Warsita, Pengembangan adalah suatu sistem pembelajaran yang bertujuan untuk membantu proses belajar peserta didik, yang berisi serangkaian peristiwa yang dirancang untuk mempengaruhi dan mendukung terjadinya proses belajar yang bersifat internal atau segala upaya untuk menciptakan kondisi degan sengaja agar tujuan pembelajaran dapat tercapai (Jupri et al., 2021).

Untuk Strategi Pengembangan sendiri menurut Agustinus Sri Wahyudi adalah usaha terencana di dalam suatu wadah kegiatan usaha suatu atau kelompok dalam proses peningkatan sistem kerjanya guna mencapai suatu tujuan tertentu



(Heryani et al., 2020). Sedangkan menurut Strategi pengembangan menurut Indra Wijaya adalah usaha menyeluruh, yaitu memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang dirancang untuk meningkatkan efektifitas dan kesehatan organisasi melalui pengguna beberapa teknik intervensi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku (Novianti & Wizanasari, 2022). Menurut James L. Gibson strategi pengembangan adalah usaha yang terencana dan berkelanjutan untuk menerapkan ilmu perilaku guna pengembangan sistem dengan menggunakan metode-metode refleksi dan analisis diri (Yunita et al., 2019).

Strategi pengembangan adalah cara atau strategi yang digunakan sebagai wadah atau tempat guna proses suatu perubahan berencana yang memerlukan dukungan semua pihak, antara lain pengelolaan dan karyawan dengan perubahan-perubahan itu diharapkan dapat mengembangkan dan meningkatkan suatu perusahaan, yang memerlukan usaha jangka pendek, menengah, dan panjang guna mendapatkan perubahan yang akan terjadi pada masa mendatang (Mulyadi, 2018).

## 2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut M.Kwartono, UMKM merupakan aktivitas ekonomi masyarakat yang memiliki kekayaan bersih maksimum Rp 200.000.000,- di mana tanah dan bangunannya tidak ikut dihitung. Atau mereka yang memiliki omzet penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- dan semuanya milik pribadi (Muliawati & Susanti, 2022). Sedangkan menurut Rudjito, UMKM merupakan usaha yang memiliki peranan penting terhadap perekonomian negara, baik dari jumlah tenaga kerja maupun dari lapangan kerja yang tercipta (Pujiono et al., 2018).

Definisi UMKM menurut Kementrian Koperasi dan UMKM dimana Usaha Kecil (UK), termasuk usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 s.d. Rp.10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan (Hidayat et al., 2022b).

### 3. Pendapatan

Hartanto menyimpulkan bahwa pendapatan merupakan kenaikan atau bertambahnya aset atau berkurangnya liabilitas perusahaan akibat dari aktivitas operasional atau pengadaan barang dan jasa terhadap masyarakat khususnya terhadap pelanggan (Yoshanda, 2020). Sedangkan menurut Sohib, Pendapatan adalah salah satu aliran masuk aktiva yang dihasilkan dari penyerahan barang atau jasa yang dilakukan oleh unit usaha selama jangka waktu tertentu. Bagi pelaku usaha, pendapatan yang diperoleh dari kegiatan pokok akan meningkatkan nilai aset perusahaan yang juga meningkatkan modal perusahaan. Namun, untuk tujuan akuntansi tambahan modal yang dihasilkan dari penyerahan barang atau jasa dicatat secara terpisah pada akun pendapatan (Lumintang, 2013).

Pendapatan nasional memiliki arti khusus dilambangkan dengan huruf Y. Perhitungan pendapatan nasional dilakukan pertama kali oleh Sir William Petty di Inggris pada tahun 1665. Ketika itu Petty menamakannya dengan “Pendapatan Masyarakat” yang merupakan penjumlahan dari nilai upah yang diterima oleh masyarakat dan nilai pendapatan yang diterima oleh negara dalam waktu setahun. Yang disebut terakhir ini bersumber dari perolehan sewa, bunga, dan keuntungan perusahaan negara. Pendapatan masyarakat sekaligus juga merupakan pengeluaran masyarakat, yaitu pengeluaran konsumsi masyarakat dan surplus pendapatan yang tidak dikonsumsi. Dengan kata lain, pendapatan masyarakat yang ditaksir oleh Sir William Petty saat itu sudah menggunakan pendekatan pendapatan dan pendekatan pengeluaran. Penaksiran yang lebih sistematis dikerjakan oleh Gregory King pada tahun 1696. Pada waktu itu, King menambahkan nilai investasi sebagai salah satu unsur pendapatan nasional (Hasan et al., 2023).

### 4. Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti, ia menjelaskan bahwa Analisis SWOT diartikan sebagai tindakan mengidentifikasi kondisi dari empat perspektif, diantaranya seperti : Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Ancaman (*Treath*) (Pujiono et al., 2018). Sedangkan menurut Galavana, Analisis SWOT merupakan kombinasi dalam menggambarkan dan membandingkan



sebagai kondisi dan cara mengevaluasi permasalahan bisnis atau lembaga lainnya menggunakan faktor eksternal dan internal yaitu dengan *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Treath* (Prastiwi et al., 2022).

Pendekatan SWOT melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, di mana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan dari peluang (*opportunities*), selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru (Wiswasta et al., 2018).

Matriks IE atau Matriks Internal-Eksternal telah dikembangkan oleh model *General Electric* (GE-Model). Sumbu horisontal pada matriks IE menunjukkan skor total IFAS, pada sumbu vertikal menunjukkan skor nilai EFAS, sedangkan pada sumbu horizontal skor antara 1,00 sampai 1,99 menunjukkan posisi internal lemah. Skor 2,00 sampai 2,99 menunjukkan rata-rata. Skor 3,00 sampai 4,00 menunjukkan posisi internal kuat. Begitu juga pada sumbu vertikal yang menunjukkan pengaruh eksternal (Setyorini & Santoso, 2017).

## 5. BUMDes

Pradyani menjelaskan, BUMDes merupakan badan usaha yang didirikan oleh pemerintah desa dan masyarakat sebagai pengelolanya yang dilakukan secara bersama dengan tujuan mendapatkan keuntungan bersama sebagai salah satu sumber pendapatan asli desa (Soleh, 2017). Sedangkan menurut Maryunani, BUMDes merupakan lembaga usaha yang dikelola pemerintah desa dan masyarakat dalam rangka upaya memperkuat perekonomian desa dan membangun kerekatan social masyarakat yang dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desanya (Yoshanda, 2020).

Permendesa PDTT Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pendirian BUMDes menyatakan bahwa keberadaan BUMDes penting bagi pembangunan perekonomian desa, karena BUMDes menjalankan beberapa tugas antara lain optimalisasi aset untuk potensi desa dan kesejahteraan desa. Mengembangkan kerjasama dengan pihak eksternal, membangun jaringan pasar yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat desa, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat dan PAD. Berdasarkan peran tersebut, BUMDes dapat dikatakan menjalankan dua fungsi sekaligus, yaitu fungsi ekonomi dan sosial. Fungsi perekonomian dapat dilihat dari bentuk BUMDesa sebagai lembaga perekonomian yang berorientasi pada keuntungan. BUMDesa kini juga dapat dikatakan sebagai lembaga sosial, karena kegiatan yang dilakukan harus sejalan dengan kepentingan dan kebutuhan masyarakat desa (Titioka et al., 2020).

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang perlu dikemukakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT di BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas?
2. Apa saja faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam Pengembangan UMKM Berbasis Analisis SWOT di BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Sebagaimana rumusan masalah yang telah diajukan, maka dengan adanya penelitian mengenai Strategi Pengembangan UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas) maka akan diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui bagaimana Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT di BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas.
- b. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mendukung dan menghambat Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT di Desa Piasa Kulon, Somagede, Banyumas.

## 2. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi pada masyarakat luas, khususnya kepada :

### a. Penulis

Menambah wawasan mengenai Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas).

### b. Pembaca

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas, khususnya kepada para akademisi dan pengusaha yang membutuhkan penyelesaian suatu permasalahan yang berkaitan penelitian ini sebagai rujukan referensi penelitian selanjutnya maupun data informasi.

### c. BUMDes Piasa Kulon

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai strategi-strategi yang digunakan untuk mengembangkan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat berbasis Analisis AWOT pada BUMDes dan memberikan hal-hal yang diperlukan untuk bahan evaluasi BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas.

## E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka atau tinjauan pustaka merupakan kumpulan teori yang diperoleh dari berbagai sumber, kemudian dapat dijadikan sebagai acuan dalam melaksanakan kegiatan penelitian karya ilmiah. Dalam hal ini, kajian pustaka dapat diperoleh dari berbagai jenis sumber mulai dari jurnal, makalah, artikel, berita, surat kabar, dan lain sebagainya.

Penulis menyadari sebenarnya tidak ada penelitian yang murni. Oleh sebab itu, dalam penulisan penelitian ini penulis telah melakukan beberapa tinjauan terhadap penelitian sebelumnya terkait dengan Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT yang dapat dijadikan sebagai literatur lebih lanjut, diantaranya sebagai berikut :

Pertama, penelitian mengenai Strategi Dinas Koprasi dan UMKM Kabupaten Karawang dalam Pemberdayaan UMKM (Wulansari et al., 2021). Dalam penelitian ini menekankan pada sumber daya manusia yang dimiliki harus dikelola sebaik mungkin guna menunjang pertumbuhan ekonomi yang lebih baik kembali.

Kedua, penelitian mengenai Strategi Pengembangan UMKM melalui Analisis SWOT (Studi Pada Usaha UMKM Gorengan Di Lokasi Wisata Juma Bakal Desa Dokan). Penelitian ini menunjukkan kelebihan lebih banyak dibandingkan dengan kelemahannya. Sedangkan untuk faktor eksternal, hasilnya menunjukkan peluang lebih besar dibandingkan ancaman, sehingga dapat dikatakan usaha yang baik (Tarigan & Ompusungu, 2023).

Ketiga, meneliti mengenai Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Di Desa Nembol, Kecamatan Mandalawangi, Kabupaten Pandeglang, Banten. Pada penelitian ini berisi mengenai permasalahan yang dihadapi setiap pelaku UMKM mengenai keuangan, produksi, sumber daya manusia dan lain sebagainya yang belum terpenuhi dengan baik (Idayu et al., 2021).

Keempat, penelitian ini mengenai Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo. Penelitian ini menunjukkan perlunya sinergi antara pelaku UMKM dalam peningkatan kualitas produk dan pelayanan, serta perlunya dukungan penuh dari pihak pemerintah pusat maupun swasta dalam meningkatkan permodalan (Tadjuddin & Mayasari, 2019).

Kelima, Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec. Selesai Kab. Langkat (Studi Kasus pada *Home Indusy* Kerupuk & Keripik). Penelitian ini menggunakan strategi pengembangan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan tujuan UMKM

dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang berdampak pada pendapatan masyarakat lebih baik lagi (Wulansari et al., 2021).

Sebagai pembandingan dengan penelitian terdahulu dan penelitian ini, disajikan tabel perbandingan mengenai persamaan dan perbedaan penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 1.3 Perbandingan Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu**

No.	Judul Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1.	Strategi Dinas Koprasi dan UMKM Kabupaten Karawang dalam Pemberdayaan UMKM (Wulansari et al., 2021)	a. Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. b. Sama-sama menggunakan objek wisata sebagai tempat penelitian.	a. Variabel yang diteliti berbeda. b. Fokus penelitian pada pemberdayaan UMKM.
2.	Strategi Pengembangan UMKM melalui Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Usaha UMKM Gorengan Di Lokasi Wisata Juma Bakal Desa Dokan (Tarigan & Ompusungu, 2023)	a. Variabel yang diteliti sama. b. Sama-sama menggunakan UMKM sebagai objek penelitian.	a. Spesifikasi konsep permasalahan yang berbeda. b. Berbeda pada jumlah objek yang diteliti.
3.	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Perekonomian	a. Menggunakan variabel yang sama. b. Persamaan pada teknik pengambilan data.	a. Tidak ada spesifikasi variabel yang diteliti. b. Berbeda pada



	Masyarakat Desa Di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten (Idayu et al., 2021)		tujuan penelitiannya.
4.	Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo (Tadjuddin & Mayasari, 2019)	a. Variabel yang diteliti sama. b. Persamaan pada teknik pengambilan data.	a. Berbeda pada spesifikasi yang diteliti. b. Penelitian hanya terfokus pada ekonomi kreatif.
5.	Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec. Selesai Kab. Langkat (Studi Kasus pada <i>Home Industry</i> Kerupuk & Keripik) (S. Rahmadani, 2021)	a. Variabel yang diteliti sama. b. Sama-sama menganalisis Strategi Pengembangan UMKM.	a. Lebih dalam meneliti Strategi Pengembangan UMKM. b. Perbedaan pada jumlah objek penelitiannya.

#### F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam penyusunan serta pemahaman terhadap penelitian ini, maka penulis menguraikan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan : Bab ini berisi mengenai gambaran umum terkait penelitian yang dilakukan. Memuat tentang latar belakang masalah, rumusan

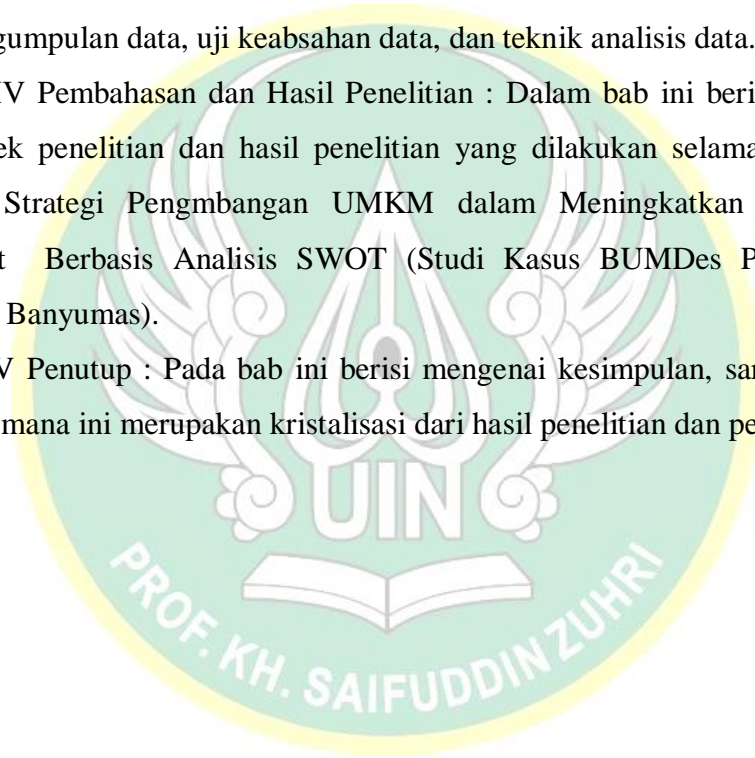
masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori : Bab ini memuat uraian landasan teori yang akan digunakan dalam penyusunan skripsi dan landasan teologis yang berisi penjelasan mengenai teori Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT.

BAB II Metode Penelitian : Bab ini berisi mengenai metode yang digunakan pada penelitian untuk mencari sumber data, diantaranya yaitu jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Pembahasan dan Hasil Penelitian : Dalam bab ini berisi gambaran umum objek penelitian dan hasil penelitian yang dilakukan selama dilapangan mengenai Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas).

BAB V Penutup : Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan, saran dan kata penutup di mana ini merupakan kristalisasi dari hasil penelitian dan pembahasan.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Landasan Teori

#### 1. Konsep Strategi Pengembangan

Menurut Joseph Schumpeter (2022) dalam teorinya mengenai inovasi dan kewirausahaan mengemukakan beberapa indikator utama yang relevan untuk strategi pengembangan UMKM. Joseph Schumpeter menekankan bahwa wirausaha adalah agen perubahan yang membawa inovasi sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi dan pengembangan usaha kecil dan menengah. Ia percaya bahwa wirausaha penting untuk pembangunan ekonomi karena mereka bersedia mengambil risiko dan menciptakan ide-ide baru yang dapat mengarah pada pertumbuhan ekonomi. Ia berpendapat bahwa pembangunan ekonomi adalah serangkaian siklus *boom-and-bust*, yang didorong oleh gelombang inovasi dan perubahan teknologi. Selain itu, Schumpeter menekankan peran sistem perbankan dalam menyediakan dana yang diperlukan bagi pengusaha untuk melakukan kegiatan inovatif (Mukhyar & Puspita, 2022). Berikut adalah beberapa indikator utama yang relevan berdasarkan pemikiran Joseph Schumpeter : a) Inovasi Produk. b) Inovasi Proses. c) Pembukaan Pasar Baru. d) Pengembangan Sumber Daya Manusia. e) Penerapan teknologi baru. f) Akses ke Pembiayaan. g) Strategi Pemasaran Inovatif. h) Kolaborasi dan jaringan. i) Rekayasa ulang struktur organisasi. j) Peningkatan manajemen resiko.

Strategi pengembangan merupakan gabungan dari dua suku kata, yaitu strategi dan pengembangan. Strategi berasal dari bahasa Yunani "*Strategos*" yang memiliki arti "Umum" atau suatu cara yang dilakukan para pemimpin perang agar memenangkan pertempuran. Pengertian ini juga dikemukakan oleh Clausewitz yang menyebutkan mengenai strategi adalah seni berperang guna memenangkan peperangan. Oleh karena itu, strategi sangat berkaitan erat dengan bidang peperangan karena istilahnya sering dipergunakan. Sementara menurut Jauch dan Glueck menjelaskan bahwa strategi adalah rencana yang menyatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dan tantangan lingkungan yang dirancang guna memastikan rancangan tujuan utama

perusahaan dapat dicapai melalui cara-cara yang dilakukan dalam perusahaan (Yunita et al., 2019).

Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002, Pengembangan merupakan kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan ilmu teori pengetahuan yang telah secara nyata dapat meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan serta teknologi yang sudah ada ataupun menghasilkan ide-ide baru. Menurut Gegne dan Brings, pengembangan merupakan salah satu sistem pembelajaran yang memiliki tujuan untuk membantu proses belajar siswa yang berisi serangkaian kegiatan untuk memengaruhi dan mendukung terjadinya proses belajar yang bersifat internal atau segala cara untuk menciptakan suasana yang nyaman guna mencapai tujuan pembelajaran (Prawesti, 2017).

Menurut Indra Wijaya (2018) dalam (Yunita et al., 2019), strategi pengembangan merupakan usaha menyeluruh yang membutuhkan dukungan pemimpin atas rancangan guna meningkatkan efektifitas dan kesehatan perusahaan menggunakan beberapa metode intervensi dengan menerapkan pengetahuan dari ilmu-ilmu perilaku. Sedangkan menurut James L. Gibson (2019), strategi pengembangan merupakan usaha terencana dan berkelanjutan guna menerapkan ilmu perilaku dalam pengembangan sistem yang menggunakan metode-metode refleksi dan analisis diri. Strategi pengembangan ialah cara atau strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan guna proses suatu perubahan terencana yang memerlukan dukungan semua pihak terkait, diantaranya pengelola, karyawan maupun pimpinan dari perusahaan. Dengan perubahan itu, diharapkan dapat mengembangkan dan meningkatkan suatu perusahaan guna memperoleh perubahan pada masa mendatang melalui usaha jangka pendek, menengah, maupun panjang (Yunita et al., 2019).

Strategi pengembangan adalah serangkaian tindakan yang membutuhkan keputusan dari manajemen puncak untuk mengembangkan usaha dan merealisasikannya. Selain itu, strategi ini sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup organisasi dalam jangka panjang, setidaknya selama lima tahun ke depan, sehingga orientasinya adalah ke masa depan. Fungsi dari strategi

pengembangan adalah merumuskan dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan. Perumusan strategi ini merupakan bagian dari rencana jangka panjang untuk manajemen yang efektif dalam memanfaatkan peluang dan merespons kondisi lingkungan, dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan perusahaan (Nursetiawan, 2018). Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung dari kegiatan fungsional yang dilakukan oleh manajemen. Perumusan strategi mencakup diantaranya :

- a. Kegiatan mengembangkan visi misi dari suatu usaha.
- b. Mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan.
- c. Menentukan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan.
- d. Menetapkan tujuan jangka panjang dari perusahaan.
- e. Membuat strategi alternatif untuk perusahaan.
- f. Memilih strategi tertentu yang paling sesuai untuk digunakan.

Suatu strategi dikatakan sebagai strategi pengembangan jika secara sengaja perusahaan mendesain dan mengaplikasikannya guna meningkatkan status, kapasitas, dan sumber daya yang pada akhirnya akan melahirkan badan perusahaan baru yang lebih baik dan berbeda di masa mendatang (A. Amalia, 2016).

## **2. Konsep UMKM**

UMKM sendiri menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengenai UMKM, menjelaskan bahwa ‘UMKM merupakan usaha yang dimiliki oleh perseorangan atau kelompok dalam jumlah kecil yang menghasilkan jumlah kekayaan atau pendapatan tertentu sebagaimana yang termuat dalam Undang-Undang’. UMKM adalah usaha yang dilakukan oleh perorangan, kelompok, badan usaha kecil maupun rumah tangga yang memenuhi kriteria usaha mikro dan diklasifikasikan berdasarkan nominal perputaran tahunan, total kekayaan atau aset, maupun jumlah karyawan (Hidayat et al., 2022b).

Menurut M. Kwartono, UMKM adalah aktivitas ekonomi masyarakat dengan kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000,- tanpa memperhitungkan tanah dan bangunan. Selain itu, UMKM juga mencakup mereka yang memiliki omzet



penjualan tahunan tertinggi Rp 1.000.000.000,- dan seluruhnya dimiliki secara pribadi. Sementara itu, menurut Rudjito, UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian negara, baik dari segi jumlah tenaga kerja maupun ketersediaan lapangan pekerjaan (R. D. Rahmadani & Subroto, 2022).

Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM, UMKM terbagi menjadi dua kategori: Usaha Kecil (UK) dan Usaha Mikro (UMi). Usaha Kecil adalah entitas bisnis dengan kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta penjualan tahunan maksimal Rp 1.000.000.000. Sedangkan, Usaha Menengah adalah entitas bisnis milik warga negara Indonesia dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 200.000.000 hingga Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha (Wulansari et al., 2021).

Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Adrianto, 2017). Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah berdasarkan pada perkembangan Undang-Undang dilihat dari sudut pandang dalam mengelompokkannya dalam beberapa kriteria sebagai berikut :

- a. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang mempunyai jiwa kewirausahaan dan dapat bekerjasama dalam bidang subkontrak maupun ekspor impor.
- b. *Micro Enterprise*, adalah Usaha Kecil Menengah yang mempunyai keahlian sebagai pengrajin tetapi belum mampu melakukan wirausaha.
- c. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai peluang kerja guna mencari nafkah atau yang lebih sering dikenal sebagai sektor informal. Salah satu contohnya yaitu pedagang kaki lima.

Selain Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tersebut, mengenai aturan hukum atau dasar hukum yang mengatur UMKM di Indonesia diantaranya sebagai berikut :

- a. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 mengenai Usaha Kecil.
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 mengenai Kemitraan.

- c. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 mengenai Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil.
- d. Intruksi Presiden Nomor 10 Tahun 1999 mengenai Pemberdayaan Usaha Menengah.

Posisi strategis UMKM di Indonesia didasari oleh akses terhadap pasar lokal yang luas serta fleksibilitas dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar yang dinamis diantaranya :

- a. UMKM tidak memerlukan modal besar sebagai mana perusahaan besar dalam pendirian usaha. Sehingga UMKM lebih mudah dari segi permodalan.
- b. Tenaga kerja yang diperlukan tidak memerlukan kualifikasi pendidikan formal yang tinggi. Keahlian yang diperlukan tidak bergantung pada tingkat pendidikan formal yang tinggi.
- c. Sebagian besar pelaku UMKM berada di daerah pedesaan, sehingga tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar lainnya dalam kebutuhan oprasional setiap waktu.
- d. UMKM secara nyata mempunyai ketahanan yang kuat dan mampu bertahan ketika mengalami krisis perekonomian.

### **3. Konsep Pendapatan**

Pendapatan nasional memiliki makna khusus yang dilambangkan dengan simbol 'Y'. Pertama kali dihitung oleh Sir William Petty di Inggris pada tahun 1665, ia menyebutnya sebagai 'Pendapatan Masyarakat', yang merupakan total dari upah yang diterima oleh masyarakat dan pendapatan negara dalam periode satu tahun. Nilai upah tersebut berasal dari pendapatan sewa, bunga, dan keuntungan dari usaha yang dilakukan. Selain itu, pendapatan masyarakat juga mencakup pengeluaran masyarakat, yaitu pengeluaran untuk konsumsi dan pendapatan yang tidak dikonsumsi. Dengan demikian, penilaian pendapatan masyarakat oleh Sir William Petty sudah menggunakan pendekatan pendapatan dan pengeluaran. Penaksiran yang lebih sistematis dilakukan oleh Gregory King pada tahun 1696, yang menambahkan nilai investasi sebagai bagian dari pendapatan nasional (Yoshanda, 2020).

Hartanto menjelaskan, pendapatan merupakan kenaikan atau bertambahnya aset atau berkurangnya liabilitas perusahaan akibat dari kenaikan aktivitas operasional atau pengadaan barang jasa terhadap masyarakat khususnya terhadap pelanggan. Sedangkan menurut Sohib, pendapatan merupakan salah satu aliran aktiva aktif yang diperoleh dari penyerahan barang atau jasa yang dijalankan oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Bagi setiap pelaku usaha, pendapatan yang diperoleh dari kegiatan pokok usaha akan meningkatkan nilai aset perusahaan yang diikuti meningkatnya modal perusahaan. Namun berbeda jika dalam akuntansi, bertambahnya modal perusahaan yang dihasilkan dari penyerahan barang atau jasa dicatat secara terpisah pada akun pendapatan perusahaan (Muliawati & Susanti, 2022).

Secara umum, pendapatan dihasilkan dari penjualan barang atau jasa kepada pihak lain dalam suatu periode tertentu. Pendapatan dapat berasal dari berbagai aktivitas seperti penjualan, proses produksi, pemberian jasa termasuk pengangkutan, dan proses penyimpanan (proses perolehan pendapatan). Dalam perusahaan dagang, pendapatan diperoleh dari penjualan barang dagangan. Pada perusahaan manufaktur, pendapatan diperoleh dari penjualan produk yang telah selesai diproduksi. Sementara itu, untuk perusahaan jasa, pendapatan berasal dari pemberian jasa kepada pihak lain (Sarfiah et al., 2019). Adapun jenis-jenis pendapatan dari suatu kegiatan perusahaan diantaranya sebagai berikut :

a. Pendapatan Operasional

Menurut Dyckman, pendapatan pada dasarnya berasal dari beragam sumber, seperti penjualan produk atau jasa, investasi, dan penerimaan lainnya. Pendapatan juga dapat timbul dari kegiatan operasional seperti penjualan barang atau layanan, serta dari aset produktif seperti saham atau properti. Dalam konteks bisnis, pendapatan adalah salah satu indikator utama kesehatan finansial perusahaan (Nawangwulan et al., 2018). Adapun sebagai berikut penjelasannya :

- 1) Pendapatan yang diperoleh perusahaan dari kegiatan usaha yang dilaksanakan sendiri tanpa diikuti penyerahan jasa yang sudah selesai diproduksi.

- 2) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha dengan adanya kesepakatan diantara kedua belah pihak, misalnya penjualan konsinyasi.
- 3) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dilakukan melalui kerjasama dengan para investor.

b. Pendapatan Non- Operasional

Pendapatan non-operasional merupakan pemasukan yang berasal dari sumber di luar kegiatan pokok perusahaan dan tidak terjadi secara rutin dalam jangka waktu panjang. Meskipun tidak terjadi secara terus-menerus, pendapatan ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendukung operasional perusahaan. Pendapatan tersebut tidak tergolong sebagai pendapatan utama perusahaan, namun bisa menjadi sumber tambahan yang penting bagi keberlangsungan operasionalnya (Nurul Khaeria et al., 2023).

Dari timbulnya sumber pendapatan tersebut, disimpulkan bahwa sumber pendapatan meliputi semua hasil yang diperoleh perusahaan, baik dari penjualan barang jasa, investasi maupun lainnya (Lumintang, 2013). Terkait dengan oprasi perusahaan, sumber dan jenis pendapatan dikelompokkan dalam 2 aspek sebagai berikut :

a. Pendapatan dari operasional normal perusahaan.

Pendapatan dari operasional normal perusahaan atau pendapatan oprasional merupakan bagian dari total pendapatan yang diperoleh dari aktifitas bisnis inti dan rutin perusahaan. Pendapatan ini tidak termasuk keuntungan atau kerugian dari aktifitas non operasional, seperti penjualan aset atau investasi. Contohnya perusahaan X merupakan produsen perangkat elektronik, maka sumber pendapatan operasionalnya dari penjualan produk elektronik, layanan perbaikan dan pemeliharaan, penjualan langganan *software*, dan komisi penjualan afiliasi (Yoshanda, 2020).

b. Pendapatan dari luar operasional perusahaan.

Pendapatan dari operasional perusahaan atau pendapatan non operasional merupakan pendapatan yang diperoleh dari aktifitas yang tidak terkait dengan bisnis perusahaan. Pendapatan ini biasanya bersifat insidental atau tidak



berulang, dan sering kali tidak diharapkan menjadi sumber pendapatan utama. Contohnya perusahaan Y merupakan produsen perangkat keras komputer, maka sumber pendapatan non oprasionalnya berupa bunga dan deviden, keuntungan dari penjualan aset, sewa properti, royalti dan ganti rugi asuransi.

#### **4. Konsep Analisis SWOT**

Menurut Freddy Rangkuti (2021), Analisis SWOT adalah metode untuk mengidentifikasi kondisi dari empat perspektif : Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Ancaman (*Threats*). Salah satu pencetus Analisis SWOT yaitu Albert S. Humphery, Ia menyatakan metode sederhana yang menganalisis sebuah organisasi maupun perusahaan guna mengurangi potensi kelemahan dan ancaman (1960) dalam (D. Lestari & Adyas, 2021). Sementara itu, Galavana (2019) menjelaskan bahwa Analisis SWOT merupakan kombinasi yang digunakan untuk menggambarkan dan membandingkan kondisi, serta mengevaluasi masalah perusahaan dengan mempertimbangkan faktor eksternal dan internal, yaitu Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. (Ismail, 2020).

Analisis SWOT didasari pada logika dengan cara memaksimalkan kekuatan dan peluang faktor internal perusahaan, meminimalkan kelemahan dan ancaman eksternal perusahaan sekaligus pengambilan keputusan strategis yang selalu berkaitan dengan pengembangan visi misi perusahaan, tujuan perusahaan, strategi perusahaan, dan kebijakan-kebijakkan yang diambil perusahaan. Perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan yaitu kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman pada kondisi saat ini (Kamaluddin, 2020).

Pendekatan SWOT melibatkan penetapan tujuan yang lebih spesifik bagi suatu bisnis dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pencapaian tujuan tersebut. Analisis ini dilakukan dengan menganalisis dan memilih berbagai aspek yang mempengaruhi keempat faktor SWOT dan menerapkannya dalam matriks SWOT. Aplikasi SWOT mencakup bagaimana kekuatan dapat memanfaatkan peluang, cara mengatasi kelemahan yang menghalangi pemanfaatan peluang, bagaimana kekuatan dapat menghadapi



ancaman, dan cara mengatasi kelemahan yang membuat ancaman menjadi nyata. Dengan demikian, SWOT membantu bisnis merancang strategi yang efektif berdasarkan analisis mendalam dari faktor-faktor internal dan eksternal (Pujiono et al., 2018).

Analisis SWOT dilakukan identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Subaktilah et al., 2018). Adapun penjelasan mengenai SWOT menurut David (2017) diantaranya :

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan merupakan faktor pendorong dari dalam perusahaan antara lain dari sumber daya, keterampilan, atau mengenai keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan. Kekuatan juga merupakan salah satu kompetensi khusus yang dimiliki perusahaan yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan tersebut (Nisak, 2004).

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan perusahaan pada sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran yang menjadi sumber kelemahan perusahaan (Kamaluddin, 2020).

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang ialah situasi yang memberikan keuntungan bagi suatu perusahaan. Faktor peluang ini biasanya berasal dari luar perusahaan seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok (Mukhyar & Puspita, 2022).

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi penting yang tidak menguntungkan bagi lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan faktor penghambat atau hal-hal yang dapat mengancam stabilitas perusahaan. Adanya peraturan-peraturan

pemerintah yang baru atau yang sudah direvisi dapat menjadi ancaman bagi kesuksesan perusahaan (Nisak, 2004).

Analisis SWOT merupakan cara atau langkah untuk menghasilkan berbagai alternatif strategi dalam formulasi strategi. Dengan empat tipe strategi yang dihasilkan melalui kombinasi kekuatan-kelemahan, kelemahan-peluang, kekuatan-ancaman, dan kelemahan-ancaman. Dalam analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) - ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) - kelemahan (*weakness*) (Pujiono et al., 2018). Adapun faktor eksternal dan internal yang perlu di dalam Analisis SWOT sebagai berikut :

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal mempengaruhi terbentuknya peluang dan ancaman. Di mana faktor ini terkait dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan dapat mempengaruhi di dalam pembuatan sebuah keputusan perusahaan (Nisak, 2004).

b. Faktor Internal

Faktor internal berpengaruh terbentuknya kekuatan dan kelemahan. Di mana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi di dalam suatu perusahaan, yang di mana kemudian mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) suatu perusahaan. Faktor internal ini berisi semua macam manajemen fungsional yang meliputi pemasaran, keuangan, operasional, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate cultur*) (A. Amalia, 2016).

### **Model Analisis SWOT**

Analisis SWOT sendiri membandingkan dengan faktor eksternal peluang-ancaman dengan faktor internal kekuatan-kelemahan. Faktor internal kemudian di masukkan ke dalam matrik yang disebut maktrik strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*) (Prayudi & Yulistria, 2020).

Sedangkan faktor eksternal di masukkan ke dalam matriks yang disebut matrik faktor strategi eksternal atau EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*). Setelah matrik faktor internal dan eksternal selesai disusun,

selanjutnya mengenai hasilnya dimasukkan ke dalam model kuantitatif, yakni matrik SWOT guna merumuskan strategi kompetitif perusahaan (Kamaluddin, 2020) sebagai berikut :

**Gambar 2.1 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)**

<b>Faktor</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>	<b>Keterangan</b>
Peluang	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Ancaman	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Total	X	X	X	

Sumber : Freddy Rangkuti, 2015 dalam (Karsafman & Iqbal, 2016)

**Gambar 2.2 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)**

<b>Faktor</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>	<b>Keterangan</b>
Peluang	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Ancaman	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Total	X	X	X	

Sumber : Freddy Rangkuti, 2015 dalam (Karsafman & Iqbal, 2016)

**Gambar 2.3 Matrik Faktor Strategi (SFAS)**

<b>Faktor</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>	<b>Keterangan</b>
Peluang	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Ancaman	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Total	X	X	X	

Sumber : Freddy Rangkuti, 2015 dalam (Karsafman & Iqbal, 2016)

Gambar 2.3 Diagram Matrik SWOT

<b>IFAS</b> <b>EFAS</b>	<b>STRENGTH (S)</b> <b>Tentukan 5-10 faktor</b> <b>kekuatan internal</b>	<b>WEAKNESS (W)</b> <b>Tentukan 5-10 faktor</b> <b>kelemahan internal</b>
<b>OPPORTUNITY (O)</b> <b>Tentukan 5-10 faktor</b> <b>ancaman eksternal</b>	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>THREAT (T)</b> <b>Tentukan 5-10 faktor</b> <b>ancaman eksternal</b>	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Strategi S-O (*Strength-Opportunity*), merupakan strategi yang dibuat berdasarkan jalan pikiran suatu perusahaan yaitu dengan menggunakan keseluruhan kekuatan guna merebut dan memanfaatkan peluang dengan sebesar-besarnya. Strategi S-T (*Strength-Threat*) merupakan strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan guna mengatasi ancaman. Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang dengan meminimalkan kelemahan yang dimilikinya. Strategi W-T (*Weakness-Threat*) merupakan strategi yang didasarkan terhadap kegiatan yang bersifat melindungi dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari adanya ancaman (Usman et al., 2024).

Dalam Analisis SWOT kemudian dalam memasukan hasil wawancara dalam tabel Matriks SWOT. Adapun langkah-langkah dalam menyusun Matriks SWOT antara lain sebagai berikut :

1. Tuliskan peluang eksternal perusahaan pada baris kedua, kolom kesatu.
2. Tuliskan ancaman eksternal perusahaan pada baris ketiga, kolom kesatu.

3. Tuliskan kekuatan internal perusahaan pada baris kesatu, kolom kedua.
4. Tuliskan kelemahan internal dengan peluang eksternal pada baris kesatu, kolom ketiga.
5. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat hasil S-O pada baris kedua kolom kedua.
6. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat hasil strategi W-O pada baris kedua kolom ketiga.
7. Mencocokkan kekuatan Internal dengan ancaman eksternal dan mencatat hasil strategi S-T pada baris ketiga kolom kedua.
8. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat hasil strategi W-T pada baris ketiga kolom ketiga.

#### **5. Konsep BUMDes**

Dari penjelasan yang diberikan, Pradyani (2019) menekankan bahwa BUMDes adalah badan usaha yang dibentuk oleh pemerintah desa dan masyarakat dengan tujuan mencapai keuntungan bersama sebagai sumber pendapatan asli dari desa. Sementara itu, menurut Maryunani, BUMDes merupakan lembaga usaha yang dikelola oleh pemerintah desa dan masyarakat dengan tujuan memperkuat perekonomian desa serta membangun solidaritas sosial berdasarkan kebutuhan dan potensi yang ada di desa tersebut. Dua pendekatan ini menunjukkan bahwa BUMDes memiliki peran strategis dalam pengembangan ekonomi lokal dan penguatan komunitas desa melalui pemanfaatan sumber daya lokal untuk kesejahteraan bersama (Yunita et al., 2019).

Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Nomor 4 Tahun 2015 menjelaskan mengenai keberadaan BUMDes penting bagi pembangunan perekonomian desa, karena BUMDes menjalankan beberapa tugas dan peran diantaranya :

- a. Optimalisasi aset guna potensi dan kesejahteraan desa.
- b. Mengembangkan kerjasama dengan pihak eksternal.
- c. Membangun jaringan pasar yang disesuaikan kebutuhan masyarakat desa.
- d. Menciptakan lapangan pekerjaan.



e. Meningkatkan pendapatan masyarakat dan PAD.

Berdasarkan tugas dan peran tersebut, BUMDes dapat dikatakan menjalankan dua fungsi sekaligus, yakni fungsi ekonomi dan sosial. Fungsi perekonomian dapat dilihat dari terbentuknya BUMDes sebagai fungsi perekonomian yang berorientasi terhadap keuntungan dari usaha yang dijalankan. Sedangkan disebut sebagai fungsi sosial dikarenakan semua kegiatan yang berjalan harus sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan masyarakat desa (Elva et al., 2021).

BUMDes adalah entitas bisnis yang dimiliki oleh penduduk desa dengan tujuan untuk mengembangkan ekonomi desa melalui pengelolaan sumber daya alam, potensi sosial, dan potensi ekonomi lokal. BUMDes dapat berbentuk koperasi, perusahaan terbatas (PT), atau bentuk lembaga usaha lainnya. Pendapatan yang dihasilkan oleh BUMDes dapat digunakan untuk mendukung pembangunan infrastruktur desa serta meningkatkan pendapatan penduduk desa. Pemerintah Indonesia memberikan dukungan melalui pelatihan, bantuan modal, dan akses pasar untuk memfasilitasi pendirian BUMDes (Hidayah et al., 2018).

Pendirian BUMDes bertujuan untuk meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan penduduk desa sebagai tujuan utamanya (Nursetiawan, 2018). Dengan adanya BUMDes, diharapkan dapat terwujud pembangunan desa berkelanjutan, mandiri, sejahtera, dan mampu mengatasi berbagai persoalan ekonomi masyarakat desa. Adapun beberapa tujuan khusus yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan penduduk desa dengan memanfaatkan sumber daya alam serta potensi sosial dan ekonomi yang ada di desa.
- b. Mendorong kemajuan ekonomi di pedesaan dengan memperluas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah tersebut.
- c. Meningkatkan kesempatan bagi penduduk desa untuk mendapatkan pekerjaan dan berwirausaha sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan di pedesaan.

- d. Meningkatkan keterlibatan dan disiplin masyarakat desa dalam mengembangkan ekonomi lokal untuk lebih memahami kemampuan mereka dalam mengelola bisnis secara efektif.
- e. Membuat dan memperkuat kerja sama antara Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dengan berbagai pihak terkait seperti pemerintah, lembaga keuangan, dan sektor swasta untuk mendukung pertumbuhan usaha di wilayah desa.
- f. Meningkatkan perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dan ramah lingkungan di desa dengan menggunakan sumber daya alam secara bijaksana serta menjaga keseimbangan ekosistem desa.

Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) telah diakui sebagai badan hukum (Amri, 2015). Hal ini memberikan BUMDes kapasitas untuk lebih mengakses permodalan dan memperkuat pengembangan perekonomian desa. Berikut adalah beberapa hal yang termasuk di antaranya :

- a. BUMDes adalah sebuah badan usaha yang dibentuk dan dikelola oleh masyarakat desa.
- b. BUMDes bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan cara mengelola sumber daya alam, potensi desa, serta potensi ekonomi yang dimiliki desa tersebut.
- c. BUMDes bisa berbentuk koperasi, perseroan terbatas (PT), atau jenis lembaga usaha lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan desa tersebut.
- d. BUMDes berhak mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam serta sumber daya lokal yang ada di wilayah desa tertentu.
- e. BUMDes dapat menjalankan berbagai kegiatan produktif seperti usaha di bidang pertanian, perikanan, peternakan, kerajinan tangan, pariwisata, dan lain-lain.
- f. BUMDes dapat terlibat dalam kegiatan usaha yang tidak menghasilkan barang, seperti layanan publik, pemeliharaan kebersihan lingkungan, dan lain-lain.

- g. Pemerintah mendukung dan menyediakan bantuan serta fasilitas bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam hal pelatihan, peningkatan kemampuan, pemasaran, dan bantuan keuangan.
- h. Pemerintah juga memberikan dorongan bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang aktif berpartisipasi dalam pembangunan desa serta memperkuat aktivitas ekonomi di wilayah tersebut.

Tujuan adanya BUMDes, diantaranya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui pemberdayaan ekonomi lokal dan memperkuat otonomi desa dalam pengelolaan sumber daya. Beberapa pendapat dari para pakar mengenai tujuan keberadaan BUMDes dapat disajikan sebagai berikut :

- a. Menurut Soedarti (2019), BUMDes bertujuan untuk meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat desa melalui pengelolaan sumber daya alam dan pengembangan usaha di wilayah tersebut.
- b. Menurut Sudarmanto dan Permadhi (2020), BUMDes didirikan dengan maksud untuk meningkatkan keterlibatan dan kemandirian masyarakat di pedesaan dalam memajukan ekonomi lokal, serta untuk meningkatkan kesempatan masyarakat desa dalam mencari pekerjaan dan mengembangkan bisnis mereka.
- c. Menurut Sari dan Prabowo (2020), BUMDes bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi penduduk desa dengan mengelola sumber daya alam, sosial, dan ekonomi desa, serta memperkuat kerjasama dengan pemerintah, sektor swasta, dan komunitas desa.
- d. Menurut Nurtini (2019), BUMDes didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat desa dalam pembangunan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan mereka, serta mengurangi ketergantungan masyarakat desa pada kota.
- e. Menurut Akhmad dan rekan-rekan (2019), BUMDes didirikan dengan tujuan untuk mengembangkan perekonomian desa agar lebih mandiri, berkelanjutan, dan memiliki daya saing tinggi dengan memanfaatkan sumber daya alam dan potensi ekonomi yang tersedia di desa.

Undang-Undang Desa Nomor 6 Tahun 2014 memberikan wewenang kepada daerah untuk mengurus dan mengelola wilayahnya sendiri demi kemakmuran penduduknya. Dengan diberlakukannya otonomi desa sesuai undang-undang tersebut, desa memiliki kewenangan yang luas dalam mengelola pemerintahannya, melakukan pembangunan, dan mengatur keuangan desa (Sjafitri, 2023). Menyadari pentingnya pembangunan pada tingkat desa, pemerintah juga perlu melakukan berbagai program kerja guna mendorong percepatan pembangunan kawasan pedesaan, namun langkah-langkah tersebut belum berpengaruh secara signifikan. Oleh sebab itu, pembangunan desa harus dilakukan secara terencana dan terstruktur agar dapat menyentuh kebutuhan yang nyata di masyarakat desa. Sehingga pembangunan di pedesaan dapat membunmi dengan masyarakatnya (Yunita et al., 2019).

#### **B. Landasan Teologis**

Islam, sebagai agama tauhid, mengembangkan ajarannya dengan mengacu pada Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai pedoman utama bagi umatnya. Kedua sumber tersebut menjadi rujukan yang tidak tergantikan bagi setiap individu yang mengikuti ajaran Islam. Sebagai agama tauhid terakhir, Islam dianggap sebagai pelengkap dan penegak ajaran-ajaran agama sebelumnya. Wahyu terakhir yang diturunkan kepada Rasulullah menjelaskan tentang kesempurnaan muatan ajaran Islam. Dengan mengikuti Al-Qur'an dan As-Sunnah, umat Muslim memperoleh panduan yang jelas dan komprehensif dalam menjalani kehidupan mereka. Hal ini memperkuat kesatuan dan keselarasan dalam praktik keagamaan serta pengambilan keputusan dalam kehidupan sehari-hari (I. W. Lestari et al., 2024).

Salah satu kegiatan sosial yang berkembang dikalangan masyarakat adalah berlangsungnya kegiatan perekonomian. Berdasarkan catatan historis di kawasan lahirnya agama Islam, yakni Timur Tengah, aktifitas perekonomian sudah berlangsung semenjak pra Islam ada. Pada masa kerasulan Muhammad SAW. pada abad keenam yang kemudian dilanjutkan pada masa penyebaran Islam abad ketujuh sampai keemasannya, kemajuan perekonomian di kawasan tersebut sampai pada titik puncaknya, di samping dengan kemajuan sosial dan budaya. Namun harus dapat dipahami, bahwa praktik-praktik bisnis seharusnya dilakukan



oleh setiap muslim sesuai dengan batas-batas yang telah ditentukan dalam agama Islam (F. Amalia, 2014).

Seorang Muslim harus memahami secara mendalam hukum agama yang mengatur aspek bisnis untuk menghindari keterlibatan dalam kegiatan yang dianggap haram dan merugikan masyarakat. Dengan memahami aturan agama, seorang Muslim dapat menjalankan bisnisnya dengan integritas dan bertanggung jawab, serta memperoleh keberkahan dalam kehidupan dunia dan akhirat (Basrowi et al., 2020). Adalah tanggung jawab setiap Muslim untuk menjaga nilai-nilai moral dalam praktik bisnisnya dan berupaya mencapai keberkahan serta kesejahteraan bersama dalam masyarakat, sebagaimana firman Allah dalam Surah Al-Qhasas ayat 77 sebagai berikut :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

*Artinya : “ Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu melupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. ”*

Ayat di atas bukan berarti bermakna seseorang hanya boleh beribadah dengan baik di dunia dan melarang memperhatikan dunia. Maknanya merupakan agar manusia berusaha sekuat yang dimampu untuk mendapatkan harta dan mencari pahala dunia akhirat menggunakan harta yang diperoleh saat di dunia, berupa kekayaan dan karunia lainnya. Manusia juga mempunyai kewajiban terhadap Allah SWT, diri sendiri, keluarga dan orang-orang sekitar yang dianjurkan berbuat baik sebagaimana Allah sangat baik terhadap umat-Nya. Selain itu, manusia wajib mengelola sumber daya sebaik mungkin sebagai tanda syukur terhadap nikmat yang diberikan Allah SWT (I. W. Lestari et al., 2024).

Wirausahawan muslim hendaknya mempunyai perilaku yang baik, seperti berperilaku ramah kepada konsumen. Berperilaku dengan menerapkan perilaku yang sopan dan santun akan membuat konsumen nyaman dan senang. Selain itu,



memberikan tenggang waktu saat pembeli belum mampu membayar kekurangan atau melunasi hutang sebelumnya. Sikap yang baik saat melayani akan membawa seorang wirausaha mengenal banyak orang baru dan berkemungkinan mendapatkan relasi untuk bekerjasama dalam mengembangkan usahanya. Amanah juga perilaku yang harus dimiliki oleh wirausaha muslim dalam berbisnis. Rasulullah SAW. Merupakan contoh pembisnis yang jujur karena sifat amanahnya. Jika perilaku amanah dilakukan dengan baik, maka seorang wirausaha dapat menjaga hubungannya dengan sesama manusia dengan cara menjaga kepercayaan konsumen. Dapat menjaga hubungannya dengan Allah secara tidak langsung dapat menjaga amanah yang diberikan Allah terhadap harta yang dititipkan kepadanya (Nawatmi, 2010). Dan dapat memelihara dirinya dari kebinasaan. Islam sangat menghargai kerja keras seseorang, maka dari itu akan mendapatkan pahala dari Allah SWT sebagaimana dalam hadis H.R. Ahmad 4:141 sebagai berikut :

أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

*Artinya : “Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?” Beliau bersabda, “ Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi) ”.*

Dari hadis di atas, dijelaskan maksud pekerjaan yang lebih baik dengan tangan sendiri merupakan berdagang. Salah satu alasan Islam mengajurkan umat-Nya untuk berdagang karena berdagang merupakan kegiatan yang dapat memenuhi kebutuhan orang banyak dan diri sendiri. Dengan berdagang lebih mempermudah datangnya rezeki dari Allah SWT melalui perantara pembeli-pembeli yang berdatangan (Nawatmi, 2010). Selain hadis tentang berdagang tersebut, adapula hadist lainnya yang kembali menekankan bahwa pekerjaan dari kerja keras tangan sendiri adalah yang paling baik. Hadist itu berbunyi sebagai berikut :

كَانَ عَلَيْهِ السَّلَامُ مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ ، وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ  
يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ

*Artinya : “ Tidaklah seseorang memakan suatu makanan yang lebih baik dari makanan yang ia makan dari hasil kerja keras tangannya sendiri. Karena Nabi Daud ‘ alaihis salam dahulu juga makan dari hasil kerja keras tangannya.”* (H.R. Bukhari, no. 2027, dari Al-Miqdad).

Islam sangat menghargai orang-orang yang gigih bekerja dengan tangannya sendiri untuk mencari nafkah bagi keluarganya, menyebutnya sebagai jihad fi sabilillah karena usaha tersebut tidak hanya memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga memiliki nilai spiritual yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Islam mendorong individu untuk berusaha keras dalam mencari rejeki sebagai bagian dari ibadah dan pengabdian kepada Tuhan serta masyarakat. Dalam pandangan agama, usaha yang dilakukan dengan tekun dan penuh tanggung jawab untuk menyediakan kebutuhan hidup adalah bentuk jihad yang mulia dan diberkahi (F. Amalia, 2014). Dalam melakukan usaha, Rasulullah SAW. Mengajarkan agar bersikap baik dengan beberapa ketentuan diantaranya sebagai berikut :

1. Ramah tamah, seorang pelaku usaha harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad SAW bersabda, ‘*Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis*’ (HR. Bukhari dan Tarmizi).
2. Tidak boleh menjelekan usaha milik orang lain, agar orang yang membeli kepadanya. Nabi Muhammad SAW bersabda, ‘*Janganlah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekan apa yang dijual orang lain*’ (HR. Muttafaq ‘alaih).
3. Tidak melakukan *Ihtikar*. *Ihtikar* merupakan perilaku menimbun dan menyimpan barang dalam kurun waktu tertentu dengan maksud agar suatu waktu ke depan mengalami kenaikan harga dan memperoleh keuntungan yang besar. Sehingga, Rasulullah sangat melarang keras perilaku tersebut.
4. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad SAW bersabda, ‘*Berikanlah upah kepada karyawan sebelum kering*

*keringatnya*’’. Hadist ini menjelaskan mengenai pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda dan upah harus sesuai dengan apa yang dikerjakannya.

5. Tidak memonopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis merupakan melegalitas monopoli dan oligopoli. Contoh sederhana yang dilakukan penguasaan secara sepihak individu tertentu terhadap hak milik sosial, seperti air, udara, dan tanah beserta kandungan isinya yang meliputi tambang, mineral, emas, dan lain sebagainya.
6. Dalam Islam tidak boleh melakukan bisnis saat kondisi bahaya yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu serta sosial. Misalnya melakukan bisnis jual beli senjata disaat terjadinya *chaos* (kekacauan) politik.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian yang bersifat kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Jenis penelitian ini menggunakan studi kasus (*case study*) di mana peneliti mengamati Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT di BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah (Nisak, 2004).

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan induktif. Metode studi kasus ini mendorong penetapan masalah, investigasi dan persuasi yang harus dilakukan oleh mahasiswa. Oleh karena itu, satu dari elemen terpenting metode studi kasus adalah termasuk didalamnya diskusi secara kolaboratif isu yang ada pada Kasus (Narsa, 2014).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada UMKM BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas, Jawa Tengah. Lokasi tersebut dipilih karena potensinya dalam mengembangkan ekonomi lokal dan memberdayakan masyarakat setempat.

##### **2. Waktu Penelitian**

Untuk waktu penelitian ini dimulai dengan beberapa tahap, tahap pertama pada bulan November 2023 untuk melakukan studi pendahuluan. Tahap kedua pada tanggal 8 Maret 2024 s.d 31 April 2024 untuk mendapatkan informasi yang akurat dalam proses pengambilan data agar akurasi dan kejelasannya optimal.

#### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek Penelitian**

Menurut Suharsimi Arikunto sebagai penulis buku "*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*", pengertian subjek penelitian adalah garis atau batas

penelitian yang berguna untuk peneliti dalam menentukan benda atau orang sebagai titik lekatnya variabel penelitian. Sedangkan menurut Muhammad Idrus (2009), subjek penelitian adalah elemen benda, individu maupun organisme sebagai sumber informasi yang diperlukan peneliti untuk mendapatkan data penelitian (Saski, N.H. & Tri, S., 2021). Subjek pada penelitian ini yaitu pelaku UMKM yang merupakan bagian dari BUMDes Piasa Kulon, Pengurus BUMDes Piasa Kulon dan pihak-pihak lain yang nantinya diperlukan informasi tambahan.

## 2. Objek Penelitian

Untuk objek penelitian merupakan tempat atau lokasi dari penelitian yang akan dilakukan. Sugiyono menjelaskan bahwa suatu objek penelitian di dalam riset adalah suatu atribut atau sifat dan nilai dari orang, objek atau kegiatan dengan suatu variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulan (Augina et al., n.d.). Objek penelitian ini yaitu BUMDes Manunggal Jaya Piasa Kulon, Somagede, Banyumas, Jawa Tengah.

## D. Sumber Data

Sumber data merupakan orang yang memberikan data atau informasi penelitian yang diperlukan. Sumber data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data ke peneliti, sedangkan data sekunder adalah pengolahan data primer dan disajikan dalam bentuk tabel atau diagram, oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain (Fadli, 2021). Sumber data pada penelitian ini sebagai berikut :

### 1. Data Primer

Riset lapangan ini dengan melakukan wawancara kepada pihak terkait untuk memperoleh data yang benar-benar dipertanggungjawabkan kebenarannya. Menurut Ari Kunto definsi data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama, biasanya melalui proses seperti wawancara, penelusuran dan metode serupa (Ristantiya et al., 2021). Data primer digunakan peneliti untuk memperoleh informasi mengenai langkah-langkah strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan pendapatan masyarakat berbasis Analisis SWOT. Selain itu, sumber penelitian yang digunakan berasal dari



dokumentasi yang dijadikan acuan dan informasi yang diperlukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Bapak Suhur selaku Pengurus BUMDes Piasa Kulon (Ketua).
- b. Ibu Sari Margina selaku Pengurus BUMDes Piasa Kulon (Bendahara).
- c. Bapak Danang Pangesti W selaku Pengelola Embung Rawa Bener.
- d. Bapak Naryo, Ibu Rusmini, Ibu Warsiti dan Ibu Tini selaku pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon.
- e. Ibu Maylis Diana, Ibu Wiwit Utami dan Indah Puspita selaku pengunjung dan konsumen UMKM BUMDes Piasa Kulon.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan secara tidak langsung atau berasal dari sumber lain sebelum penelitian ini disusun, untuk menunjang sumberdata primer pada penelitian ini. Data sekunder yang dicari peneliti dapat diperoleh dari artikel, jurnal, majalah, dan lain sebagainya (Nisak, 2004). Sebagian data sekunder ini diambil dari arsip dan dokumen di BUMDes Piasa Kulon. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip baik terpublikasi ataupun tidak.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti : wawancara, observasi, dan dokumentasi (Muliawati & Susanti, 2022). Adapun penjelasan lebih lanjut sebagai berikut :

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara komunikasi dengan menggunakan interaksi secara langsung antara pewawancara maupun narasumber guna mendapatkan data-data atau informasi secara lisan. Di sini peneliti hanya melakukan wawancara berdasarkan keperluan yang mendukung permasalahan penelitian dan tetap memperhatikan masalah yang diteliti. Adapun responden yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM yang bermitra dengan BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Bangumas serta pihak dari BUMDes Piasa Kulon sendiri.

## 2. Observasi

Observasi merupakan suatu cara untuk melakukan penilaian dengan cara melalui pengamatan secara langsung dan sistematis. Observasi dilakukan apabila tidak banyak keterangan yang lengkap mengenai permasalahan yang diteliti. Observasi berfungsi sebagai eksplorasi dari beberapa faktor yang diperoleh sebagai petunjuk mengenai cara menyelesaikannya. Penulis melakukan observasi tidak terstruktur pada awal penelitian guna mendalami profil para informan. Setelah menemukan hal yang dapat diamati dan relevan dengan tujuan penelitian, maka selanjutnya penulis melakukan observasi secara terstruktur dengan membuat keputusan mengenai jumlah yang akan diobservasi, lokasi dan memahami UMKM yang bermitra pada BUMDes Piasa Kulon. Dalam hal melaksanakan penelitian, penulis menggunakan alat bantu telepon dan buku catatan untuk digunakan dikemudian hari sebagai bukti penelitian.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data guna mendapatkan keterangan data berupa catatan atau peninggalan tertulis yang termasuk dengan arsip, buku, surat kabar, majalah, buku agenda yang erat dengan objek penelitian. Teknik pengumpulan menggunakan dokumentasi sendiri dilakukan sebagai penguat data hasil wawancara dan observasi baik dari penelitian terdahulu, arsip maupun data di lapangan. Maka dari itu, dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang sangat penting. Pada penelitian ini, penulis mengambil gambar-gambar yang berupa foto yang berkaitan dengan penelitian dan pedoman wawancara.

## F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data atau uji validitas data merupakan salah satu unsur penting dalam penelitian ilmiah. Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dengan teknik pengumpulan data yang berasal dari jurnal, buku, artikel, dan arsip lain yang berkaitan dengan judul penelitian. Teknik analisis data sendiri dilakukan dengan cara mereduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan pada data

yang diperoleh peneliti. Hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa dalam uji keabsahan data dibagi menjadi 2 tahap, yaitu sebagai berikut :

1. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data seperti triangulasi sumber, triangulasi teknik, triangulasi waktu, dan triangulasi teori (Susanto & Jailani, 2023). Adapun penjelasan mengenai teknik yang digunakan dalam pemeriksaan uji keabsahan data penelitian ini menggunakan sebagai berikut :

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan uji kredibilitas data dengan memeriksa ulang data yang telah diperoleh dari beberapa sumber. Data yang dianalisis menghasilkan sebuah kesimpulan akhir dan diambil kesepakatan berdasarkan sumber datanya.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik adalah mengonfirmasi ulang data dengan sumber data yang sama, namun dengan teknik berbeda. Misalnya data yang diperoleh dari wawancara, observasi maupun dokumentasi dari hasil penelitian maka diperlukan diskusi antara peneliti dengan sumber data yang bersangkutan guna memperjelas data dan kesesuaian data dengan data yang sudah ada.

c. Triangulasi Waktu

Waktu sangat berpengaruh terhadap kredibilitas dari data yang diperoleh. Sebagai nalarnya, data yang diperoleh saat wawancara dipagi hari akan lebih valid karena sumber masih segar, belum mengalami masalah sehingga data masih kredibel dibandingkan saat siang hari. Dalam pengecekan data yang sudah diperoleh juga membutuhkan waktu atau situasi yang berbeda.

d. Triangulasi Teori

Triangulasi teori adalah gabungan dari dua atau lebih teori untuk dikaji bersama. Oleh karena itu, diperlukan keterangan pengumpulan dan analisis data yang lengkap dalam penelitian. Hal ini bertujuan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Dengan demikian, triangulasi teori meningkatkan validitas dan kekayaan interpretasi data dalam penelitian.

## 2. Teknik Menilai Keabsahan Data

Sedangkan untuk menilai keabsahan data yang dapat dilakukan pada penelitian kualitatif yakni dengan derajat kepercayaan (*degree of trust*), keteralihan (*distractibility*), kebergantungan (*dependency*), kepastian (*certainty*) dan keaslian (*authenticity*). Adapun penjelasannya sebagai berikut :

### a. Derajat Kepercayaan (*Degree of Trust*)

Peningkatan derajat kepercayaan data dapat dicapai melalui pengamatan yang diperpanjang, memungkinkan peneliti untuk secara teliti memeriksa kualitas hasil penelitian. Dengan melakukan pengamatan yang diperpanjang, uji validitas dan reliabilitas data dilakukan secara cermat untuk memastikan keabsahan hasil karya ilmiah. Langkah-langkah ini mengurangi keraguan terhadap keabsahan data, memperkuat integritas keseluruhan penelitian. Dalam konteks ini, pengamatan yang diperpanjang menjadi kunci untuk meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian yang dihasilkan.

### b. Keteralihan (*Distractibility*)

*Distractibility* merupakan kapabilitas yang menunjukkan derajat dari suatu hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menguraikan keseluruhan rangkaian penelitian secara lengkap, rinci, serta sistematis yang diuraikan sesuai dengan keahlian peneliti. Uraian rinci mengenai hasil yang diperoleh akan berguna, apabila peneliti lain ingin menggunakan penelitian ini sebagai landasan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

### c. Kebergantungan (*Dependency*)

Kebergantungan adalah metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana hasil penelitian kualitatif menunjukkan konsistensi dari hasil penelitian ketika dilakukan penelitian ulang oleh peneliti dan waktu yang berbeda, tetapi dengan metode dan *interview script* yang sama. Dilakukan dengan cara mengumpulkan data secara lengkap dan menelaahan data secara menyeluruh bersama dengan pembimbing skripsi.

### d. Kepastian (*Certainty*)

Kepastian merupakan konsep internal subjektivitas atau konsep transparansi, di mana peneliti bersedia mengungkapkan secara terbuka

mengenai proses dan unsur penelitiannya agar pihak lain dapat menilai hasil penelitiannya. Biasanya, hal ini dilakukan melalui jurnal, berkonsultasi dengan para ahli, dan dengan menyajikan data hasil penelitian di forum konferensi untuk mendapatkan masukan guna meningkatkan hasil penelitian (Jailani, 2023).

e. Keaslian (*Authenticity*)

Keaslian data yang peroleh penerima informasi harus terjaga dengan baik. Karena jika data yang diperoleh telah diubah oleh pihak yang tidak bertanggung jawab maka akan sangat berbahaya keasliannya. Peneliti juga harus mampu membuktikan bahwa data yang diperoleh betul-betul asli dengan beberapa cara yang dapat dilakukannya.

### **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan suatu metode atau cara untuk mengolah data, sehingga data yang ada mudah dipahami dalam proses mencari solusi permasalahan. Teknik analisis data diperlukan bagi peneliti untuk mengembangkan kategori dan perbandingan yang kontras guna sesuatu hal mendasar serta untuk memberikan wawasan.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat memasuki lapangan, pada saat di lapangan dan setelah di lapangan. Pada nyatanya, analisis data kualitatif terjadi selama proses pengumpulan data dan bukan setelah pengumpulan data dari lapangan. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Analisis Sebelum di Lapangan

Pada penelitian kualitatif melibatkan analisis data yang dilakukan mengenai data hasil studi pendahuluan atau data sekunder yang digunakan dalam menentukan fokus penelitian. Namun demikian, fokus penelitian tersebut bersifat sementara dan terus berkembang setelah peneliti memasuki serta selama di lapangan.

2. Analisis Selama di Lapangan

Analisis selama di lapangan menggunakan model penelitian dari Miles dan Huberman (1984). Model ini menyampaikan bahwa kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus



sampai selesai hingga tercapai kejenuhan data. Kegiatan dalam analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun mengenai penjelasannya sebagai berikut :

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Pada tahap ini, peneliti mendapatkan data atau informasi dari lapangan melalui observasi atau wawancara, peneliti mencatat secara teliti dan terperinci sesuai panduan observasi maupun panduan wawancara. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan dianggap penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Maka, ketika peneliti semakin lama di lapangan, maka akan semakin banyak jumlah datanya semakin kompleks dan rumit pula sehingga perlu dicatat dengan cermat dan teliti. Untuk itu, analisis data sebaiknya dilakukan melalui reduksi data agar data yang diperoleh lebih akurat.

b. Penyajian Data (*Display Data*)

Setelah melakukan reduksi data, langkah selanjutnya yaitu melakukan penyajian data. Dengan menampilkan data maka akan lebih mudah dalam memahami apa yang telah terjadi dan dapat merencanakan kembali penelitian berdasarkan apa yang telah dipahami. Selain itu, penyajian data dapat ditampilkan dalam bentuk grafik, matriks, jaringan kerja dan lain sebagainya. Melalui penyajian data tersebut, data yang diperoleh akan terorganisasi dan tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah dipahami.

c. Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion/Verification*)

Pada kesimpulan awal yang disampaikan masih bersifat sementara dan dapat berubah apabila tidak ditemukan data yang berarti untuk mendukung pada pengumpulan data selanjutnya. Namun apabila kesimpulan yang disampaikan pada tahap awal didukung oleh data yang valid dan konsisten, maka kesimpulan yang disampaikan tersebut merupakan kesimpulan yang kredibel.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah UMKM BUMDes Piasa Kulon**

BUMDes Piasa Kulon merupakan salah satu lembaga usaha desa yang berada pada Desa Piasa Kulon, Kecamatan Somagede, Kabupaten Banyumas. Pada tahun 2016, pemerintah desa Piasa Kulon mendapatkan dana dari pemerintah daerah sebagai salah satu program 1000 embung yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Dari situ, Desa Piasa Kulon termasuk menjadi salah satu desa yang menerima atau menjalankan program tersebut (Dewi et al., 2022). Piasa Kulon dipilih sebagai lokasi embung karena struktur tanahnya yang gambut dan sering banjir saat musim hujan, sehingga tanaman padi sulit panen. Kondisi ini menjadikan Piasa Kulon cocok sebagai saluran irigasi embung untuk mengatasi masalah tersebut (Adrianto, 2017).

Selain itu, lokasi ini dipilih karena letaknya sangat strategis. Dilihat dari jarak dengan jalan raya, lokasi ini berada pada jalan utama penghubung antar kabupaten. Sehingga, dimaksudkan bisa menarik pengunjung luar yang melakukan perjalanan untuk transit dan terjadinya perputaran perekonomian bagi pelaku UMKM yang ada di lokasi tersebut. Lokasi ini juga strategis, dilihat dari pusat pasar tradisional yang ada di Piasa Kulon dan terdapat pusat swalayan yang hanya berjarak 500m saja. Dari beberapa keunggulan tersebut, maka embung didirikan di Desa Piasa Kulon dengan nama Embung Rawa Bener.

Dari potensi ini, pemerintah desa Piasa Kulon melihat adanya potensi perekonomian yang dimiliki dari Embung Rawa Bener. Maka dari itu, pemerintah desa dengan masyarakat terkait mendirikan lembaga usaha desa yakni BUMDes Piasa Kulon dengan tujuan sebagai pengelola sumber daya yang dimiliki Desa Piasa Kulon. Saat awal pembukaan, sarana prasarana belum terdapat secara lengkap. Maka dari itu, pemerintah Desa Piasa Kulon dengan pengurus BUMDes terus melakukan pengembangan berupa pembangunan toilet, gazebo, mushola dan lokasi parkir yang aman serta nyaman. Untuk peresmian pembangunan sendiri dilaksanakan pada bulan oktober tahun 2018.

Dari potensi ini masyarakat sekitar melihat peluang usaha. Pelaku UMKM setempat berkoordinasi dengan pihak BUMDes Piasa Kulon sebagai pengelola loka wisata Embung Rawa Bener. Dengan segala pertimbangan, BUMDes Piasa Kulon mendirikan bangunan sederhana bagi pelaku UMKM yang kemudian dikenakan retribusi setiap bulannya sesuai kesepakatan bersama. Selain itu, BUMDes Piasa Kulon sendiri mengelola usaha pertokoan yang terletak di dalam pasar tradisional Piasa Kulon. Selain itu, mengelola lembaga simpan pinjam pada 2020 tetapi tidak bisa bertahan sampai sekarang.

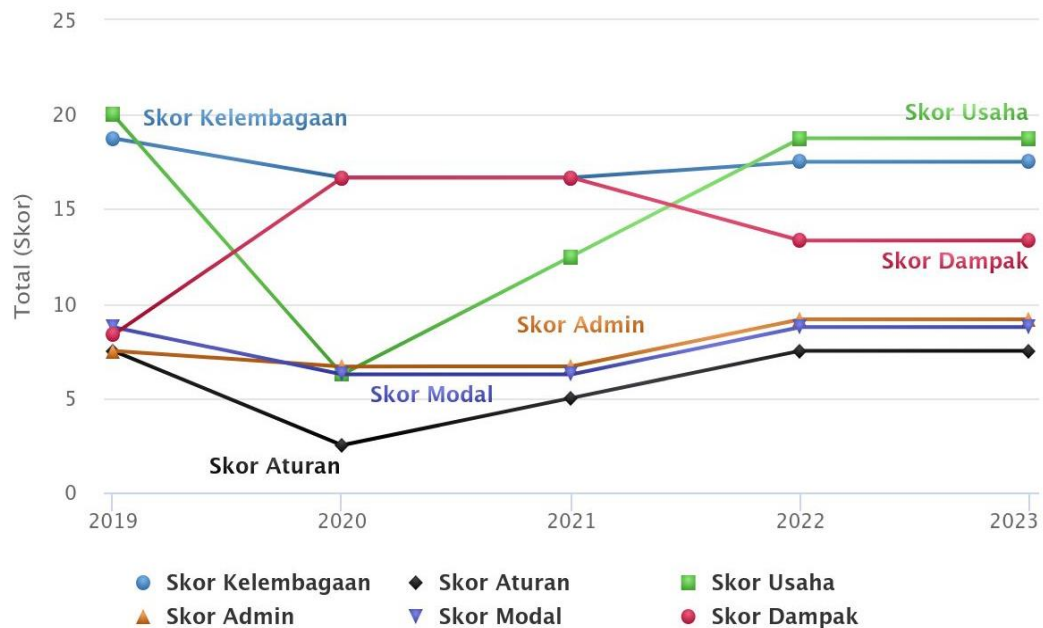
Salah satunya UMKM 'Mie Ayam Embung Rawa Bener', berlokasi di Bener Piasa Kulon, Somagede, Banyumas, Jawa Tengah, merupakan salah satu contoh usaha kuliner yang tumbuh dan berkembang di tengah masyarakat setempat. Awal Berdiri 'Mie Ayam Embung Rawa' didirikan oleh seorang wirausahawan lokal yang memiliki visi untuk menyediakan makanan yang lezat dan terjangkau bagi masyarakat sekitar, yaitu Bapak Naryo. Usaha ini dimulai dengan modal yang relatif kecil dan menggunakan resep keluarga yang khas. Seiring berjalannya waktu, Mie Ayam Embung Rawa mulai dikenal oleh lebih banyak orang, baik dari dalam maupun luar daerah. Kualitas rasa yang konsisten dan pelayanan ramah menjadi daya tarik utama yang membuat pelanggan setia.

Untuk terus bertahan dan berkembang, pemilik usaha melakukan berbagai inovasi, seperti memperkenalkan menu baru, meningkatkan fasilitas tempat makan, dan memperluas jaringan pemasaran melalui media sosial. Hal ini membantu usaha tersebut untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan omzet. Mie Ayam Embung Rawa tidak hanya memberikan keuntungan bagi pemiliknya, tetapi juga menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Selain itu, usaha ini turut mendukung perekonomian lokal dengan menggunakan bahan baku dari petani dan pemasok setempat.

Seperti halnya UMKM lainnya, Mie Ayam Embung Rawa juga menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan pasar, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan tren konsumsi. Untuk mengatasi hal ini, pemilik usaha selalu berusaha untuk adaptif dan kreatif dalam mengelola bisnisnya. Masa Kini dan Masa Depan, Mie Ayam Embung Rawa terus beroperasi dengan sukses dan

menjadi salah satu pilihan kuliner favorit di Piasa Kulon, Somagede. Dengan komitmen terhadap kualitas dan pelayanan, usaha ini berpotensi untuk terus berkembang dan memperluas jangkauan pasar di masa depan.

Gambar 4.1 Data Pertumbuhan UMKM Piasa Kulon, 2019-2023



Sumber : Data Pemerintah Kabupaten Jawa Tengah, 2024

Dari grafik yang disajikan menunjukkan perkembangan skor penilaian klasifikasi BUMDes dari tahun 2019 hingga 2023 di berbagai aspek: Skor Kelembagaan, Skor Aturan, Skor Usaha, Skor Dampak, Skor Admin, dan Skor Modal. Secara umum, terlihat bahwa Skor Usaha mengalami peningkatan signifikan dari tahun 2019 ke 2023, sementara Skor Dampak mengalami fluktuasi dengan peningkatan tajam di tahun 2020 namun menurun di tahun-tahun berikutnya. Skor Kelembagaan relatif stabil dengan sedikit penurunan. Skor Admin dan Skor Modal menunjukkan tren peningkatan secara bertahap sejak tahun 2020. Skor Aturan mengalami penurunan hingga tahun 2021, namun mulai meningkat kembali hingga 2023. Data ini menggambarkan evaluasi berbagai aspek penting dalam pengelolaan BUMDes selama lima tahun terakhir.



## 2. Profil BUMDes Piasa Kulon

BUMDes Piasa Kulon beralamat di Desa Piasa Kulon, Kecamatan Somagede, Kabupaten Banyumas. BUMDes ini mengelola loka wisata Embung Rawa Bener yang diresmikan pada tahun 2018 lalu. BUMDes Piasa Kulon merupakan lembaga usaha desa yang bertujuan sebagai pengelola dari berbagai sumber daya yang ada di Desa Piasa Kulon, salah satunya Embung Rawa Bener. Embung ini memiliki konsep rekreasi, yang di dalamnya juga terdapat fasilitas tempar bermain anak, mushola, toilet, wahana air, dan banyaknya pelaku umkm yang berjualan. Selain itu, pemandangan disekeliling embung sangat rindang, karena ditanami berbagai jenis pohon yang rimbun .



Gambar 4.2 Pemandangan di Embung  
Sumber : Data Observasi

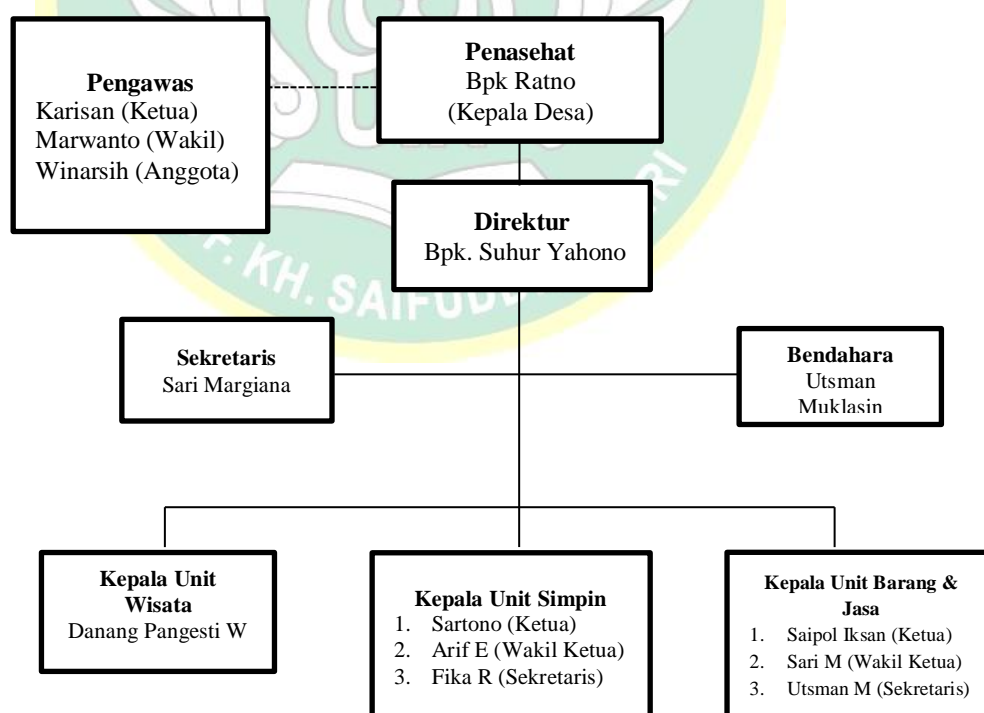
Tidak hanya untuk tempat rekreasi, embung ini menjadi lokasi pemancingan dan saluran irigasi bagi masyarakat sekitarnya. Maka dari itu, berdampak pada pelaku UMKM yang ada guna meningkatkan pendapatan. Untuk jam buka Embung Rawa Bener ini dimulai dari jam 8 pagi sampai jam 5 sore, atau dalam beberapa waktu khusus seperti bulan ramadhan sampai jam 7 malam. Untuk tiket masuk pengunjung tidak ada, hanya untuk biaya parkir kendaraan bermotor saja. Transportasi untuk menuju loka wisata Embung Rawa Bener ini mayoritas masih menggunakan kendaraan pribadi atau mikro (nama bus kotak seperti tayo) karena letaknya di pinggir jalan raya utama perbatasan antar kabupaten yang masih bisa dijangkau kendaraan umum.



### 3. Struktur Organisasi BUMDes Piasa Kulon

Struktur organisasi merupakan suatu sistem atau bagian kerja terhadap tugas, pelaporan dan komunikasi yang menyambungkan secara bersama antara individu dan kelompok demi mencapai tujuan awal yang telah dirancang dan disepakati bersama. Setiap organisasi memiliki struktur dalam organisasinya, karena setiap bagian dalam struktur organisasi memiliki tanggung jawab dan peran tersendiri. Maka dari itu, struktur organisasi dirancang untuk memastikan mengenai setiap kebijakan-kebijakan yang diambil dengan cara yang paling baik dalam mencapai sasaran dan tujuannya (Amri, 2015). Dari adanya struktur organisasi, maka juga mempermudah mengenai evaluasi-evaluasi yang diperlukan dalam organisasi dalam pengambilan keputusan kedepannya (Hidayah et al., 2018). Adapun struktur organisasi BUMDes Piasa Kulon sebagai berikut :

**Gambar 4.3 Struktur Organisasi BUMDes Piasa Kulon  
Periode 2021-2026**



Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021 pasal 15 mengenai Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) terdiri atas : Penasehat BUMDes, Pelaksana Oprasional (Pelaksana Harian), dan Pengawas BUMDes. Susunan teratas dalam BUMDes yaitu Musyawarah Desa atau Musyawarah Antar Desa. Lalu di bawahnya terdapat Penasehat, kemudian Pelaksana Oprasional yang sejajar dengan BUMDes. Untuk secara langsung susunan BUMDes disesuaikan kembali dengan kebutuhan desa masing-masing yang telah ditetapkan dengan Peraturan Kuwu, di mana hasil Peraturan Kuwu bersifat konkrit, individual, dan final (Ngisor, 2023).

Adapun secara umum tugas, hak dan kewajiban Pengurus Badan Usaha Milik Desa (BUMdes) diuraikan sebagai berikut :

1. Penasehat BUMdes

Penasehat atau komisaris BUMDes memiliki tugas melaksanakan dan memberikan nasihat terhadap pelaksana oprasional atau direksi dalam menjalankan kegiatan pengelolaan usaha desa (Titioka et al., 2020). Selain itu, menjalankan tugas dan kewajiban sesuai dengan hasil yang tertuang dalam Musyawarah Desa sesuai dengan kesepakatan bersama.

2. Pengawas BUMDes

Pengawas BUMDes bertugas mengawasi dan memberikan nasehat terhadap Pelaksana Oprasional ataupun Direksi setiap menjalankan kegiatan pengelolaan desa. Pengawas BUMDes memiliki beberapa tugas dan kewenangan diantaranya sebagai berikut :

- a. Meminta LPJ setiap akhir tahun.
- b. Pengangkatan dan pemberhentian Pengurus/Pelaksana Oprasional.
- c. Memperoleh laporan laba rugi beserta dengan penjelasannya, baik berbadan hukum privat maupun tidak.

3. Direktur BUMDes

Direktur BUMDes merupakan seseorang yang memimpin, mengendalikan, dan bertanggung jawab atas seluruh aktivitas BUMDes mulai dari perencanaan usaha, pelaksana kegiatan, manajemen dan keuangan BUMDes. Secara umum, tugas Direktur BUMDes diuraikan sebagai berikut :

- a. Memimpin, mengelola, dan mengurus BUMDes dan unit-unit usaha sesuai dengan AD/ART BUMDes.
- b. Merumuskan Standar Operasional Prosedur (SOP) unit-unit usaha.
- c. Merumuskan kebijakan Operasional Pengelolaan BUMDes.
- d. Bertindak atas nama lembaga BUMDes dalam mengadakan perjanjian dengan pihak ketiga sesuai dengan pertimbangan Komisaris.

#### 4. Sekretaris BUMDes

Sekretaris BUMDes memiliki tugas mengelola administrasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Tugas sekretaris lainnya sebagai berikut :

- a. Melaksanakan administrasi umum kegiatan operasional BUMDes.
- b. Mengelola surat menyurat, arsip maupun data dan informasi BUMDes lainnya.
- c. Melakukan tugas sekretaris guna mendukung kegiatan Direktur.

#### 5. Bendahara

Bendahara melaksanakan fungsi pengelolaan keuangan sumber daya unit usaha BUMDes. Tugas bendahara diantaranya sebagai berikut :

- a. Pengelolaan hasil keuangan unit usaha BUMDes.
- b. Menyusun laporan pengelolaan keuangan unit usaha BUMDes.
- c. Melaporkan kondisi keuangan terhadap Direktur secara sistematis, dan dapat dipertanggung jawabkan kondisi keuangan secara sesungguhnya.

#### 6. Kepala Unit Usaha

Kepala unit usaha bertanggung jawab atas segala pengelolaan yang dilaksanakan dalam kegiatan usaha BUMDes. Tugas kepala unit usaha diantaranya sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab atas usaha BUMDes.
- b. Menggali dan memanfaatkan potensi usaha desa guna meningkatkan pendapatan asli desa.
- c. Melaksanakan pembagian sisa hasil usaha yang dialokasikan setiap tahun.

### **B. Perencanaan Pengembangan Usaha**

Perencanaan pengembangan usaha merupakan proses menjabarkan tujuan usaha kedepannya, membuat langkah-langkah yang tepat sasaran dalam

mengembangkan usaha serta mengembangkan rencana aktivitas kerja selanjutnya. Pada tahap awal sebelum melakukan usaha harus memiliki konsep perencanaan pengembangan UMKM kedepannya dengan melakukan identifikasi terhadap usaha yang akan dilakukan yang terdiri dari kekuatan yang dimiliki, kelemahan atau kendala yang akan dihadapi, peluang yang muncul, serta ancaman apa yang dapat menghambat dari usaha yang dilakukan.

Adapun menurut Panji Anoraga (2007) menjelaskan mengenai parameter perencanaan pengembangan usaha yang meliputi beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan guna meningkatkan dan berkembangnya usaha yang dijalankan sebagai berikut :

### **1. Kemampuan Modal**

Kemampuan modal kemampuan suatu entitas untuk mengumpulkan, mengelola, dan memanfaatkan modal secara efektif dalam mencapai tujuan-tujuan tertentu. Berikut ini beberapa aspek yang ada dalam pengembangan usaha diantaranya :

#### **a. Besaran Tambahan Permodalan Diperlukan dan Waktu Dibutuhkannya**

Dalam UMKM BUMDes Piasa Kulon merupakan sebagian besar usaha kuliner, adapun beberapa yang menjajakan produk *fast food*. Sehingga penambahan modal menjadi hal yang lumrah dalam mengembangkan usahanya. Di mana pelaku usaha sering kali mengalami *up and down*, baik dari harga-harga bahan baku yang meningkat atau perputaran modal yang tidak mencukupi. Untuk besarnya tergantung pada bahan baku yang sedang dibutuhkan atau untuk kegiatan oprasional lainnya dalam usaha yang sangat mendesak.

#### **b. Sumber Tambahan Permodalan**

Untuk usaha yang masih tergolong kecil, meminjam uang terhadap lembaga keuangan dirasa berlebihan. Karena biaya atau bunga yang dibayarkan cukup tinggi takutnya usaha yang mereka jalankan tidak mampu membayarnya. Selain itu, tambahan modal yang diperlukan tidak membutuhkan modal yang cukup banyak. Sehingga, pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon mengandalkan pinjaman modal dari saudara. Selain itu, BUMDes

Piasa Kulon memberikan pinjaman usahanya tetapi sudah berhenti ditahun 2020.

c. Bantuan Permodalan

Dalam menjalankan usahanya, jika membutuhkan tambahan permodalan akan menghubungi kerabat atau keluarga yang dirasa mampu dalam membantu permodalan. Namun jika tidak ada, langkah terakhir yaitu mengajukan pinjaman permodalan terhadap lembaga keuangan. Mencari bantuan permodalan membutuhkan kesabaran dan ketekunan, tetapi dengan sumber pendanaan yang tepat, maka banyak peluang yang dapat dimanfaatkan demi meningkatkan usaha.

## 2. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha adalah rencana terperinci untuk memperluas dan meningkatkan bisnis melalui berbagai macam metode dan pendekatan. Adapun beberapa faktor yang perlu diperhatikan sebagai berikut :

a. Pangsa Pasar yang dapat Dimasuki

Dalam strategi pengembangan usaha, pangsa pasar menjadi faktor penting mengenai usaha yang akan dijalankan. Penentuan pangsa pasar dapat dilihat dari berbagai faktor, diantaranya dari lokasi, daya beli konsumen, tipe pelanggan, dan teknologi yang dipakai. UMKM BUMDes Piasa Kulon dalam melihat penentuan pangsa pasar dilihat dari lokasi dan daya beli konsumennya.

b. Usaha yang Dikembangkan

Menurut hasil wawancara dan observasi yang dilakukan pada UMKM BUMDes Piasa Kulon, usaha yang dikembangkan mulai dari mie ayam, minuman kekinian, makanan ringan dan minuman kemasan lainnya. Produk yang dikembangkan disini disesuaikan dengan kebutuhan konsumen di mana menikmati waktu bersantai dengan makanan ringan saja.

c. Fasilitas yang Ditawarkan

Fasilitas dalam menjalankan usaha menjadi faktor pendukung dari kenyamanan konsumen. Maka dari itu, BUMDes Piasa Kulon dalam menunjang pelaku UMKM menyediakan fasilitas yang memadai. Fasilitas yang ditawarkan ada toilet umum yang bersih, tempat bermain anak, gazebo



untuk bersantai, pendopo untuk berkumpul, halaman parkir yang luas serta wahana permainan air yang dapat digunakan.

d. Strategi dalam Menawarkan Produk

Strategi dalam menawarkan produk sangat penting, di mana usaha yang dijalankan dapat dikenal oleh masyarakat dan dengan mengetahui adanya usaha akan berpeluang membelinya. UMKM BUMDes Piasa Kulon dalam menawarkan produk biasanya melalui media sosial. Dengan mengembangkan media sosial yang sedang *trend* di kalangan masyarakat sebagai *branding* dari usaha yang dijalankan.

### 3. Potensi Sumber Daya Manusia

Potensi sumber daya manusia adalah kemampuan dan kapasitas individu dalam suatu organisasi untuk berkontribusi secara efektif terhadap pencapaian perusahaan. Berikut beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam sumber daya manusia sebagai berikut :

a. Bekal Keterampilan yang perlu Dikembangkan

Bekal keterampilan yang diperlukan bagi pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon saat ini belum dibutuhkan dengan sangat. Para pelaku UMKM dalam beberapa waktu mendatang masih dapat bertahan dalam menjalankan usahanya, atau dengan memperkuat produk yang dihasilkan melalui bahan-bahan yang berkualitas dan rasa yang mampu bersaing dengan yang lainnya.

b. Bekerjasama dengan Pihak Lain dalam Mengembangkan *Skill*

Saat ini, BUMDes Piasa Kulon belum menjalin kerja sama dengan pihak lain untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM. Di masa mendatang, mungkin mereka dapat mengadakan pelatihan atau workshop mengenai UMKM yang diselenggarakan oleh dinas pemerintahan atau pelaku UMKM berpengalaman. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi dan daya saing pelaku UMKM di Piasa Kulon.

c. Tambahan Pegawai dalam Waktu Mendekat

Saat ini, para pelaku UMKM belum membutuhkan tambahan pegawai karena mereka masih mampu menangani usahanya sendiri. Jika merasa kekurangan tenaga kerja, mereka bisa meminta bantuan dari anak atau saudara

terdekat tanpa perlu menambah beban gaji. Solusi ini dianggap lebih praktis dan ekonomis dalam situasi saat ini. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat tetap fokus pada pengembangan usaha tanpa harus khawatir tentang biaya tambahan untuk tenaga kerja.

d. Upaya yang akan Dilakukan Kedepannya

Di masa mendatang, upaya yang akan dilakukan adalah memperbaiki kekurangan-kekurangan dan mengevaluasi baik dari pelayanan, produk, maupun faktor lainnya. Pelaku UMKM dan pihak BUMDes akan terus melakukan evaluasi menyeluruh terhadap sarana prasarana dan produk usaha. Evaluasi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi operasional. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan produk yang lebih berkualitas kepada konsumen.

#### **4. Pengelolaan Bahan Baku**

Pengelolaan bahan baku merupakan aspek kritis dalam oprasi produksi karena berdampak langsung pada efisiensi, biaya, dan kualitas produk akhir. Berikut beberapa aspek penting dalam pengelolaan bahan baku :

a. Pengelolaan Bahan Baku Dasar menjadi Berbagai Menu Inovatif dan Waktu Pelaksanaannya

Peluang yang dapat diambil pelaku UMKM salah satunya dengan menggunakan seminimal mungkin bahan baku untuk membuat beberapa inovasi produk yang inovatif dan dapat menarik minat konsumen. Salah satunya pada pelaku UMKM minuman teh kekinian, dari sini bisa menciptakan produk lain beraneka rasa yang populer atau ditambahkan dengan susu. Alasannya, karena konsumen cenderung tertarik untuk mencoba segala rasa dan bahan baku utama tetap satu yaitu teh. Dari sini dapat menarik pelanggan untuk mencoba varian lainnya. Untuk kapan dapat dilaksanakan sesuai dengan permintaan dari konsumen.

b. Bahan Baku yang Diolah dalam Satu Waktu

Bahan baku makanan sangat riskan jika distock dalam jangka waktu yang lama. Akan tetapi ada kalanya stock bahan baku yang digunakan habis atau sedang mengalami kekosongan. Pelaku UMKM tidak berani menstock bahan

baku terlalu banyak karena akan mengganggu perputaran modal lainnya. Sehingga banyaknya bahan baku yang diolah dalam sehari tidak menentu disesuaikan stock yang tersedia.

c. Penambahan Pembelian Peralatan Produksi

Penambahan peralatan yang digunakan sebagai alat produksi dapat disesuaikan dengan masih berfungsi tidakkah alat sebelumnya. Jika alat-alat sebelumnya sudah tidak berfungsi dengan baik maka pengadaan penambahan peralatan produksi dapat dilakukan sesuai dengan adanya dana atau tidak. Bagi pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon saat ini penambahan peralatan produksi belum dibutuhkan dengan sangat.

d. Banyaknya Persediaan yang Memenuhi Permintaan Tanpa Berlebihan

Persediaan bahan baku yang berlebihan (*overstock*) akan menimbulkan biaya yang meningkat sehingga berdampak terhadap laba yang diperoleh. Tetapi jika terjadi kekurangan bahan baku proses penjualan akan terganggu kelancarannya. Maka dari itu, pelaku UMKM melebihi bahan baku kurang lebih untuk 10 stock terkecuali jika ada penambahan pesanan yang sudah pasti.

**C. Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)**

Bersumber pada data dan informasi yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan pada UMKM BUMDes Piasa Kulon, maka hasil data yang telah diperoleh dan dianalisis pada faktor eksternal dan faktor internal dapat digunakan untuk menentukan Strategi Pengembangan UMKM berbasis Analisis SWOT. Hal ini tentunya berdampak baik bagi pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon agar dapat mengembangkan usaha yang dijalankan sehingga kedepannya mampu bersaing dengan pelaku UMKM lainnya.

Untuk mengembangkan UMKM dan meningkatkan pendapatan masyarakat di Piasa Kulon peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber termasuk dari pengurus BUMDes, pemilik UMKM dan masyarakat setempat. Dengan menggunakan Analisis SWOT, memudahkan peneliti mengidentifikasi kekuatan,

kelemahan, peluang, dan ancaman. Melalui triangulasi sumber ini Strategi Pengembangan UMKM dapat dianalisis secara akurat. Data yang terintegrasi dari berbagai perspektif memungkinkan perumusan strategi yang lebih komprehensif dan terarah. Seperti dengan peningkatan kapasitas melalui manajemen dan pemasaran, serta pengembangan produk unggulan yang memanfaatkan kekuatan lokal dan peluang pasar. Dengan demikian, BUMDes Piasa Kulon lebih efektif dalam memberdayakan UMKM sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Melalui triangulasi teknik, Analisis SWOT menjadi lebih mendalam dan akurat dalam membantu UMKM BUMDes Piasa Kulon guna merumuskan strategi pengembangan yang efektif. Adapun langkah-langkahnya mencakup peningkatan kapasitas manajemen melalui pelatihan, diverifikasi produk untuk mengurangi resiko pasar, dan berkolaborasi dengan pihak eksternal untuk memperoleh tambahan modal atau keahlian. Dengan demikian, penerapan triangulasi teknik dalam Analisis SWOT pada BUMDes Piasa Kulon dapat memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan UMKM, yang kemudian akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Triangulasi waktu dalam Strategi Pengembangan UMKM memerankan peranan penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Pengumpulan data secara *longitudinal* memungkinkan BUMDes untuk memetakan pertumbuhan dan tantangan yang dihadapi UMKM dari waktu ke waktu. Misal dengan mengidentifikasi kekuatan sumber daya lokal yang melimpah dan kelemahan mengenai keterbatasan akses pasar pada tahap awal, BUMDes dapat merancang intervensi yang tepat waktu untuk mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini melibatkan penyesuaian dan evaluasi berkala yang memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil tetap relevan dan efektif sehingga BUMDes Piasa Kulon dapat merancang program pelatihan, akses pembiayaan dan pemasaran lebih adaptif kembali.

Triangulasi teori melibatkan penggunaan berbagai perspektif teori untuk memperkuat validitas dan reabilitas temuan penelitian. Dengan menggunakan berbagai teori pengembangan UMKM, peneliti dapat memperoleh pemahaman



yang lebih komperhensif dalam mengoptimalkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Melalui triangulasi teori ini, Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan masyarakat dapat dirumuskan lebih efektif, seperti dengan meningkatkan kapasitas produksi melalui pelatihan dan teknologi, serta memperluas jaringan pemasaran melalui kemitraan strategis. Dengan demikian, BUMDes Piasa Kulon tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan masyarakat tetapi juga memperkuat ekonomi lokal secara berkala.

Berdasarkan analisis faktor eksternal dan faktor internal dapat diketahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) mengenai UMKM BUMDes Piasa Kulon. Menurut Freddy Rangkuti, Analisis SWOT dikembangkan menjadi empat strategi yaitu strategi kekuatan-peluang, strategi kelemahan-peluang, strategi kekuatan-ancaman, dan strategi kelemahan-ancaman. Dalam hal ini Analisis SWOT dapat memberikan pertimbangan dalam pengembangan UMKM guna meningkatkan perekonomian.

Menurut Joseph Schumpeter Faktor internal meliputi kapasitas inovasi, seperti kemampuan mengembangkan produk baru dan efisiensi operasional yang berkontribusi pada keunggulan kompetitif. Faktor eksternal mencakup dinamika pasar, regulasi pemerintah, dan akses terhadap sumber daya yang mempengaruhi peluang dan tantangan dalam berinovasi. Melalui kombinasi faktor-faktor ini, BUMDes dapat menciptakan nilai tambah dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Berikut ini analisis mengenai faktor internal dan faktor eksternal dari UMKM BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas sesuai dengan Teori Inovasi dan Kewirausahaan menurut Joseph Schumpeter sebagai berikut :

## **1. Analisis Faktor Internal**

### **a. Produk UMKM BUMDes Piasa Kulon**

Mutu suatu produk merupakan point utama konsumen dalam menilai suatu UMKM terhadap kepuasan konsumen. Kualitas yang baik dari suatu produk akan menciptakan *branding* UMKM yang bagus. Untuk produk yang dijual seperti mie ayam, bakso, minuman kekinian ‘Es Teh Desa’, gorengan, nasi rames dan lainnya. Produk dengan kualitas baik tidak hanya meningkatkan



loyalitas konsumen, tetapi juga menarik konsumen baru yang selanjutnya akan meningkatkan penjualan dan pertumbuhan usaha.

b. Penetapan Harga Produk BUMDes Piasa Kulon

Penetapan harga suatu produk pelaku UMKM sangat berpengaruh terhadap penjualan. Maka dari itu, dalam menentukan harga pelaku UMKM sangat berhati-hati. Dalam menentukan harga pelaku UMKM mempertimbangkan antara kemampuan konsumen dalam membeli produk dan keinginan perusahaan dalam memperoleh laba dengan pertimbangan harga bahan baku yang digunakan. Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon menetapkan laba dengan menyesuaikan harga bahan baku dan harga pelaku UMKM lain dengan pertimbangan pelaku UMKM tetap memperoleh harga yang sesuai.

c. Inovasi dan variasi UMKM BUMDes Piasa Kulon

Banyaknya pesaing usaha menjadikan pelaku UMKM harus mampu menciptakan inovasi dan variasi produk dengan tujuan menarik perhatian pelanggan serta memaksimalkan penjualan. Contohnya seperti menambah menu baru yang sedang *trend* atau mendesain ulang kemasan dengan yang lebih menarik. Diharapkan dengan melakukan strategi strategi tersebut dapat meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak konsumen guna meningkatkan penjualan.

d. Promosi Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon

Promosi memiliki peran krusial dalam menjalankan usaha karena bertujuan untuk mengenalkan produk kepada konsumen dan menarik minat mereka sehingga terjadi transaksi penjualan. UMKM BUMDes Piasa Kulon telah aktif melakukan promosi melalui media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Upaya promosi yang dilakukan ini dinilai sudah cukup maksimal. Dengan promosi yang efektif, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran konsumen dan mendorong peningkatan penjualan produk UMKM.

e. Lokasi UMKM BUMDes Piasa Kulon

Pemilihan lokasi UMKM BUMDes Piasa Kulon sangat strategis. Selain dapat meningkatkan jumlah pengunjung ke Embung Rawa Bener, pelaku

UMKM juga mendapatkan keuntungan dari keindahan Embung Rawa Bener yang menjadi ciri khas usaha mereka. Lokasi ini berada di jalan raya Banyumas-Banjarnegara, Dusun B, Desa Piasa Kulon, Kec. Somagede, Kab. Banyumas, Prov. Jawa Tengah. Dengan demikian, lokasi yang strategis ini mendukung pertumbuhan UMKM sekaligus mempromosikan pariwisata lokal.

f. Pelayanan terhadap Konsumen

Pelayanan yang memuaskan dapat menarik konsumen berkunjung kembali, sehingga omzet mengalami kenaikan. Konsumen merasa senang dan dihargai apabila pelayanan yang diberikan maksimal. Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon dalam memberikan pelayanan secara maksimal dengan memperhatikan kenyamanan konsumen terhadap fasilitas yang ada, bersikap ramah dan sopan terhadap konsumen, serta memberikan pelayanan yang cepat saat konsumen membeli.

g. Program Pengembangan Pegawai

Program pengembangan pegawai merupakan langkah penting untuk meningkatkan keterampilan dan produktifitas pegawai. Bertujuan guna meningkatkan *skill* yang dimiliki pegawai, sehingga pegawai dalam bekerja dapat optimal. Namun saat ini dalam UMKM BUMDes Piasa Kulon belum menerapkan program pengembangan pegawai karena semua produksi produk masih dilakukan dalam skala kecil oleh pelaku UMKM. Adapun beberapa strategi yang dapat dikembangkan seperti pelatihan eksternal maupun internal, rotasi pekerjaan dan mentorship dapat memberikan dampak signifikan terhadap produktifitas kerja.

h. Sumber Daya Manusia yang Dimiliki

Sumber daya manusia yang berkompeten sangat penting untuk menunjang kegiatan bisnis. Manajemen SDM yang efektif memastikan organisasi memiliki tenaga kerja yang kompeten, termotivasi, dan produktif. Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon menilai bahwa kompetensi sumber daya manusia tidak hanya diukur dari tingkat pendidikan, tetapi juga dari tanggung jawab dalam pekerjaan. Oleh karena itu, tanggung jawab dan dedikasi menjadi kriteria penting dalam menilai kualitas sumber daya manusia.

i. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan proses penting yang membantu pelaku usaha mengidentifikasi dan memahami target konsumen dengan lebih baik lagi. Banyak faktor yang mendasari segmentasi pasar untuk sebuah produk. Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon mengklasifikasikan segmen pasar berdasarkan tingkat pendapatan, kebutuhan, gaya hidup, dan status sosial dari konsumen. Dengan mengklasifikasikan segmen pasar, pelaku UMKM diharapkan mampu dengan mudah dan menentukan harga produk, menyusun strategi pemasaran dan lain sebagainya.

j. Penelitian terhadap Konsumen

Pada bagian promosi pasti terdapat kendala dalam memasarkan produk terhadap konsumen. Kendala yang biasanya sering dihadapi dari konsumen itu sendiri. Contohnya sifat konsumen yang cepat berubah mengikuti *trend* serta selera konsumen yang berbeda-beda. Maka dari itu perlu adanya penelitian terhadap konsumen. Akan tetapi, UMKM BUMDes Piasa Kulon saat ini belum melakukan kegiatan penelitian terhadap konsumen secara spesifik.

## 2. Analisis Faktor Eksternal

a. Perkembangan Teknologi yang Digunakan

Perkembangan teknologi yang digunakan akan mempermudah pelayanan terhadap konsumen. Selain itu, perkembangan teknologi dapat menunjang kinerja perusahaan secara keseluruhan. Perkembangan teknologi bagi UMKM BUMDes Piasa Kulon berdampak positif dalam kegiatan usaha. Contohnya memudahkan promosi menggunakan media sosial dan memperoleh inovasi-inovasi baru sesuai dengan *trend*.

b. Pangsa Pasar

Dapat menguasai pangsa pasar merupakan kemampuan yang sangat baik bagi pelaku bisnis. Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon menentukan fokus pangsa pasar lokal di sekitar pariwisata Embung Rawa Bener, kemudian dilanjut regional dan nasional. UMKM BUMDes Piasa Kulon dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada, membangun hubungan baik dengan konsumen, dan secara bertahap dapat meningkatkan skala pasar.

c. Kebijakan Pemerintah

Salah satu pengaruh besar dalam pembangunan ekonomi adalah kebijakan-kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah. Contohnya, pemerintah mendirikan BUMDes Piasa Kulon untuk memberikan peran nyata dalam mengakomodir pelaku UMKM. Kebijakan ini membantu pelaku UMKM dengan menyediakan dukungan dan fasilitas yang mereka butuhkan. Selain itu, BUMDes Piasa Kulon terus melakukan perbaikan dari berbagai sisi untuk meningkatkan efektivitasnya. Hal ini sangat membantu pelaku UMKM dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya.

d. Daya Beli Konsumen

Perekonomian nasional yang tidak stabil berdampak terhadap tingkat daya beli konsumen. Hal ini mengakibatkan konsumen cenderung mengutamakan kebutuhan primer yang lebih mendesak dari pada kebutuhan tersier. Hal ini berdampak sekali terhadap penghasilan UMKM BUMDes Piasa Kulon. Adaptasi dan inovasi adalah kunci untuk bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil.

e. Struktur Persaingan

Munculnya pelaku UMKM baru di sekitar Embung Rawa Bener menjadi pesaing yang wajib diwaspadai. Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon harus mengupayakan sesuatu yang lebih dimata konsumen agar usaha tetap kokoh dan mampu berkembang di tengah persaingan yang ada. Fokus pada kualitas, inovasi dan pelayanan serta memanfaatkan teknologi dan berkolaborasi akan membantu UMKM tetap kokoh dan berkembang di tengah persaingan usaha saat ini.

Kekuatan dan peluang yang teridentifikasi memberikan gambaran potensi pengembangan, sementara kelemahan dan ancaman mengungkap area yang memerlukan perhatian dan perbaikan. Berikut penjelasan lebih rinci mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari hasil wawancara dan observasi yang telah disusun. Penjelasan ini mencakup berbagai aspek yang mendukung pengembangan serta tantangan yang dihadapi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi sebagai berikut :

## 1. Faktor Eksternal

### a. Kekuatan

- 1) Pembuatan produk olahan makanan yang masih *handmade*, sehingga mengedepankan mutu dan kualitas rasa.
- 2) Dikenal sebagai UMKM di Lokawisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon.
- 3) Terciptanya hubungan yang harmonis dengan para konsumen.
- 4) Lokasi yang strategis memudahkan akses konsumen.
- 5) Promosi yang gencar dilakukan, baik *online* maupun *offline*.
- 6) Pilihan produk makanan yang bervariasi menjadi daya tarik konsumen.

### b. Kelemahan

- 1) Kurangnya sumber daya yang dapat menciptakan inovasi terbaru.
- 2) Manajemen keuangan yang belum dikelola dengan baik.
- 3) Permodalan yang terbatas.
- 4) Daya minat konsumen yang rendah.
- 5) Keterbatasan terhadap pengembangan teknologi.

## 2. Faktor Internal

### a. Peluang

- 1) *Branding* pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon di Lokawa Wisata Embung sudah dikenal masyarakat umum.
- 2) Citra para pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon yang baik.
- 3) Peluang pangsa pasar yang luas.
- 4) Bahan baku yang berkualitas tersedia dengan cukup.
- 5) Banyaknya lembaga permodalan yang dapat membantu mengembangkan usaha.
- 6) Perkembangan teknologi dan informasi yang dapat membantu pelaku UMKM.

### b. Ancaman

- 1) Tingkat persaingan pelaku UMKM tinggi, baik di dalam maupun luar lingkungan lokawisata Embung Rawa Bener.
- 2) Pergeseran minat konsumen yang tidak menentu.



- 3) Konsumen cenderung menginginkan harga rendah.
- 4) Harga bahan baku yang sering tidak stabil.
- 5) Lokasi usaha yang berjarak sangat dekat.

Matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*) digunakan untuk menganalisis lingkungan internal dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal perusahaan guna mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Berdasarkan hasil pembobotan dan rating yang dilakukan menggunakan matriks IFAS total skor yang diperoleh adalah 3,175 dan total matriks EFAS yang diperoleh adalah 2,975. Hasil lengkap dari matriks IFAS dan EFAS dapat dilihat pada tabel 4.4 dan 4.5 yang menampilkan detail pembobotan dan rating masing-masing variable sebagai berikut :

**Gambar 4.4 Matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*)**

	<b>Faktor Strategis</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Stength</b>	1) Pembuatan produk olahan makanan yang masih <i>handmade</i> , sehingga mengedepankan mutu dan kualitas rasa.	0,15	4	0,6
	2) Dikenal sebagai usaha UMKM di Lokawisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon.	0,1	4	0,4
	3) Terciptanya hubungan yang harmonis dengan para konsumen.	0,125	3	0,375
	4) Lokasi yang strategis memudahkan akses konsumen.	0,125	5	0,625
	5) Promosi yang gencar dilakukan, baik <i>online</i> maupun <i>offline</i> .	0,1	3	0,3
	6) Pilihan produk makanan yang bervariasi menjadi daya tarik konsumen.	0,125	3	0,375

<b>Weakness</b>	1) Kurangnya sumber daya yang dapat menciptakan inovasi terbaru.	0,05	1	0,05
	2) Manajemen keuangan yang belum dikelola dengan baik.	0,075	2	0,15
	3) Permodalan yang terbatas.	0,05	2	0,1
	4) Daya minat konsumen yang rendah.	0,05	2	0,1
	5) Keterbatasan terhadap pengembangan teknologi.	0,05	2	0,1
<b>Total</b>				3,175

**Gambar 4.5 Matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*)**

	<b>Faktor Strategis</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Opportunity</b>	1) <i>Branding</i> pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon di Lokawa Wisata Embung sudah dikenal masyarakat umum.	0,1	4	0,4
	2) Citra para pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon yang baik.	0,1	4	0,4
	3) Peluang pangsa pasar yang luas.	0,075	3	0,225
	4) Bahan baku yang berkualitas tersedia dengan cukup.	0,125	5	0,625
	5) Banyaknya lembaga permodalan yang dapat membantu mengembangkan usaha.	0,1	3	0,3
	6) Perkembangan teknologi dan informasi yang dapat membantu pelaku UMKM.	0,125	3	0,375
<b>Threat</b>	1) Tingkat persaingan pelaku UMKM tinggi, baik di dalam maupun luar lingkungan lokawisata Embung Rawa Bener.	0,1	1	0,1
	2) Pergeseran minat konsumen yang tidak	0,05	2	0,1

	menentu.			
	3) Konsumen cenderung menginginkan harga rendah.	0,075	2	0,15
	4) Harga bahan baku yang sering tidak stabil.	0,05	2	0,1
	5) Lokasi usaha yang berjarak sangat dekat.	0,1	2	0,2
<b>Total</b>				2,975

Analisis matriks IFAS merupakan hasil dari identifikasi faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang berpengaruh pada UMKM yang dikelola BUMDes Piasa Kulon. Hasil perkalian antara rata-rata pembobotan dan penilaian rating akan menghasilkan total skor. Total skor ini digunakan untuk menentukan posisi UMKM dalam matriks SWOT dan merumuskan strategi yang tepat. Perusahaan ini fokus pada peluang dengan skor tertinggi untuk mendukung pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjangnya diantaranya yaitu 1) Pembuatan produk olahan makanan yang masih *handmade*, sehingga mengedepankan mutu dan kualitas rasa. 2) Lokasi yang strategis memudahkan akses konsumen. 3) Pilihan produk makanan yang bervariasi menjadi daya tarik konsumen.

Dari hasil pembobotan dan rating menggunakan matriks IFAS, total skor matriks IFAS tercatat sebesar 3,175. Tabel yang menampilkan hasil matriks EFAS tersedia pada Tabel 4.5, dengan jumlah skor mencapai 2,975. Kedua matriks ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan. Analisis ini penting untuk strategi dan pengambilan keputusan perusahaan. Hasil dari matriks IFAS dan EFAS akan digunakan untuk menyusun matriks EFAS berikutnya. Rata-rata skor IFAS adalah 3,175 dan rata-rata skor EFAS adalah 2,975. Perhitungan rata-rata dilakukan dengan mengalikan nilai rata-rata rating dan bobot pada setiap faktor.

Analisis SFAS (Strategic Factor Analysis Summary) dan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah dua alat yang sering digunakan dalam perencanaan strategis untuk membantu organisasi mengidentifikasi faktor

internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja mereka. Berikut adalah penjelasan dan cara melakukan kedua analisis tersebut :

**Gambar 4.6 Matriks SFAS (*Strategic Factor Analysis Summary*)**

Faktor Strategis Kunci	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Jangka			Keterangan
				Pendek	Menengah	Panjang	
1) Pembuatan produk olahan makanan yang masih <i>handmade</i> , sehingga mengedepankan mutu dan kualitas rasa (S)	0,10	3	0,3		X		Jangka Menengah
2) Lokasi yang strategis memudahkan akses konsumen (S)	0,10	4	0,4		X		Jangka Menengah
3) Kurangnya sumber daya yang dapat menciptakan inovasi terbaru (W)	0,15	3	0,45			X	Jangka Panjang
4) Manajemen keuangan yang belum dikelola dengan baik (W)	0,15	4	0,6	X			Jangka PENDEK
5) <i>Branding</i> pelaku UMKM	0,10	5	0,5			X	Jangka Panjang

BUMDes Piasa Kulon di Lokawa Wisata Embung sudah dikenal masyarakat umum (O)							
6) Bahan baku yang berkualitas tersedia dengan cukup (O)	0,15	4	0,6			X	Jangka Panjang
7) Tingkat persaingan pelaku UMKM tinggi, baik di dalam maupun luar lingkungan lokawisata Embung Rawa Bener (T)	0,10	2	0,2			X	Jangka Menengah Jangka Menengah
8) Konsumen cenderung menginginkan harga rendah (T)	0,10	3	0,3			X	Jangka Panjang

Adapun uraian penjelasan Matriks SFAS di atas sebagai berikut :

1. Faktor Strategis Kunci merupakan elemen-elemen penting yang mempengaruhi keberhasilan UMKM BUMDes Piasa Kulon.
2. Bobot menggambarkan seberapa penting faktor tersebut relatif terhadap faktor lainnya, dengan total bobot semua faktor adalah 1 (atau 100%).
3. Rating menggambarkan seberapa baik organisasi saat ini menangani faktor tersebut, dengan skala dari 1 (sangat buruk) hingga 5 (sangat baik).



4. Bobot x Rating merupakan hasil perkalian bobot dengan rating, yang menunjukkan prioritas dan pengaruh faktor tersebut terhadap strategi keseluruhan.
5. Durasi menunjukkan jangka waktu yang relevan bagi strategi tersebut, yaitu pendek, sedang, atau panjang.
6. Keterangan kolom ini memberikan informasi tambahan atau penjelasan terkait faktor tersebut.

Matriks ini memberikan gambaran komprehensif tentang faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi organisasi. Proses ini memungkinkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan bagi organisasi. Nilai tersebut menandakan bahwa perusahaan berada dalam kuadran IV, menunjukkan kebutuhan akan strategi pertumbuhan dan pembangunan. Strategi "*grow and build*" menekankan pada upaya untuk meningkatkan pertumbuhan dan pengembangan perusahaan. Dalam konteks ini, strategi intensif, integratif, dan konsentrasi merupakan pilihan yang relevan untuk diterapkan oleh perusahaan. Matriks IE, yang disajikan dalam Gambar 4.7, memberikan gambaran visual terkait dengan posisi dan strategi yang dianjurkan untuk perusahaan :

**Gambar 4.7 Matriks IE**

	Kuat 3,0-3,99	Rata-rata 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99	
4,0	I	II	III	Kuat 3,0-3,99 Rata-rata 2,0-2,99 Lemah 1,0-1,99
3,0	IV	V	VI	
2,0	VII	VIII	IX	
1,0				

Dari hasil wawancara, faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang telah diidentifikasi. Penulis kemudian menganalisis hasil ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Analisis tersebut dituangkan

dalam bentuk Matriks Analisis SWOT. Matriks ini memberikan gambaran lengkap tentang posisi strategis yang dapat diambil sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Matriks Analisis SWOT Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)**

	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
<b>Internal</b>	1) Pembuatan produk olahan makanan yang <i>handmade</i> , sehingga mengedepankan mutu dan kualitas rasa. 2) Dikenal sebagai UMKM di Lokawisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon. 3) Terciptanya hubungan yang harmonis dengan para konsumen. 4) Lokasi yang strategis memudahkan akses konsumen. 5) Promosi yang gencar dilakukan, baik <i>online</i> maupun <i>offline</i> . 6) Pilihan produk makanan yang bervariasi menjadi daya tarik konsumen.	1) Kurangnya sumber daya yang dapat menciptakan inovasi terbaru. 2) Manajemen keuangan yang belum dikelola dengan baik. 3) Permodalan yang terbatas. 4) Daya minat konsumen yang rendah. 5) Keterbatasan terhadap pengembangan teknologi.
<b>Eksternal</b>		
<b>Peluang (O)</b>	<b>Set A (Strategi S-O)</b>	<b>Set B (W-O)</b>

<p>1) Branding pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon di Lokawa Wisata Embung sudah dikenal masyarakat umum.</p> <p>2) Citra para pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon yang baik.</p> <p>3) Peluang pangsa pasar yang luas.</p> <p>4) Bahan baku yang berkualitas tersedia dengan cukup.</p> <p>5) Banyaknya lembaga permodalan yang dapat membantu mengembangkan usaha.</p> <p>6) Perkembangan teknologi dan informasi yang dapat membantu pelaku UMKM.</p>	<p>1) Terus meningkatkan mutu dan kualitas produk UMKM untuk memperoleh kepercayaan konsumen.</p> <p>2) Meningkatkan promosi dengan mengandalkan teknologi berupa <i>e-commerce (gojek atau grab)</i>.</p> <p>3) Memperluas relasi atau informasi guna menambah kreatifitas dan inovasi dalam produk UMKM.</p>	<p>1) Sumber daya dengan melakukan pembinaan, baik persoalan manajemen keuangan maupun produksi dan pemasaran.</p> <p>2) Apabila sangat diperlukan tambahan permodalan dapat mengajukan atau memanfaatkan lembaga keuangan sehingga berdampak terhadap proses produksi.</p>
<b>Ancaman (T)</b>	<b>Set C (Strategi S-T)</b>	<b>Set D (W-T)</b>
<p>1) Tinggat persaingan pelaku UMKM tinggi, baik di dalam</p>	<p>1) Melakukan penelitian konsumen guna mengetahui keinginan</p>	<p>1) Mengembangkan inovasi produk dengan mengikuti</p>

<p>maupun luar lingkungan lokawisata Embung Rawa Bener.</p> <p>2) Pergeseran minat konsumen yang tidak menentu.</p> <p>3) Konsumen cenderung menginginkan harga rendah.</p> <p>4) Harga bahan baku yang sering tidak stabil.</p> <p>5) Lokasi usaha yang berjarak sangat dekat.</p>	<p>konsumen dan perilaku konsumen.</p> <p>2) Membuat ciri khas terhadap produk atau merek UMKM.</p>	<p>perkembangan <i>trend</i>.</p> <p>2) Melakukan penelitian konsumen untuk mengetahui kemauan konsumen membeli.</p>
---	---	--

Berdasarkan hasil Analisis SWOT di atas, Strategi Pengembangan UMKM yang dapat dilaksanakan oleh UMKM BUMDes Piasa Kulon adalah memanfaatkan kekuatan internal untuk mengoptimalkan peluang pasar. Selain itu, perlu mengatasi kelemahan yang ada melalui peningkatan kualitas dan kapasitas produksi. Terakhir, strategi harus mencakup langkah-langkah mitigasi risiko untuk menghadapi ancaman eksternal sebagai berikut :

1. Membuat variasi menu olahan baru yang menarik sehingga dapat dilirik oleh pangsa pasar lainnya.
2. Mengadakan event-event kebudayaan yang berkolaborasi dengan pemuda/i setempat agar lebih banyak masyarakat yang berkunjung.
3. Memperluas jaringan pemasaran baik *offline* maupun *online*.
4. Menetapkan harga produk sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.
5. Mengadakan diskon maupun promo-promo yang menarik.
6. Menjaga hubungan baik dengan konsumen lama/baru.

#### **D. Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)**

##### **1. Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT**

Strategi pengembangan UMKM guna meningkatkan pendapatan masyarakat bisa diperoleh dari berbagai faktor, diantaranya dari sumber daya alam, sumber daya manusia, teknologi, pemasaran, permodalan maupun dari inovasi-inovasi lainnya. Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada dari hasil Analisis SWOT yang telah dilaksanakan terhadap faktor eksternal dan faktor internal, maka akan menghasilkan beberapa alternatif strategi untuk memberikan bantuan terkait dengan Strategi Pengembangan UMKM pada BUMDes Piasa Kulon. Adapun beberapa hasil Strategi dari Analisis SWOT yang telah dilaksanakan sebagai berikut :

###### **a. Strategi Kekuatan-Peluang (S-O)**

Strategi S-O merupakan strategi yang diperoleh dari *strength* dan *opportunity*. Strategi S-O juga disebut dengan *comparative advantage* (keunggulan kompetitif). Strategi ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk berkembang lebih baik. Strategi ini menggunakan kekuatan yang berasal dari faktor internal untuk memperoleh peluang dari faktor eksternal yang ada. Dalam metode matriks ini diambil kesimpulan guna memperoleh keputusan-keputusan terbaik yang dapat membangun dan mendukung kemajuan perusahaan. Adapun beberapa strategi yang dapat diambil dalam pengembangan UMKM sebagai berikut :

- 1) Terus meningkatkan mutu dan kualitas produk UMKM untuk memperoleh kepercayaan konsumen.
- 2) Meningkatkan promosi dengan mengandalkan teknologi berupa *e-commerce* (*gojek* atau *grab*).
- 3) Memperluas relasi atau informasi guna menambah kreatifitas dan inovasi dalam produk UMKM.



b. Strategi Kelemahan-Peluang (W-O)

Strategi W-O merupakan strategi yang didapat dari adanya kelemahan dan peluang. Strategi W-O disebut juga dengan *Investment Divestment*, di mana strategi ini dilaksanakan dengan meminimalisir kelemahan perusahaan yang berasal dari faktor internal untuk memanfaatkan peluang yang berasal dari faktor eksternal. Untuk strategi yang dapat diambil sebagai berikut :

- 1) Mengembangkan sumber daya dengan melakukan pembinaan, baik persoalan manajemen keuangan maupun produksi dan pemasaran.
- 2) Apabila sangat diperlukan tambahan permodalan dapat mengajukan atau memanfaatkan lembaga keuangan sehingga berdampak terhadap proses produksi.

c. Strategi Kelemahan-Ancaman (W-T)

Strategi W-T merupakan strategi yang diperoleh dari kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Strategi ini sering dikenal dengan *Damage Control*. Strategi ini dilaksanakan dengan meminimalisir kelemahan yang ada di dalam perusahaan. Selain itu, strategi ini juga berfokus pada menghindari dan mengatasi ancaman yang dapat mempengaruhi kelangsungan perusahaan. Adapun strategi yang dapat diambil sebagai berikut :

- 1) Mengembangkan inovasi produk dengan mengikuti perkembangan *trend*.
- 2) Melakukan penelitian konsumen untuk mengetahui kemauan konsumen membeli.

d. Strategi Kekuatan-Ancaman (S-T)

Strategi S-T merupakan strategi yang diperoleh dari *strength* dan *threat*. Strategi ini sering disebut dengan *Mobilization*. Strategi ini dilaksanakan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan yang berasal dari faktor internal guna menghindari atau mengurangi ancaman yang berasal dari faktor eksternal. Untuk strategi yang dapat diambil sebagai berikut :

- 1) Melakukan penelitian konsumen guna mengetahui keinginan konsumen dan perilaku konsumen.
- 2) Membuat ciri khas terhadap produk atau merek UMKM.

## **2. Faktor Pendukung dan Penghambat UMKM BUMDes Piasa Kulon**

Dari hasil penelitian, penulis dapat menganalisis mengenai faktor-faktor baik yang menghambat maupun yang mendukung Pengembangan UMKM Berbasis Analisis SWOT. Faktor-faktor tersebut diantaranya sebagai berikut :

### **a. Faktor Pendukung Pengembangan UMKM**

Dalam mendukung pengembangan UMKM BUMDes Piasa Kulon, ada beberapa faktor pendukung dalam proses usahanya. Faktor-faktor inilah yang kemudian dapat diimplikasikan guna meningkatkan penjualan pelaku UMKM. Adapun beberapa faktor tersebut sebagai berikut :

#### **1) Penguatan Sektor Kelembagaan**

Untuk mendukung program ini, diperlukan keterlibatan pemerintah dan swasta dalam merevitalisasi UMKM. Upaya ini dapat dilakukan melalui penguatan pasar dan permodalan dalam bentuk kemitraan. Selain itu, perlu juga adanya penguatan lembaga keuangan yang menjadi mitra UMKM. Dukungan ini akan membantu UMKM berkembang dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian.

#### **2) Penguatan Aspek Pemasaran**

Pemasaran merupakan elemen penting dalam menjalankan usaha. Penguatan aspek pemasaran dapat dicapai melalui kerjasama dengan sektor asing, termasuk pusat-pusat usaha kecil. Promosi periklanan seperti pameran dan berbagai bentuk lainnya, juga berperan penting dalam memperkuat pemasaran.

#### **3) Penguatan Sektor Permodalan**

Penguatan permodalan pada UMKM dapat dilakukan dengan memberikan kemudahan pembiayaan usaha dari lembaga keuangan. Dukungan penguatan permodalan ini dapat diberikan oleh pemerintah yang memberikan dukungan permodalan berkelanjutan melalui koperasi, khususnya untuk program UMKM dalam bentuk individu maupun kelompok.

#### **4) Penguatan Sektor Kapasitas Usaha**

Penguatan sektor kapasitas usaha dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan pengelolaan usaha. Selain itu, memfasilitasi pertemuan usaha juga

penting untuk mendukung kolaborasi dan pertukaran ide. Pemerintah dapat membantu dengan menyediakan pendanaan untuk pelatihan dan peralatan kerja guna mendukung kelancaran usaha.

#### 5) Ekonomi Politik

Pemerintah pusat maupun swasta harus menaruh perhatian besar dalam mengembangkan peran UMKM. Bukan tidak mungkin, pelaku UMKM dapat menjadi kekuatan perekonomian di Indonesia di masa depan. Dengan memajukan UMKM dan memberdayakan kembali agar mampu menjadi tumpuan perekonomian nasional berdampak langsung terhadap stabilitas dan kemandirian perekonomian Indonesia.

#### b. Faktor Penghambat Pengembangan UMKM

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon menghadapi sejumlah permasalahan atau kendala. Faktor-faktor ini mencakup berbagai aspek yang mempengaruhi kinerja dan perkembangan UMKM tersebut. Adapun faktor penghambatnya dibagi dalam 2 faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal yang diantaranya sebagai berikut :

##### 1) Faktor Eksternal

##### a) Infrastruktur atau sarana prasarana yang perlu ditingkatkan kembali.

Peningkatan infrastruktur merupakan langkah penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan meningkatkan daya saing suatu negara. Peningkatan infrastruktur di bidang-bidang transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, pendidikan serta lainnya tidak hanya langsung memberikan manfaat langsung terhadap masyarakat, tetapi juga terbukanya lapangan kerja, meningkatkan produktivitas, dan memperkuat perekonomian secara keseluruhan.

##### b) Kondisi usaha yang tidak menentu.

Kondisi usaha yang tidak menentu adalah situasi bisnis ketika menghadapi ketidak pastian yang sering disebabkan oleh faktor-faktor eksternal kendali perusahaan. Contohnya, peningkatan harga barang atau jasa yang berkelanjutan dapat menurunkan *margin* keuntungan dan daya

beli konsumen. Maka dengan memahami faktor-faktor yang tidak pasti dapat menerapkan strategi-stategi yang tepat, sehingga dapat dengan siap menghadapi segala tantangan yang ada dan mampu bertahan ditengah kondisi yang tidak menentu.

c) Kebijakan pemerintah daerah maupun pusat yang tidak menentu juga.

Kebijakan pemerintah yang tidak menentu sering disebabkan oleh perubahan regulasi yang terlalu sering, kebijakan yang tidak konsisten, dan kurangnya transparansi dalam pembuatan kebijakan. Faktor-faktor ini mengakibatkan ketidakpastian yang merugikan berbagai sektor. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan manajemen risiko yang efektif. Manajemen risiko ini bertujuan mengidentifikasi dan mengelola risiko yang timbul dari perubahan kebijakan sehingga stabilitas dan kepercayaan dapat terjaga.

d) Arus globalisasi terkait minat beli konsumen yang kurang.

Arus globalisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Dalam konteks ini, minat beli kurang dipengaruhi oleh dinamika global. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi seperti adanya persaingan global, perubahan sosial budaya, perkembangan teknologi dan lain sebagainya. Strategi yang dapat dilakukan dengan cara penyesuaian produk dan harga, kolaborasi atau kemitraan, peningkatan kualitas dan *diferensiasi* agar tetap kompetitif di pasar yang semakin dinamis.

2) Faktor Internal

a) Terbatasnya permodalan yang dimiliki.

Terbatasnya permodalan adalah salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha, terutama UMKM yang dapat menghambat pertumbuhan inovasi kemampuan pelaku usaha dalam bersaing di pasar. Adapun beberapa strategi dalam mengatasi permodalan yaitu dengan memanfaatkan sumber pembiayaan alternatif, mengoptimalkan arus, mencari kemitraan atau berkolaborasi, dan mencari dukungan pemerintah melalui program-program yang dijalankan.

b) Kemampuan SDM yang rendah.

Kemampuan SDM yang rendah dapat menghambat produktifitas, inovasi, dan daya saing perusahaan. Faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya SDM diantaranya tidak memadainya pendidikan dan pelatihan, kurangnya akses terhadap peluang pengembangan, perubahan teknologi yang cepat dan motivasi berkreasi yang rendah. Strategi yang dapat mengembangkan yaitu dengan investasi dalam pelatihan dan pengembangan, pengembangan budaya belajar di tempat kerja, dan peningkatan kualitas pendidikan. Dengan mengimplementasikan strategi-strategi ini, diharapkan SDM perusahaan akan meningkat dan mampu bersaing di pangsa pasar.

c) Lemahnya jaringan usaha dan akses pasar.

Lemahnya jaringan usaha dan akses pasar adalah dua tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi lemahnya jaringan kerja yaitu kurangnya koneksi, kurangnya pengalaman dan pengetahuan, isolasi geografis, dan keterbatasan sumber daya. Sedangkan lemahnya akses pasar disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya kurangnya informasi pasar, hambatan regulasi dan administratif, kurangnya akses teknologi, distribusi dan logistik dan *brand awareness*. Strategi-strategi yang dapat dilakukan guna menangani lemahnya jaringan usaha dan akses pasar yaitu dengan digitalisasi, pelatihan dan pendidikan, program inkubasi dan akselerasi, partisipasi dalam event guna meningkatkan peluang berkembang dan bersaing.

d) Penggunaan teknologi yang kurang.

Kurangnya integrasi teknologi dalam oprasional bisnis terutama UMKM, mungkin tidak memiliki sumber daya atau pengetahuan untuk mengadopsi teknologi baru seperti perangkat lunak manajemen, *e-commerce*, atau solusi berbasis *i-cloud*. Dampaknya, pelaku usaha dapat kehilangan konsumen karena efisiensi oprasional rendah dan kesulitan dalam menjangkau pangsa pasar yang luas. Penggunaan teknologi yang kurang dapat menimbulkan berbagai tantangan dan ketertinggalan dalam



banyak aspek. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan adopsi dan pemanfaatan teknologi sangat penting.

e) Terkendala pemasaran maupun pengendalian stock produk.

Menghadapi kendala dalam pemasaran dan pengendalian stock merupakan tantangan umum pelaku UMKM. Adapun beberapa solusi yang dapat diterapkan yaitu dengan meningkatkan strategi *digital marketing*, analisis data pelanggan, analisis trend penjualan, dan sistem manajemen inventaris. Dari sebagian strategi tersebut, pelaku UMKM dapat lebih efektif dalam mengatasi pemasaran dan pengendalian stock guna meningkatkan kepuasan konsumen.

f) Terkendala dalam administratif pembukuan dan manajemen usaha secara umum.

Mengatasi kendala dalam administratif pembukuan dan manajemen usaha memerlukan pendekatan terstruktur dengan alat yang tepat. Kesulitan dalam pelacakan transaksi dapat diatasi dengan menggunakan software akuntansi atau sistem pembukuan terpusat. Untuk miss koordinasi antar departemen, solusi yang efektif adalah implementasi sistem ERP, rapat berkala, dan komunikasi yang baik. Selain itu, audit berkala dan peningkatan berkelanjutan juga diperlukan untuk meningkatkan efektivitas administratif dan manajemen usaha.

Penelitian dengan judul "Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)" menawarkan kontribusi penting dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih terfokus pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal melalui BUMDes. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berjudul "Strategi Pengembangan UMKM Desa Pekarungan Berbasis Analisis SWOT" yang mengaplikasikan metode SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi UMKM di Desa Pekarungan, penelitian terbaru ini menggunakan pendekatan analisis yang lebih menyeluruh dengan memperhatikan konteks spesifik BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas, sehingga memungkinkan identifikasi strategi yang lebih tepat guna dan

implementasi program yang lebih efektif dalam memajukan ekonomi masyarakat desa melalui optimalisasi potensi lokal dan partisipasi aktif dari warga.

Selain itu, penelitian ini dalam Al-Quran Surat Al-Qasas ayat 77 menekankan keseimbangan antara mengejar kehidupan dunia dan akhirat, serta pentingnya berbuat baik kepada sesama sebagaimana Allah telah berbuat baik kepada kita. Maka dari itu, ayat ini dijadikan landasan teologis dalam strategi pengembangan UMKM, khususnya dalam meningkatkan pendapatan masyarakat melalui BUMDes di Piasa Kulon, Somagede, Banyumas. Dengan memahami pesan ayat ini, BUMDes dapat memotivasi masyarakat untuk tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga memastikan bahwa kegiatan usaha mereka memberikan manfaat sosial yang luas. Implementasi prinsip-prinsip kebaikan dan keseimbangan ini dalam pengelolaan UMKM dapat menciptakan model bisnis yang berkelanjutan dan inklusif, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara holistik.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis memberikan kesimpulan dan saran terkait mengenai Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas). Adapun mengenai beberapa kesimpulan dan saran dalam penelitian ini sebagai berikut :

#### **A. KESIMPULAN**

Dari hasil analisis penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti berdasarkan identifikasi mengenai faktor eksternal dan faktor internal yang dapat mempengaruhi keberlanjutan Strategi Pengembangan UMKM, maka penulis menyimpulkan dalam beberapa point, diantaranya adalah :

1. BUMDes Piasa Kulon memfokuskan pengembangan bisnis kuliner dengan strategi produk, promosi, harga, pelayanan, dan penjualan, serta menerapkan Analisis SWOT untuk memanfaatkan dukungan pemerintah, membaca peluang pasar, dan meningkatkan kepuasan konsumen dengan berbagai menu terjangkau. Pihak BUMDes juga memperhatikan tindakan pesaing untuk memastikan keunggulan bersaing. Meskipun tantangan bisnis selalu ada, BUMDes Piasa Kulon bertekad mempertahankan dan meningkatkan kualitas usahanya.
2. Strategi yang digunakan oleh pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon pada dasarnya telah melaksanakan dengan seoptimal mungkin. Penerapan strategi-strategi yang dijalankan sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sampai saat ini pelaku UMKM terus menjalankan strategi-strategi tersebut dan secara berkala melakukan evaluasi dan perbaikan.
3. Berdasarkan hasil penelitian, penulis berhasil menganalisis faktor-faktor yang menghambat maupun mendukung pengembangan UMKM menggunakan Analisis SWOT. Faktor-faktor tersebut meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi perkembangan UMKM sebagai berikut :

- a. Faktor Pendukung Pengembangan UMKM
  - 1) Penguatan Sektor Kelembagaan.
  - 2) Penguatan Aspek Pemasaran.
  - 3) Penguatan Sektor Permodalan.
  - 4) Penguatan Sektor Kapasitas Usaha.
  - 5) Ekonomi Politik.
- b. Faktor Penghambat Pengembangan UMKM
  - 1) Faktor Eksternal
    - a) Infrastruktur atau sarana prasarana yang perlu ditingkatkan kembali.
    - b) Kondisi usaha yang tidak menentu.
    - c) Kebijakan pemerintah daerah maupun pusat yang tidak menentu.
    - d) Arus globalisasi terkait minat beli konsumen yang kurang.
  - 2) Faktor Internal
    - a) Terbatasnya permodalan yang dimiliki.
    - b) Kemampuan SDM yang rendah.
    - c) Lemahnya jaringan usaha dan akses pasar.
    - d) Penggunaan teknologi yang kurang.
    - e) Terkendala dalam pemasaran maupun pengendalian stock produk.
    - f) Terkendala dalam administratif pembukuan dan manajemen usaha secara umum.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilaksanakan dalam penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pihak terkait. Adapun beberapa rekomendasi sebagai berikut :

1. Diharapkan pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon lebih memperhatikan kembali strategi pemasaran produk melalui media sosial guna meningkatkan penjualan, serta melakukan promosi baik secara *offline* maupun *online* seperti menyebar selebaran pamflet maupun pamflet digital di sekitar Embung Rawa Bener atau kota.

2. Agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk jualan, pentingnya memberikan kepuasan terhadap konsumen, serta menjalin hubungan baik dengan konsumen.
3. Ada ragam teknik selain Analisis SWOT yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan situasi yang dihadapi, diantaranya dapat menggunakan Analisis PESTEL, Analisis MOST (*Business Analyst Mentor*), dan *Business Process Modeling*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, H. (2017). Lumbung Air sebagai Alternatif Penyediaan Air Baku Perkotaan (Studi Kasus: Analisis Penentuan Prioritas Lokasi Embung). *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Dalam Pengembangan SmartCity, 1*, 295–308. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/smartcity/article/view/1731>
- Amalia, A. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran Dan Swot Pada Perusahaan Popsy Tubby. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 1*(1), 298–306.
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 6*(1), 133–142.
- Amri, K. (2015). Evaluasi Program Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Khairul Amri. *Jurnal, 13*, 295–299.
- Augina, A., Program, M., Ilmu, S., Masyarakat, K., Kedokteran, F., Kesehatan, I., Jambi, U., Letjend, J., No, S., 33, T., & Pura, J. (n.d.). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. In *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* (Vol. 12).
- Basrowi, B., Utami, P., Anggraeni, E., & Nasor, M. (2020). Analisis SWOT Pasar Modal Syariah sebagai Sumber Pembiayaan Di Indonesia. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam, 8*(2), 210–227.
- Budhie, D. H. A., & Yulia, E. R. (2022). Perancangan Sistem Informasi Badan Kerjasama Antar Desa UPK Simpan Pinjam Berbasis Website Kecamatan Somagede. *Computer Science (CO-SCIENCE), 2*(2), 117–126.
- Cahyono, P. (2016). Implementasi strategi pemasaran dengan menggunakan Metode SWOT dalam upaya meningkatkan penjualan produk jasa asuransi kecelakaan dan kematian pada PT. Prudential Cabang Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen), 1*(2), 10-Halaman.
- Dewi, A. P., Sangkawati, S., & Edhisono, S. (2022). Analisis Lokasi Embung Berdasarkan Kriteria Spi Berbasis Sistem Informasi Geografis (Studi Kasus Wilayah Kerja Balai Psda Serang Lusi Juana). *Rang Teknik Journal, 5*(2), 281–290.
- Diana, P., Suwena, I. K., & Wijaya, N. M. S. (2017). Peran Dan Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata Di Desa Mas Dan Desa Peliatan, Ubud. *Jurnal Analisis Pariwisata ISSN, 1410*, 3729.
- DIK 2023.pdf*. (n.d.).
- Elva, Y., Trisna, N., & Afira, R. (2021). Customer Relationship Management

(CRM) untuk Peningkatan Penjualan Hasil UMKM Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) (Studi Kasus : BUMDES Desa Apar Kota Pariaman). *Journal of Science and Social Research*, 4(3), 312. <https://doi.org/10.54314/jssr.v4i3.697>

Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>

Fakhrudin, W. M. F. S. I. (2019). Pengaruh Kepribadian Orang Melayu Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Bengkalis. *el-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 281–316.

Hasan, A., Harahap, A. S., Az-Zahra, M. T., Ibrahim, M., & Zahra, A. A. (2023). Pendapatan Nasional Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Eco-Iqtishodi: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 5(1), 19–34.

Hasanudin, A. (2019). Rancang Bangun Penguatan UMKM Berbasis Kuliner Khas Daerah Menuju Cirebon Halal Tourism. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 177–194.

Heryani, H., Legowo, A. C., & Nugroho, I. P. (2020). Strategi pengembangan industri kreatif untuk inovasi. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 290–298.

Hidayah, Z., Mulyana, A., Susanti, E., Lestari, S., & Pujiastuti, P. (2018). Pendampingan pengelolaan badan usaha milik desa (bumdes ) dalam kaitannya sebagai infant organisasi. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka*, 1(1), 474–485. <http://prosiding-pkmcsr.org/index.php/pkmcsr/article/view/46>

Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022a). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.

Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022b). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.

Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73–85.

Ismail, M. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua. *Matra Pembaruan*, 4(1), 59–69. <https://doi.org/10.21787/mp.4.1.2020.59-69>

- Jupri, S., Hendryadi, D., Syam, N., Komputer, S., & Bina Adinata, S. (2021). Pengembangan Alat Penghitung Jumlah Pengunjung Wisata Permandian Eremerasa Berbasis Arduino. *Jtriste*, 8(2), 23–31.
- Kabupaten, D., Suyadi, B.-R., Syahdanur, ;, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1). <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Kalleya, C. (2023). *Desas-Desus Potensi Resesi Ekonomi Indonesia 2023 untuk Wirausaha Berwaspada*.
- Kamaluddin, I. (2020). Analisis Swot Untuk Merumuskan Strategi Bersaing Pada Pt. Menara Angkasa Semesta Cabang Sentani. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(4), 342–354. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i4.183>
- Karsafman, T., & Iqbal, M. (2016). Strategi peningkatan jumlah pelanggan LCL impor. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, Vol.2 No 2 Januari 2016, 2(2), 229–244.
- Lestari, D., & Adyas, D. (2021). Strategi Pemasaran Produk VSAT pada PT Matra Mandiri Prima: Studi Kantor Cabang Wilayah Sulawesi Barat 1. *Jurnal Riset Mahasiswa Dewantara*, 3(1).
- Lestari, I. W., N, L. I., & Albab, U. (2024). Filsafat Ekonomi Syariah Sebagai Landasan Sistem Ekonomi Syariah Bagi Pendidikan Umat Islam. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(2), 982–993. <https://doi.org/10.56672/syirkah.v3i2.172>
- Linggar Adji, N., & Claretta, D. (2023). Fenomena Thrift Shop Dikalangan Remaja: Studi Fenomenologi tentang Thrift Shop di Kalangan Remaja Surabaya. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(1), 36–44. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i1.2201>
- Lumintang, F. M. (2013). Analisis Pendapatan Petani Padi Di Desa Teep Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Mukhyar, & Puspita, Y. (2022). Analisis Ekonomi Entrepreneurship. *Jurnal Ar-Ribhu*, 5(2), 372–384. <https://doi.org/10.46781/ar-ribhu.v5i2.658>
- Muliawati, I., & Susanti, A. (2022). Bajak: Upaya Meningkatkan Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM pada Usaha Thrift Shop. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Perpajakan*, 2(1), 67–77. <http://conference.um.ac.id/index.php/taxcenter/article/view/3471>
- Mulyadi, E. (2018). Strategi Pengembangan Budaya Religius di Madrasah. *Jurnal Kependidikan*, 6(1), 1–14.

- Narsa, I. M. (2014). What Is Strategy? *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 6(1), 25–38. <https://doi.org/10.21831/jpai.v6i1.1788>
- Nawangwulan, A. D., Ilat, V., & Warongan, J. D. . (2018). Pengaruh Total Revenue Dan Laba Bersih Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 13(04), 174–183. <https://doi.org/10.32400/gc.13.03.20068.2018>
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Fokus Ekonomi*, 9(1), 24402.
- Ngisor, B. (2023). *Pengembangan Pariwisata Desa Kuwu Berbasis Potensi Lokal Kuwu Village Tourism Development Based On Local Potential Suwarti 1 , Tri Maryani 2 1,2. 1(6)*.
- Nisak, Z. (2004). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1–8.
- Novianti, N., & Wizanasari, W. (2022). Analisa Manajemen Keuangan dan Strategi Pengembangan cafe ABC. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 98–110.
- Nuroni, A. M., & Adiguna, R. (2017). Evaluasi Strategi pada PT Elco Indonesia Sejahtera Menggunakan Analisis Servo. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 16(3), 155–163. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JA/article/view/405>
- Nursetiawan, I. (2018). Strategi Pengembangan Desa Mandiri Melalui Inovasi Bumdes. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4(2), 72–81.
- Nurul Khaeria, A., Luh Putu Tirta Murthi, N., Putra Triadji, T., & Yoan Nurotul Azizah, C. (2023). Pendapatan dan Beban. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 741–745.
- Piasa, M. (2018). *BUMDesa Manunggal Jaya Unit Simpan Pinjam*. <https://www.piasakulon.id/bumdesa-manunggal-jaya-unit-simpan-pinjam/>
- Prastiwi, I. L. R., Soenarjanto, B., & Susiantoro, A. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Desa Pekarungan Berbasis Analisis SWOT. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 412–424.
- Prawesti, I. (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Barang Bermerek Palsu Secara Online. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 1–8. <https://ocs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/38776>
- Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi kasus pada



- UMKM Gosimplifywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 224–240.
- Pujiono, A., Setyawati, R., & Idris, I. (2018). Strategi Pengembangan UMKM Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1). <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3109>
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 167–181.
- Rahmadani, S. (2021). Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec. Selesai Kab. Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik). *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 115–129. <https://doi.org/10.56114/maslahah.v2i3.160>
- Ristantiya, S., Ardani, Y., & Hartanto, T. (2021). PKM Menjadikan Bumdes Lempong Mandiri Sebagai Lembaga Usaha Desa Yang Berkualitas. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 32–40. <https://doi.org/10.34306/adimas.v1i2.430>
- Riyanti, N. (2021). Optimalisasi Peran Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Singajaya Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Di Desa Bodas Kecamatan Watukumpul). *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 80–93.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Saski, N.H., & Tri, S. (2021). Kelayakan Media Pembelajaran Market Learning Berbasis Digital Pada Mata Kuliah Strategi Pemasaran. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1118–1124.
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Sjafitri, H. (2023). *Sosialisasi Manfaat Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Lumindai Kota Sawahlunto*. 4, 194–199.
- Soleh, A. (2017). Strategi Pengembangan Potensi Desa. *Jurnal Sungkai*, 5(1), 32–52.
- Subaktillah, Y., Kuswardani, N., & Yuwanti, S. (2018). Analisis SWOT: Faktor



Internal Dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Agroteknologi*, 12(02), 107. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v12i02.9276>

Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61.

Tadjuddin, T., & Mayasari, N. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 2(1).

Tarigan, D. A. B., & Ompusung, D. P. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Analisis SWOT (Studi Pada Usaha UMKM Gorengan Di Lokasi Wisata Juma Bakal Desa Dokan). *Advances in Social Humanities Research*, 1(2), 81–86.

Titioaka, B. M., Huliselan, M., Sanduan, A., Ralahallo, F. N., & Siahainenia, A. J. D. (2020). Pengelolaan Keuangan BUMDES di Kabupaten Kepulauan Aru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Jamak (Manajemen & Akuntansi)*, 03(01), 197–216.

Tugas, D. (2017). Indek Berita dan Artikel Surat Kabar Jawa Tengah XXIV Nomor 4. *Indek Berita dan Artikel Surat Kabar Jawa Tengah XXIV Nomor 4*.

Undang-Undang, R. I. (2005). Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah. *Direktorat Jenderal Otonomi Daerah, Jakarta*.

Usman, E., Nur, A., Marunta, R. A., & Khatimah, K. (2024). Strategi Pengembangan Kepiting Soka (Soft Shell Crab) Di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 1089–1098.

Wijoyo, H., & Ariyanto, A. (2021). Entrepreneurial Mindsets & Skill. *Insan Cendekia Mandiri*.

Wiswasta, I., Agung, I., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT*. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press.

Wulansari, A., Hakim, L., & Ramdani, R. (2021). Strategi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang dalam Pemberdayaan UMKM. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 7(1).

Yoshanda, A. A. (2020). Pendapatan Nasional. *Pendapatan Nasional*.

Yunita, K., Mustika, I. G., Rusmita, S., Prihartini, D., & Mustakim, U. (2019). Konsep Pendirian dan Pengembangan Bumdes. *Prosiding SATIESP 2019*, 171–177.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman dan Transkrip Wawancara

Lampiran 1.1

- Pedoman Kuisisioner Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon

Identitas informan

Nama Usaha :

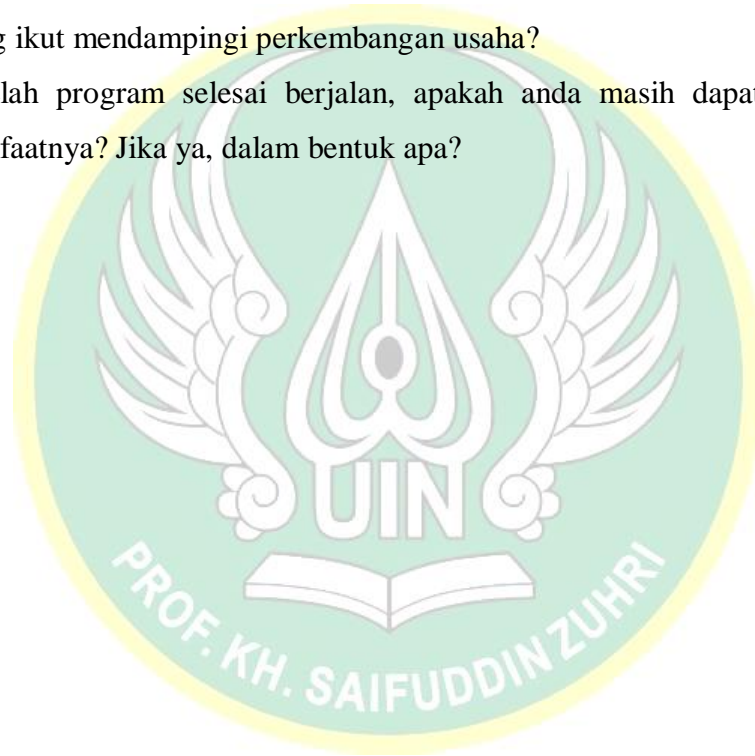
Pemilik :

1. Siapa pendiri usaha ini?
2. Sejak kapan usaha berdiri?
3. Bagaimana usaha ini terbentuk?
4. Berapa modal awal mendirikan usaha ini?
5. Apa saja yang diproduksi?
6. Berapa jumlah produksi dalam sehari?
7. Di mana saja wilayah pemasaran produk?
8. Bagaimana cara memasarkan produk? Apakah ada kendala?
9. Berapa omzet atau keuntungan perbulan?
10. Bagaimana kinerja keuangan (profitabilitas) mitra sebelum mengikuti program kemitraan? Apakah sudah profit atau stabil?
11. Sistem kerja shift atau tidak? Pegawai tetap/buruh? Berapa orang?
12. Apakah sudah ada struktur organisasi?
13. Apakah sudah menggunakan sosial media atau *e-commerce* dalam bidang pemasaran?
14. Darimanakah anda memperoleh informasi tentang UMKM BUMDes Piasa Kulon ?
15. Sejak kapan menjadi mitra BUMDes Piasa Kulon?
16. Mengapa mengikuti program kemitraan BUMDes Piasa Kulon ?
17. Apa yang ingin anda peroleh dengan mengikuti BUMDes Piasa Kulon ?
1. Dari segi materi, apakah merasa mendapat keuntungan melalui kemitraan BUMDes Piasa Kulon ?

18. Bagaimana pendapat mitra terkait program pembinaan yang diselenggarakan BUMDes Piasa Kulon ?



19. Apakah ada yang harus dibenahi dalam pembinaan dari BUMDes Piasa Kulon ?
20. Apakah selama menjadi mitra BUMDes Piasa Kulon ada peningkatan omzet penjualan?
21. Apakah selama menjadi kemitraan BUMDes Piasa Kulon ada pengembangan tempat usaha?
22. Bagaimana kinerja keuangan mitra setelah mengikuti program kemitraan?
23. Apakah mencatat laporan keuangan pertahun atau perbulan?
24. Setelah jadi kemitraan BUMDes Piasa Kulon, apakah pihak BUMDes ada yang ikut mendampingi perkembangan usaha?
25. Setelah program selesai berjalan, apakah anda masih dapat merasakan manfaatnya? Jika ya, dalam bentuk apa?



## Lampiran 1.2

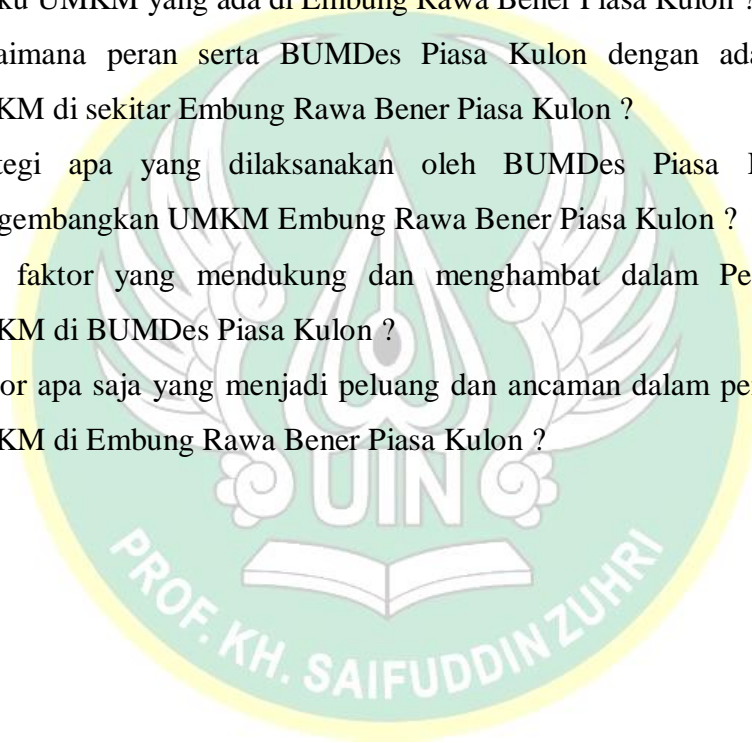
- Pedoman Wawancara Pengurus BUMDes Piasa Kulon

Identitas informan

Nama :

Jabatan :

1. Berapa jam kerja pada BUMDes ini ?
2. Bagaimana sistem pekerjaan di BUMDes ini ?
3. Apa saja perawatan fasilitas yang dilakukan BUMDes Piasa Kulon terhadap Pelaku UMKM yang ada di Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?
4. Bagaimana peran serta BUMDes Piasa Kulon dengan adanya Pelaku UMKM di sekitar Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?
5. Strategi apa yang dilaksanakan oleh BUMDes Piasa Kulon guna mengembangkan UMKM Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?
6. Apa faktor yang mendukung dan menghambat dalam Pengembangan UMKM di BUMDes Piasa Kulon ?
7. Faktor apa saja yang menjadi peluang dan ancaman dalam pengembangan UMKM di Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?





### Lampiran 1.3

- Pedoman Wawancara Pengelola Embung Rawa Bener Piasa Kulon

Identitas informan

Nama :

Jabatan :

1. Apa nama lengkap agrowisata ini ?
2. Di mana lokasi/alamat lengkap agrowisata ini ?
3. Bagaimana sejarah berdirinya agrowisata ini ?
4. Bagaimana respon masyarakat ketika dibukanya destinasi wisata ini ?
5. Apa saja fasilitas yang tersedia di agrowisata ini ?
6. Apakah terdapat struktur karyawan di Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?
7. Bagaimana kondisi sarana dan prasarana pendukung di objek wisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?
8. Apakah ada fasilitas di objek wisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon ini yang tidak dapat digunakan atau mengalami kerusakan ?
9. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Embung Rawa Bener Piasa Kulon agar menarik wisatawan untuk berkunjung ?
10. Ketika terjadi pandemi covid-19 apa dampak yang dirasakan oleh agrowisata ini ?
11. Manfaat apa yang diperoleh masyarakat lokal dari adanya objek wisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?

#### Lampiran 1.4

- Pedoman Kuisisioner Kepuasan Konsumen UMKM BUMDes Piasa Kulon

Identitas informan

Nama :

Asal daerah :

Umur :

Pekerjaan :

1. Darimanakah anda memperoleh informasi tentang UMKM BUMDes Piasa Kulon ?
2. Apakah menurut anda pemandangan alam Embung Rawa Bener merupakan salah satu daya tarik UMKM BUMDes Piasa Kulon ?
3. Apakah UMKM BUMDes Piasa Kulon memiliki berbagai variasi menu yang beragam ?
4. Fasilitas yang disediakan BUMDes Piasa Kulon lengkap dan memadai ?
5. Akses jalan menuju UMKM BUMDes Piasa Kulon mudah dijangkau ?
6. Berdasarkan daya tarik pariwisata yang ada pada Agrowisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon, menurut anda manakah daya tarik yang paling berkesan?
7. Apakah harga produk dari setiap UMKM terjangkau dan sesuai dengan rasa yang tersedia?
8. Bagaimana pelayanan dan keramahan karyawan ketika anda berkunjung ?
9. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan selama anda membeli produk UMKM BUMDes Piasa Kulon ?
10. Apakah anda nanti setelah berkunjung akan merekomendasikan UMKM BUMDes Piasa Kulon kepada kerabat atau teman anda ?
11. Apakah ada saran atau kritik yang membangun untuk UMKM BUMDes Piasa Kulon ?
12. Apakah kelak anda akan kembali untuk mengunjungi UMKM BUMDes Piasa Kulon ?



**I :** Untuk omzet sekitar 5.000.000 sampai 6.000.000 mba, itu kalo setiap hari habis 20-30 porsi. Kadang ya nggak habis, kadang ya kurang. Namanya juga dagang ya mba hehe.

**P :** Bagaimana kinerja keuangan (profitabilitas) mitra sebelum mengikuti program kemitraan? Apakah sudah profit atau stabil?

**I :** Sebelum ikut kemitraan dengan BUMDes ya sudah ada keuntungan, tapi ya gitu jualannya nggak setiap hari. Kalo di sini kan setiap hari mba.

**P :** Sistem kerja shift atau tidak? Pegawai tetap/ buruh? Berapa orang?

**I :** Masih kerja sendiri mba, belum ada karyawan. Paling dibantu anak kalo libur sekolah. Tapi kalo waktu jualan mengikuti waktu buka Embung. Misal Embung buka jam 7 pagi, kami persiapan pukul 9 pagi sampai tutup embung sekitar jam 5 sore.

**P :** Apakah sudah ada struktur organisasi?

**I :** Belum ada.

**P :** Apakah sudah menggunakan sosial media atau *e-commerce* dalam bidang pemasaran?

**I :** Sudah, saat ini baru pakai *facebook* sama *whatsapp*. Niatnya mau gabung grab, tapi masih cari tau sistemnya gimana mba.

**P :** Darimanakah anda memperoleh informasi tentang UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Dulu sewaktu Embung masih proses pembangunan kan sudah ada info dari pihak desa mba, jadi ya gitu tersebar dari mulut ke mulut. Akhirnya konfirmasi ke pihak BUMDes kalo mau gabung.

**P :** Sejak kapan menjadi mitra BUMDes Piasa Kulon?

**I :** Sejak awal peresmian mba.

**P :** Mengapa mengikuti program kemitraan BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Karena dilihat dari peluang pembelinya mba, kalo jualan di rumah sendiri kurang dilihat orang. Beda sama embung yang banyak pengunjungnya. Jadi ya gitu awal mula gabungnya.

**P :** Dari segi materi, apakah merasa mendapat keuntungan melalui kemitraan BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Dari segi keuntungan ya pasti ada mba. Penjualan lebih meningkat dari pada sebelumnya.

**P :** Bagaimana pendapat mitra terkait program pembinaan yang diselenggarakan BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Saya sebagai pelaku UMKM sangat terbantu sekali karena dapat membantu perekonomian saya. Selain itu, lingkungan disini memberikan dampak positif seperti memberikan masukan terhadap usaha saya mba.

**P :** Apakah ada yang harus dibenahi dari BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Mungkin dari tempat nya mba, lebih dibaguskan lagi. Biar penjual sama pembeli nyaman. Sebenarnya ini juga masih bagus dan layak, tapi mungkin bisa dijadikan satu area buat UMKM sama luasnya dilebarkan sedikit jika bisa.

**P :** Apakah selama menjadi mitra BUMDes Piasa Kulon ada peningkatan omzet penjualan?

**I :** Ya ada mba, yang biasa kalo jualan ada acara aja sekitar 40-50 porsi, tapi itu cuma sesekali. Kalo ini 20-30 porsi setiap hari.

**P :** Apakah selama menjadi kemitraan BUMDes Piasa Kulon ada pengembangan tempat usaha?

**I :** Kalo pengembangan buat tempat baru ada mba, ini kan sebelah selatannya buat sebelah utaranya baru dibangun tahun kemarin. Paling kalo ada atap bocor atau apa dibetulkan buat yang sebelah selatan, soalnya yang sebelah selatan udah dibangun dari awal peresmian mba.

**P :** Bagaimana kinerja keuangan mitra setelah mengikuti program kemitraan?

**I :** Lebih stabil si mba, meski kadang kala hanya laku beberapa saja. Tapi kadang ya alhamdulillah sampe kurang mie ayamnya.

**P :** Apakah mencatat laporan keuangan pertahun atau perbulan?

**I :** Nggak mba, nggak sempat juga. Apa lagi semua masih dipegang sendiri (produksi, pelayanan, dll).

**P :** Setelah jadi kemitraan BUMDes Piasa Kulon, apakah pihak BUMDes ada yang ikut mendampingi perkembangan usaha?



**I** : Ada mba, dari pengurus BUMDes kadang kala langsung ke sini, tapi kalo nggak ya lewat whatsapp. Tanya-tanya apa ada masalah atau ada hal-hal lain yang diperlukan gitu.

**P** : Setelah program selesai berjalan, apakah anda masih dapat merasakan manfaatnya? Jika ya, dalam bentuk apa?

**I** : Masih merasakan manfaatnya dengan peningkatan pendapatan mba.



## Lampiran 1.6

- Transkrip Hasil Wawancara Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon

Keterangan            P : Peneliti  
                              I : Informan

### Identitas Informan

Nama Usaha            : Es Teh Desa  
Pemilik                 : Ibu Rusmini

**P** : Siapa pendiri usaha ini?

**I** : Ibu Rusmini.

**P** : Sejak kapan usaha berdiri?

**I** : Kurang lebih baru 1 tahun, sekitar bulan juli tahun lalu.

**P** : Bagaimana usaha ini terbentuk?

**I** : Awal mulanya dari banyaknya usaha es teh ini mba, viral gitu. Dilihat dari peminatnya yang banyak sama modalnya nggak terlalu besar jadi saya tertarik usaha es teh ini. Terus disini juga belum ada yang jual, jadi saya optimis buat terus berkembang.

**P** : Berapa modal awal mendirikan usaha ini?

**I** : Sekitar 2,5 juta, itu udah termasuk bahan baku, alat produksi, media promosi, sama brandingnya.

**P** : Apa saja yang diproduksi?

**I** : Es teh dengan beraneka ragam varian. Buat bahan baku utamanya teh, terus inovasinya digabungkan dengan beraneka rasa yang disukai anak-anak.

**P** : Berapa jumlah produksi dalam sehari?

**I** : Sehari bisa lebih dari 50 pcs, tergantung dari cuaca sama jumlah pengunjung. Tapi ada juga yang mampir karena sengaja beli es teh.

**P** : Dimana saja wilayah pemasaran produk?

**I** : Di loka wisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon, kadang pengendara motor yang tidak sengaja melintas.

**P** : Bagaimana cara memasarkan produk? Apakah ada kendala?

**I** : Untuk memasarkan produk masih lewat *whatsapp* kalo nggak *instagram/facebook*.

**P :** Berapa omset atau keuntungan perbulan?

**I :** Untuk omzet sebulan sekitar 4-5 juta mba, nggak pasti si. Kadang lebih dari segitu, kadang juga kurang. Tapi yang sering sekitar itu mba, tergantung dari cuaca kalo mendung terus ya agak sepi.

**P :** Bagaimana kinerja keuangan (profitabilitas) mitra sebelum mengikuti program kemitraan? Apakah sudah profit atau stabil?

**I :** Sebelum di sini belum pernah si mba, ini masih usaha pertama yang saya rintis.

**P :** Sistem kerja shift atau tidak? Pegawai tetap/ buruh? Berapa orang?

**I :** Sistem kerja nggak pake shift, soalnya masih dikerjakan sendiri. Jam bukanya juga agak siang, sekitar pukul 09.00-17.00 wib.

**P :** Apakah sudah menggunakan sosial media atau e-commerce dalam bidang pemasaran?

**I :** Udah mba, tapi baru pake whatsapp, sama facebook/instagram. Tapi yang sering di whatsapp.

**P :** Darimanakah anda memperoleh informasi tentang UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Disini kan udah banyak yang jualan sebelum saya, nah saya tanya-tanya ke pelaku umkm yang lain buat gabungnya gimana.

**P :** Sejak kapan menjadi mitra BUMDes Piasa Kulon?

**I :** Sejak tahun lalu, sekitar bulan juli.

**P :** Mengapa mengikuti program kemitraan BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Dilihat dari potensi konsumen sama strategis tempatnya mba, di Embung kan sering dikunjungi oleh orang-orang.

**P :** Apa yang ingin anda peroleh dengan mengikuti BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Fasilitas si mba, soalnya dari BUMDes belum ada program-program khusus pelaku UMKM.

**P :** Dari segi materi, apakah merasa mendapat keuntungan melalui kemitraan BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Untuk saya yang baru melakukan usaha dan alhamdulillah setiap harinya ada penjualan jadi saya merasakan keuntungan. Mungkin ada kalanya satu dua hari hujan, maka saya libur tapi ya itu tidak rugi, tidak untung.

**P :** Bagaimana pendapat mitra terkait program pembinaan yang diselenggarakan BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Wah sangat setuju siii, mungkin nanti kami ada tambahan ilmu untuk mengevaluasi apa saja yang masih kurang saat kami melakukan usaha.

**P :** Apakah ada yang harus dibenahi dalam pembinaan dari BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Menurut saya yang perlu dibenahi bisa dari lapak UMKM nya, bisa dibuat satu tempat. Biar pengunjung nyaman dan kondisi di lingkungan Embung terlihat rapih.

**P :** Apakah selama menjadi mitra BUMDes Piasa Kulon ada peningkatan omset penjualan?

**I :** Sejauh ini terjadi peningkatan omzet dari waktu ke waktu, nggak banyak tapi ya Allhamdulillah.

**P :** Apakah selama menjadi kemitraan BUMDes Piasa Kulon ada pengembangan tempat usaha?

**I :** Selama kurang lebih 1 tahun disini saya belum merasakan sih mba, tapi sebelum saya disini baru ada pengembangan buat lapaknya.

**P :** Bagaimana kinerja keuangan mitra setelah mengikuti program kemitraan?

**I :** Untuk keuangan stabil mba.

**P :** Apakah mencatat laporan keuangan pertahun atau perbulan?

**I :** Wah untuk catatan secara rinci belum ada, soalnya terkendala waktunya.

**P :** Setelah jadi kemitraan BUMDes Piasa Kulon, apakah pihak BUMDes ada yang ikut mendampingi perkembangan usaha?

**I :** Ada kok mba.

**P :** Setelah program selesai berjalan, apakah anda masih dapat merasakan manfaatnya? Jika ya, dalam bentuk apa?

**I :** Ya masih merasakan dampaknya, dalam bentuk fasilitas lapak yang selalu dijaga dan lingkungan berjualan yang suportif.

### Lampiran 1.7

- Transkrip Hasil Wawancara Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon

Keterangan                    P : Peneliti  
    I : Informan

Identitas Informan

Nama Usaha                    : Gerobag minuman, jajanan kering

Pemilik                             : Ibu Warsiti

**P** : Siapa pendiri usaha ini?

**I** : Ibu Warsiti.

**P** : Sejak kapan usaha berdiri?

**I** : Sejak 2022 mba, sekitar bulan maret.

**P** : Bagaimana usaha ini terbentuk?

**I** : Awalnya bingung mau usaha apa mba buat nambahin pendapatan. Soalnya suami Cuma buruh bangunan, terus saya cari ide. Soalnya saya minim skill, terus muncul ide usaha jualan di sini. Allhamdulillah bertahan sampai sekarang dan dapat bantu-bantu untuk tambahan sehari-hari.

**P** : Berapa modal awal mendirikan usaha ini?

**I** : Modal adal sekitar 300 ribu mba

**P** : Apa saja yang diproduksi?

**I** : Ada air mineral kemasan, es cekek, jajanan ciki sama permen aja si mba.

**P** : Berapa jumlah produksi dalam sebulan?

**I** : kalo jumlah yang diproduksi nggak ada si paling es cekek sama kopi, itupun Cuma beberapa aja.

**P** : Dimana saja wilayah pemasaran produk?

**I** : Di Embung Rawa Bener Piasa Kulon aja sii.

**P** : Bagaimana cara memasarkan produk? Apakah ada kendala?

**I** : Memasarkannya biasa aja si mb, nggak ada kendala. Soalnya saya jualan produk kering (produk tahan lama), jadi saya tidak terlalu gencar melakukan produksi. Niat kedepannya saya ingin membuka toko klontong mba, jadi omzet yang diperoleh sebagian digunakan membeli produk-produk yang belum ada.



Lagi pula di sebelah selatan berbatasan langsung dengan pemukiman masyarakat, yang setiap harinya memerlukan bahan pokok.

**P :** Berapa omset atau keuntungan perbulan?

**I :** Sekitar 3-4 Juta.

**P :** Bagaimana kinerja keuangan (profitabilitas) mitra sebelum mengikuti program kemitraan? Apakah sudah profit atau stabil?

**I :** Dulu sebelum ada covid pendapatan lumayan stabil, terus ada covid pendapatan turun. Tapi saat ini perlahan mengalami kenaikan.

**P :** Sistem kerja shift atau tidak? Pegawai tetap/ buruh? Berapa orang?

**I :** Tidak ada sistem kerja shift dan belum ada karyawan untuk saat ini.

**P :** Apakah sudah ada struktur organisasi?

**I :** Belum ada.

**P :** Apakah sudah menggunakan sosial media atau e-commerce dalam bidang pemasaran?

**I :** Untuk saat ini belum.

**P :** Darimanakah anda memperoleh informasi tentang UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Dapat info dari Pengurus BUMDes nya mba.

**P :** Sejak kapan menjadi mitra BUMDes Piasa Kulon?

**I :** Sejak awal peresmian Embung Rawa Bener.

**P :** Mengapa mengikuti program kemitraan BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Ya ingin menambah pendapatan mba, semakin hari semakin banyak keperluan yang dibutuhkan. Kalo mengandalkan penghasilan suami nggak cukup. Apalagi untuk hal-hal tak terduga lainnya.

**P :** Apa yang ingin anda peroleh dengan mengikuti BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Yang pertama ya usaha lancar, dapat keuntungan yang lebih. Selain itu kenal dengan Pelaku UMKM lainnya.

**P :** Dari segi materi, apakah merasa mendapat keuntungan melalui kemitraan BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Ya dapet mba.

**P** : Apakah ada yang harus dibenahi dalam pembinaan dari BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Selain beberapa fasilitas yang perlu dibenahi, mungkin BUMDes bisa membenahi sistem pengelompokan usaha agar konsumen dengan penjual sama-sama nyaman.

**P** : Apakah selama menjadi mitra BUMDes Piasa Kulon ada peningkatan omset penjualan?

**I** : Ya dapat mba.

**P** : Apakah selama menjadi kemitraan BUMDes Piasa Kulon ada pengembangan tempat usaha?

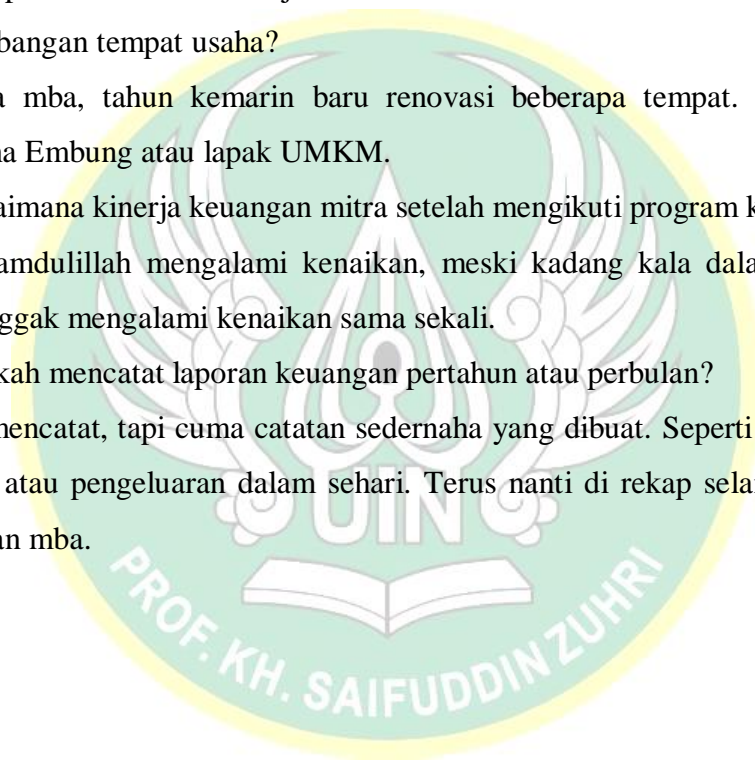
**I** : Ada mba, tahun kemarin baru renovasi beberapa tempat. Baik sarana prasarana Embung atau lapak UMKM.

**P** : Bagaimana kinerja keuangan mitra setelah mengikuti program kemitraan?

**I** : Alhamdulillah mengalami kenaikan, meski kadang kala dalam beberapa waktu nggak mengalami kenaikan sama sekali.

**P** : Apakah mencatat laporan keuangan pertahun atau perbulan?

**I** : Ya mencatat, tapi cuma catatan sedernaha yang dibuat. Seperti penghasilan perhari, atau pengeluaran dalam sehari. Terus nanti di rekap selama 1 bulan kemudian mba.



## Lampiran 1.8

- Transkrip Hasil Wawancara Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon

Keterangan                    P : Peneliti  
    I : Informan

### Identitas Informan

Nama Usaha                    : Mie Jebew “Jajanan Bandung”

Pemilik                         : Ibu Tini

**P** : Siapa pendiri usaha ini?

**I** : Saya sendir mba, Tini nama saya.

**P** : Sejak kapan usaha berdiri?

**I** : Sejak awal tahun ini mba, bulan januari.

**P** : Bagaimana usaha ini terbentuk?

**I** : Awal mula nya saya tertarik melakukan usaha ini karena di loka wisata Embung belum ada yang berjualan mie jebew mba. Dilihat dari saingan usaha yang tidak ada kami memutuskan berjualan mie jebew. Selain itu anak muda sekarang suka dengan makanan yang pedas, jadi kami juga menyediakan menu lain seperti cimol, cirambay dan tentu nya mie jebew.

**P** : Berapa modal awal mendirikan usaha ini?

**I** : Untuk modal awal sekitar 500 ribu mba, itu juga Cuma buat beli penggiling mie dan bahan baku nya. Untuk peralatan lainnya kami mencicil satu persatu.

**P** : Apa saja yang diproduksi?

**I** : Yang diproduksi ada mie jebew, cirambay, dan cimol.

**P** : Berapa jumlah produksi dalam sehari?

**I** : Dalam sehari kira kira produksi tepung 5kg, itu pun jadi banyak. Kalo dijadikan porsi ya sekitar 40-50 porsi.

**P** : Dimana saja wilayah pemasaran produk?

**I** : Untuk awal penjualan kami masih melayani cod dengan minimal jarak 3km. Tapi untuk sekarang kami hanya melayani pembelian langsung.

**P** : Bagaimana cara memasarkan produk? Apakah ada kendala?

**I** : Memasarkan produk kami pake akun instagram, whatsapp dan facebook mba. Untuk kendala ya paling kalo media sosial terbatas pada akun yg kita

ikuti saja. Untuk promosi secara offline kami belum pernah mencoba selain mulut ke mulut tapi itu juga terbatas dengan teman saja.

**P :** Berapa omzet atau keuntungan perbulan?

**I :** Untuk omzet dalam sebulan sekitar 3-4 juta.

**P :** Bagaimana kinerja keuangan (profitabilitas) mitra sebelum mengikuti program kemitraan? Apakah sudah profit atau stabil?

**I :** Sebelum gabung dengan BUMDes kami belum berjualan, jadi belum ada profit.

**P :** Sistem kerja shift atau tidak? Pegawai tetap/ buruh? Berapa orang?

**I :** Sistem kerjanya tidak menggunakan shift dan belum memiliki pegawai tetap/buruh. Karena masih diproduksi sendiri.

**P :** Apakah sudah ada struktur organisasi?

**I :** Belum ada struktur organisasi.

**P :** Apakah sudah menggunakan sosial media atau e-commerce dalam bidang pemasaran?

**I :** Ya, kami sudah menggunakan media sosial sebagai media promosi. Tetapi masih menggunakan akun pribadi, dengan alasan jika menggunakan akun khusus berjualan agak susah melakukan branding usaha. Selain itu untuk e-commerce seperti grab food atau go food kami belum menggunakannya karena masyarakat disini tidak terlalu familier dengan aplikasi ini. Jika pesan produk biasanya lewat wa, lalu nanti diambil sendiri atau diantar sesuai kebijakan usaha mereka.

**P :** Darimanakah anda memperoleh informasi tentang UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Dari tetangga saya yang sudah berjualan disini terlebih dahulu.

**P :** Sejak kapan menjadi mitra BUMDes Piasa Kulon?

**I :** Jadi mitra BUMDes ya berarti mulai awal januari ini mba.

**P :** Mengapa mengikuti program kemitraan BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Ingin membuat usaha mba, terus melihat posisi embung yang strategis maka saya bergabung dengan BUMDes Piasa Kulon.

**P :** Apa yang ingin anda peroleh dengan mengikuti BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Untuk awal ini saya ingin membuat branding usaha terlebih dahulu mba. Dengan dikenal oleh masyarakat perlahan dengan sendirinya konsumen akan berdatangan. Selain itu, ini usaha pertama saya, jadi perlu evaluasi setiap waktunya. Baik dari produk, pelayanan maupun fasilitas yang didapatkan konsumen.

**P :** Dari segi materi, apakah merasa mendapat keuntungan melalui kemitraan BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Dari segi materi selama berjualan alhamdulillah ada keuntungan.

**P :** Bagaimana pendapat mitra terkait program pembinaan yang diselenggarakan BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Menurut saya kurang, mungkin kedepannya dapat ditingkatkan kembali.

**P :** Apakah ada yang harus dibenahi dalam pembinaan dari BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Mungkin perlu adanya pembinaan bagi pelaku UMKMnya, baik pelatihan atau sharing sasion dengan pihak yang lebih berpengalaman.

**P :** Apakah selama menjadi mitra BUMDes Piasa Kulon ada peningkatan omset penjualan?

**I :** Ya ada mba.

**P :** Apakah selama menjadi kemitraan BUMDes Piasa Kulon ada pengembangan tempat usaha?

**I :** Selama saya disini belum ada pengembangan tempat usaha mba, paling perbaikan fasilitas.

**P :** Bagaimana kinerja keuangan mitra setelah mengikuti program kemitraan?

**I :** Alhamdulillah mengalami kenaikan sedikit demi sedikit.

**P :** Apakah mencatat laporan keuangan pertahun atau perbulan?

**I :** Dalam mencatat laporan keuangan kami perhari mba, nanti setiap minggu ada evaluasi mengenai omzet yang diperoleh.



## Lampiran 1.9

- Transkrip Hasil Wawancara Pengurus BUMDes Piasa Kulon

Keterangan P : Peneliti

I : Informan

Identitas Informan

Nama : Bu Sari Margiana

Jabatan : Bendahara

**P** : Berapa jam kerja pada BUMDes ini ?

**I** : Jam kerja pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Indonesia dapat bervariasi tergantung pada kebijakan internal masing-masing BUMDes dan jenis usaha yang dijalankan. Secara umum, jam kerja BUMDes hari senin hingga jumat biasanya dari pukul 09.00 hingga 15.00 atau 16.00. Sabtu buka setengah hari, dari pukul 09.00 hingga 12:00. Hari minggu dan hari libur nasional biasanya libur, kecuali untuk usaha yang memang memerlukan operasional setiap hari seperti layanan wisata, pasar desa, atau usaha yang melibatkan kebutuhan masyarakat sehari-hari.

**P** : Bagaimana sistem pekerjaan di BUMDes ini ?

**I** : Sistem pekerjaan di Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dirancang untuk mengoptimalkan potensi ekonomi desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan cara memberdayakan masyarakat desa, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan perekonomian desa melalui berbagai unit usaha yang dikelola secara profesional dan berkelanjutan. Sistem pekerjaan di BUMDes umumnya terdiri dari struktur organisasi yang jelas dengan pembagian tugas yang spesifik. Ada manajer yang mengawasi operasional harian, staf administrasi, dan pekerja lapangan yang bertanggung jawab atas kegiatan tertentu. BUMDes juga bisa memiliki mekanisme kerja yang melibatkan koordinasi antara pengurus desa, masyarakat, dan pihak terkait lainnya.

**P** : Apa saja perawatan fasilitas yang dilakukan BUMDes Piasa Kulon terhadap Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?

**I :** BUMDes Piasa Kulon secara rutin melakukan berbagai perawatan terhadap fasilitas Embung Rawa Bener Piasa Kulon untuk memastikan fungsinya berjalan dengan baik dan manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat. Kualitas air embung dipantau secara berkala untuk memastikan tidak tercemar dan aman digunakan, serta ketinggian air dikelola sesuai kebutuhan irigasi dan kondisi cuaca. Partisipasi masyarakat menjadi bagian penting dalam perawatan ini, dengan kegiatan gotong royong dan sosialisasi untuk menjaga kebersihan dan keberlanjutan embung.

**P :** Bagaimana peran serta BUMDes Piasa Kulon dengan adanya pelaku UMKM di sekitar Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?

**I :** BUMDes Piasa Kulon memainkan peran penting dalam mendukung pelaku UMKM di sekitar Embung Rawa Bener Piasa Kulon. Mereka juga mengadakan pelatihan dan workshop untuk meningkatkan keterampilan serta kapasitas para pelaku UMKM, termasuk dalam hal manajemen usaha, pemasaran, dan penggunaan teknologi. Dengan menciptakan ekosistem yang mendukung, BUMDes juga berperan sebagai mediator dalam menjalin kerjasama antara UMKM dan pasar yang lebih luas, termasuk e-commerce dan jaringan distribusi yang lebih besar.

**P :** Strategi apa yang dilaksanakan oleh BUMDes Piasa Kulon guna mengembangkan UMKM Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?

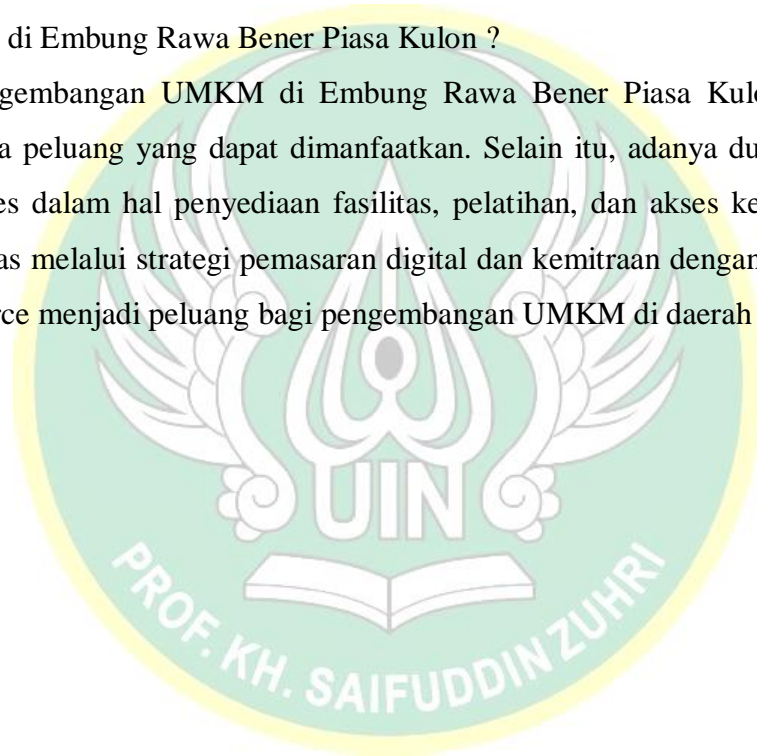
**I :** BUMDes Piasa Kulon melaksanakan berbagai strategi untuk mengembangkan UMKM di sekitar Embung Rawa Bener Piasa Kulon. BUMDes juga aktif mengadakan pelatihan dan workshop untuk meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM, baik dalam aspek manajemen bisnis, pemasaran digital, hingga peningkatan kualitas produk. Untuk memperluas jangkauan pasar, BUMDes mengembangkan program pemasaran terpadu, termasuk promosi melalui media sosial, pembuatan katalog produk UMKM, serta partisipasi dalam pameran dan bazar. Mereka juga menjalin kemitraan dengan platform e-commerce untuk membuka akses pasar yang lebih luas bagi produk lokal.

**P** : Apa faktor yang mendukung dan menghambat dalam Pengembangan UMKM di BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Pengembangan UMKM di BUMDes Piasa Kulon didukung oleh beberapa faktor penting. Selain itu, dukungan dalam hal pemasaran dan akses ke pasar yang lebih luas melalui strategi promosi dan kemitraan dengan platform e-commerce juga memperkuat perkembangan UMKM di daerah tersebut. Selain itu, kurangnya keterampilan manajerial dan pemasaran juga dapat menjadi hambatan bagi beberapa pelaku UMKM.

**P** : Faktor apa saja yang menjadi peluang dan ancaman dalam pengembangan UMKM di Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?

**I** : Pengembangan UMKM di Embung Rawa Bener Piasa Kulon memiliki beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan. Selain itu, adanya dukungan dari BUMDes dalam hal penyediaan fasilitas, pelatihan, dan akses ke pasar yang lebih luas melalui strategi pemasaran digital dan kemitraan dengan platform e-commerce menjadi peluang bagi pengembangan UMKM di daerah tersebut.



## Lampiran 1.10

- Transkrip Hasil Wawancara Pengelola Embung Rawa Bener Piasa Kulon

Keterangan                    P : Peneliti  
    I : Informan

### Identitas Informan

Nama                                : Bpk. Danang Wibowo

Jabatan                            : Kepala Unit Usaha

**P** : Apa nama lengkap agrowisata ini ?

**I** : Loka wisata Embung Rawa Bener

**P** : Di mana lokasi/alamat lengkap agrowisata ini ?

**I** : Piasa Kulon, Kec. Somagede, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

**P** : Bagaimana sejarah berdirinya agrowisata ini ?

**I** : Dibangun sejak tahun 2016, sebagai salah satu program Kementerian Pertanian yang ditujukan untuk pengairan sawah di desa tersebut. Awal pembuatan embung yang hanya seluas 50 meter persegi ini, hingga tahun 2017 kelompok tani setempat mengajukannya menjadi sebuah objek wisata baru.

**P** : Bagaimana respon masyarakat ketika dibukanya destinasi wisata ini ?

**I** : Masyarakat setempat merasa bangga dengan adanya embung yang dijadikan destinasi wisata, karena selain memberikan sarana rekreasi yang menyenangkan, juga meningkatkan nilai ekonomi dan kesejahteraan di desa mereka. Banyak masyarakat yang turut berpartisipasi dalam promosi dan pengelolaan embung ini, baik sebagai pengunjung maupun sebagai pelaku UMKM yang menjual berbagai produk dan jasa di sekitar embung.

**P** : Apa saja fasilitas yang tersedia di agrowisata ini ?

**I** : Agrowisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon menawarkan beragam fasilitas yang memikat pengunjung. Seperti toilet, lahan parkir yang luas, dan gazebo. Selain itu, tersedia juga fasilitas bermain dan piknik yang cocok untuk keluarga dan grup.

**P** : Apakah terdapat struktur karyawan di Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?

**I** : Untuk Embung Rawa Bener sendiri tidak ada struktur karyawannya, tetapi Embung Rawa Bener sendiri dipegang langsung oleh Pengurus BUMDes Piasa Kulon. Untuk

perbaikan yang ada Di Embung sistemnya kerja harian, jadi tidak ada karyawan tetap untuk embung.

**P :** Bagaimana kondisi Sarana dan Prasarana pendukung di objek wisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?

**I :** Sarana dan prasarana pendukung di objek wisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon telah dirancang dengan baik untuk meningkatkan pengalaman wisata pengunjung. Selain itu, terdapat ruang istirahat dan spot-spot piknik dengan meja dan bangku yang nyaman. Jalur setapak yang terawat memudahkan pengunjung dalam menikmati keindahan alam sekitar. Terakhir, pengunjung dapat menemukan beragam produk lokal dan souvenir di area penjualan, menambah nilai pengalaman wisata mereka.

**P :** Apakah ada fasilitas di objek wisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon ini yang tidak dapat digunakan atau mengalami kerusakan ?

**I :** Saat ini, terdapat beberapa fasilitas di objek wisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon yang mengalami kerusakan atau tidak dapat digunakan. Salah satunya adalah area bermain anak-anak yang mengalami kerusakan pada beberapa permainan. Meskipun demikian, upaya perbaikan dan pemeliharaan sedang dilakukan untuk memulihkan kondisi fasilitas tersebut agar dapat kembali dinikmati oleh pengunjung. Selain itu, pengunjung juga diinformasikan secara jelas mengenai fasilitas yang tidak dapat digunakan sementara waktu demi keamanan dan kenyamanan mereka selama berkunjung.

**P :** Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Embung Rawa Bener Piasa Kulon agar menarik wisatawan untuk berkunjung ?

**I :** Embung Rawa Bener Piasa Kulon melakukan berbagai upaya promosi untuk menarik perhatian wisatawan dan mendorong mereka untuk berkunjung. Salah satu strategi utama adalah pemanfaatan media sosial dan situs web resmi untuk mempromosikan keindahan alam embung, fasilitas yang tersedia, serta berbagai kegiatan menarik yang dapat dilakukan di lokasi tersebut. Melalui postingan visual menarik, video pendek, dan ulasan positif dari pengunjung sebelumnya, embung tersebut dapat menarik minat wisatawan potensial. Dengan strategi promosi yang kreatif dan terarah, Embung Rawa Bener Piasa



Kulon dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata dan meningkatkan jumlah pengunjung yang berkunjung.

**P :** Ketika terjadi pandemi covid-19 apa dampak yang dirasakan oleh agrowisata ini ?

**I :** Ketika terjadi pandemi COVID-19, agrowisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon merasakan dampak yang signifikan. Selain itu, pembatasan kegiatan wisata dan pertemuan berpotensi mengurangi aktivitas turis dan acara yang biasanya diadakan di lokasi, mengakibatkan berkurangnya pendapatan dari penjualan tiket masuk dan sewa tempat. Meskipun demikian, dengan kreativitas dan adaptasi, agrowisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon tetap berusaha bertahan dengan mengoptimalkan promosi online, menawarkan paket wisata virtual, dan mengembangkan layanan pengiriman produk lokal kepada masyarakat sekitar.

**P :** Manfaat apa yang diperoleh masyarakat lokal dari adanya objek wisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon ?

**I :** Adanya objek wisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon memberikan sejumlah manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal. Pertama-tama, wisata ini menciptakan peluang ekonomi baru dengan meningkatkan permintaan akan barang dan jasa di sekitar embung, seperti makanan dan minuman, kerajinan tangan, dan produk lokal lainnya. Hal ini menguntungkan para pelaku UMKM dan pedagang lokal dengan meningkatkan pendapatan mereka. Dengan demikian, adanya objek wisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian lokal dengan meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat sekitar.

## Lampiran 1.11

- Transkrip Hasil Wawancara Konsumen UMKM BUMDes Piasa Kulon

Keterangan                    P : Peneliti  
    I : Informan

### Identitas Informan

Nama                                : Wiwit Utami  
Asal Daerah                    : Ds. Piasa Kulon, Kec. Somagede  
Umur                                : 23 tahun  
Pekerjaan (saat ini)        : Karyawan pt

**P** : Darimanakah anda memperoleh informasi tentang UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Informasi mengenai UMKM BUMDes Piasa Kulon bisa diperoleh melalui situs resmi desa, laporan dari dinas pariwisata atau ekonomi setempat, media sosial BUMDes Piasa Kulon, dan artikel berita lokal yang membahas tentang kegiatan dan produk UMKM di daerah tersebut.

**P** : Apakah menurut anda pemandangan alam Embung Rawa Bener merupakan salah satu daya tarik UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Ya, pemandangan alam Embung Rawa Bener dapat dianggap sebagai salah satu daya tarik utama. Keindahan alam dapat menarik wisatawan yang kemudian bisa meningkatkan kunjungan ke UMKM BUMDes Piasa Kulon.

**P** : Apakah UMKM BUMDes Piasa Kulon memiliki berbagai variasi menu yang beragam ?

**I** : Biasanya, UMKM di BUMDes menawarkan berbagai produk lokal yang bervariasi. Namun, untuk detail spesifik tentang variasi menu, Anda perlu merujuk langsung ke informasi yang disediakan oleh BUMDes Piasa Kulon.

**P** : Fasilitas yang disediakan BUMDes Piasa Kulon lengkap dan memadai ?

**I** : Kelayakan dan kelengkapan fasilitas BUMDes Piasa Kulon bergantung pada dukungan dana dan manajemen. Fasilitas yang memadai biasanya mencakup tempat parkir, area makan yang nyaman, toilet bersih, dan mungkin area bermain atau rekreasi.

**P** : Akses jalan menuju UMKM BUMDes Piasa Kulon mudah dijangkau ?

**I :** Kemudahan akses jalan tergantung pada kondisi infrastruktur desa tersebut. Jika jalan menuju lokasi UMKM baik dan terdapat penunjuk arah yang jelas, maka aksesnya dapat dikatakan mudah dijangkau.

**P :** Berdasarkan daya tarik pariwisata yang ada pada Agrowisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon, menurut anda manakah daya tarik yang paling berkesan?

**I :** Hal ini subjektif dan tergantung pada preferensi pengunjung. Namun, pemandangan alam, kegiatan agrowisata seperti pemetikan buah, dan spot foto instagramable biasanya menjadi daya tarik utama.

**P :** Apakah harga produk dari setiap UMKM terjangkau dan sesuai dengan rasa yang tersedia?

**I :** Produk UMKM seringkali dikenal karena harganya yang terjangkau dan kualitas rasa yang baik. Namun, evaluasi lebih tepat jika didasarkan pada ulasan pelanggan yang sudah berkunjung.

**P :** Bagaimana pelayanan dan keramahan karyawan ketika anda berkunjung ?

**I :** Pelayanan yang baik dan keramahan karyawan sangat penting untuk UMKM. Alasan dari pengunjung biasanya mencerminkan kualitas layanan yang diberikan.

**P :** Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan selama anda membeli produk UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Kepuasan pengunjung biasanya dinilai dari bagaimana pelayanan memenuhi atau melebihi harapan mereka, baik dari segi produk maupun interaksi dengan karyawan.

**P :** Apakah anda nanti setelah berkunjung akan merekomendasikan UMKM BUMDes Piasa Kulon kepada kerabat atau teman anda ?

**I :** Kemungkinan besar pengunjung akan merekomendasikan jika mereka memiliki pengalaman yang positif dan memuaskan.

**P :** Apakah ada saran atau kritik yang membangun untuk UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Saran atau kritik yang membangun bisa berupa peningkatan kualitas produk, penambahan variasi menu, perbaikan fasilitas, atau peningkatan kualitas pelayanan.

**P** : Apakah kelak anda akan kembali untuk mengunjungi UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Pengunjung cenderung akan kembali jika mereka merasa puas dengan pengalaman mereka, baik dari produk maupun layanan yang diterima.



## Lampiran 1.12

- Transkrip Hasil Wawancara Konsumen UMKM BUMDes Piasa Kulon

Keterangan                    P : Peneliti  
   I : Informan

### Identitas Informan

Nama                                         : Indah Puspita  
Asal Daerah                                : Desa Somagede, Kec. Somagede  
Umur     : 27 Tahun  
Pekerjaan (saat ini)                      : Karyawan Spg

**P** : Darimanakah anda memperoleh informasi tentang UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Sering lewat jalan ini, terus liat ada embung. Jadi mampir.

**P** : Apakah menurut anda pemandangan alam Embung Rawa Bener merupakan salah satu daya tarik UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Menurut saya iya mba, soalnya selain beli produk UMKM nya juga dapat bonus pemandangan alam yang sejuk.

**P** : Apakah UMKM BUMDes Piasa Kulon memiliki berbagai variasi menu yang beragam ?

**I** : Dilihat dari banyaknya jumlah UMKM yang ada di sini variasi menu yang diperjual belikan sangat beragam, mulai dari makanan berat seperti mie ayam bakso, dll sampai makanan ringan seperti jajanan kemasan. Ada juga minuman dinginnya. Tadi baru coba mie ayamnya dan rasanya enak.

**P** : Fasilitas yang disediakan BUMDes Piasa Kulon lengkap dan memadai ?

**I** : Sangat memadai, fasilitas bermain anak ada, terus itu ada gazebo dan pendoponya.

**P** : Akses jalan menuju UMKM BUMDes Piasa Kulon mudah dijangkau ?

**I** : Akses jalan menuju UMKM BUMDes Piasa Kulon relatif mudah dijangkau. Dengan adanya upaya perbaikan infrastruktur dan akses transportasi lokal, seperti jalan raya dan jalur setapak, serta peningkatan aksesibilitas melalui sarana transportasi umum atau pribadi, pengunjung dapat dengan mudah mencapai lokasi UMKM BUMDes Piasa Kulon. Fasilitas parkir yang memadai



juga turut mendukung aksesibilitas bagi pengunjung yang menggunakan kendaraan pribadi.

**P :** Berdasarkan daya tarik pariwisata yang ada pada Agrowisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon, menurut anda manakah daya tarik yang paling berkesan?

**I :** Daya tarik yang paling berkesan di Agrowisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon mungkin adalah kombinasi antara keindahan alam, suasana tenang dan damai. Selain itu, saya suka jajan dimana embung banyak pelaku UMKM yang menjadi salah satu daya tarik saya.

**P :** Apakah harga produk dari setiap UMKM terjangkau dan sesuai dengan rasa yang tersedia?

**I :** Ketika berbicara tentang harga produk dari setiap UMKM di Agrowisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon, penting untuk diingat bahwa harga yang terjangkau dan sesuai dengan rasa adalah kunci untuk menarik minat pengunjung. Pelaku UMKM BUMDes berusaha untuk menjaga harga produk agar tetap terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat, sehingga dapat diakses oleh sebanyak mungkin orang. Namun, harga juga harus mencerminkan kualitas produk yang ditawarkan. Harga produk tersebut seharusnya mencerminkan nilai tambah yang diberikan oleh proses produksi yang berkualitas, bahan baku yang baik, dan kreativitas dalam desain atau penyajian. Meskipun demikian, harga harus tetap bersaing dengan harga di pasaran agar tetap terjangkau bagi pengunjung. Jadi menurut saya mengenai harga dengan rasa sudah sesuai, apalagi jika dilihat dari porsi produk dan pesain usaha lainnya.

**P :** Bagaimana pelayanan dan keramahan karyawan ketika anda berkunjung ?

**I :** Untuk pelayanan dan keramahan karyawan sangat baik. Penjualnya murah senyum, tidak jutek dan bisa menjalin keakraban dengan pembeli mba.

**P :** Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan selama anda membeli produk UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Sangat puas mba.

**P** : Apakah anda nanti setelah berkunjung akan merekomendasikan UMKM BUMDes Piasa Kulon kepada kerabat atau teman anda ?

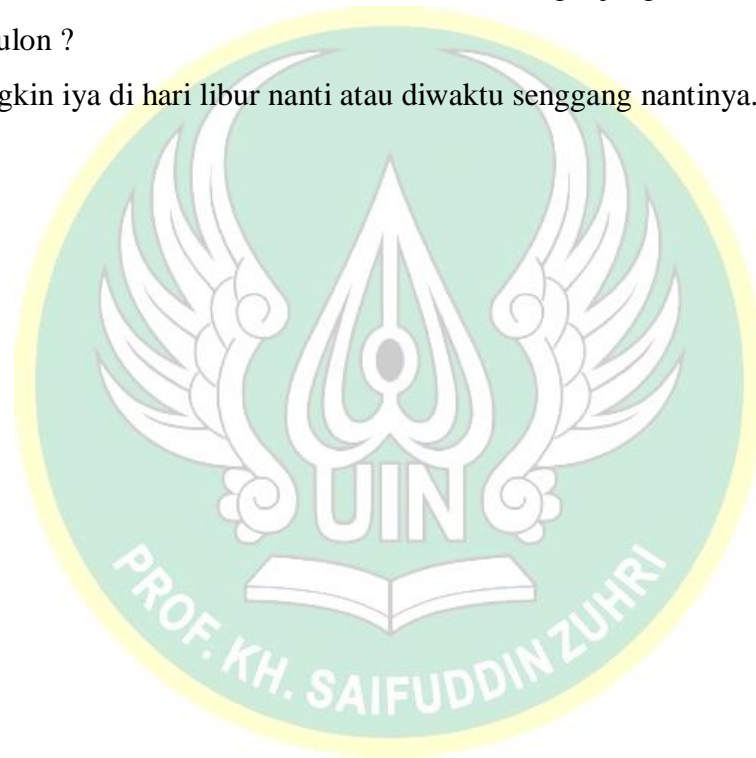
**I** : Mungkin akan saya rekomendasikan dengan teman kerja saya.

**P** : Apakah ada saran atau kritik yang membangun untuk UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Mungkin bisa melakukan riset mengenai apa yang sedang trend buat makanan sama minuman yang belum ada disini mba, ntuk tambahan daya tarik konsumen.

**P** : Apakah kelak anda akan kembali untuk mengunjungi UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Mungkin iya di hari libur nanti atau diwaktu senggang nantinya.



### Lampiran 1.13

- Transkrip Hasil Wawancara Konsumen UMKM BUMDes Piasa Kulon

Keterangan           P : Peneliti  
                                  I : Informan

Identitas Informan

Nama                         : Maylis Diana

Asal Daerah             : Desa Somakaton, Kec. Somagede

Umur                        : 25 Tahun

Pekerjaan (saat ini)   : Ibu Rumah Tangga

**P** : Darimanakah anda memperoleh informasi tentang UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Dapat info dari teman.

**P** : Apakah menurut anda pemandangan alam Embung Rawa Bener merupakan salah satu daya tarik UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I** : Menurut saya iya mba, soalnya sekalian menikmati pemandangan sekalian juga jajan. Terus disini selain suasananya nyaman, juga instagramable banget buat foto-foto.

**P** : Apakah UMKM BUMDes Piasa Kulon memiliki berbagai variasi menu yang beragam ?

**I** : Banyak mba, tadi juga sempat bingung mau beli apa soalnya saking banyaknya. Dari ujung sampai ujung ada yang jualnya.

**P** : Fasilitas yang disediakan BUMDes Piasa Kulon lengkap dan memadai ?

**I** : Iya mba, mulai dari toilet yang bersih, ada pendopo juga, ada tempat bermain anaknya, terus ada gazebo untuk duduk-duduk mba. Selain gazebo juga tempat duduk dibawah pohon juga banyak disediakan mba.

**P** : Akses jalan menuju UMKM BUMDes Piasa Kulon mudah dijangkau ?

**I** : Sangat mba, kan sebelah dari jalan raya.

**P** : Berdasarkan daya tarik pariwisata yang ada pada Agrowisata Embung Rawa Bener Piasa Kulon, menurut anda manakah daya tarik yang paling berkesan?

**I :** Menurut saya daya tarik yang paling berkesan yaitu gazebo mba. Lebih nyaman kalo makan, nggak diliatin orang banget.

**P :** Apakah harga produk dari setiap UMKM terjangkau dan sesuai dengan rasa yang tersedia?

**I :** Sesuai mba. Untuk harga dan rasa mie ayam aja cuma 9 ribu. Apa lagi untuk harga di tempat loka wisata seperti ini termasuk lebih murah dibanding dengan penjual di loka wisata lainnya.

**P :** Bagaimana pelayanan dan keramahan karyawan ketika anda berkunjung ?

**I :** Untuk pelayanan ramah mba, makanannya diantar langsung ke gazebo pas saya beli. Terus pelayan nya nggak jutek, tapi murah senyum.

**P :** Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan selama anda membeli produk UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Puas mba,

**P :** Apakah anda nanti setelah berkunjung akan merekomendasikan UMKM BUMDes Piasa Kulon kepada kerabat atau teman anda ?

**I :** Kemungkinan iya mba, deket dari rumah dan beli jajan bonus pemandangan yang cantik. Terus saya akan rekomendasikan ke temen atau saudara saya yang belum pernah kesini mba.

**P :** Apakah ada saran atau kritik yang membangun untuk UMKM BUMDes Piasa Kulon ?

**I :** Mungkin bisa meningkatkan promosi offline atau reopening, biar lebih dikenal lagi oleh konsumen sambil memperbaiki hasil evaluasi penjualan sebelumnya.



Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian

Dokumentasi Kondisi Suasana UMKM BUMDes Piasa Kulon



Dokumentasi Wawancara dengan Pelaku UMKM BUMDes Piasa Kulon





Dokumentasi Wawancara dengan Pengelola dan Pengurus BUMDes Piasa Kulon



Dokumentasi Wawancara dengan Konsumen UMKM BUMDes Piasa Kulon



Lampiran 3 : Surat Menyurat

Lampiran 3.1 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sari Margiana

Jabatan : Bendahara

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Syafa Mayanti Putri

Nim : 2017201246

Instansi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Telah selesai melakukan penelitian dan pengambilan data penelitian di BUMDes Piasa Kulon terhitung mulai bulan November 2023 sampai bulan April 2024 dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Strates Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas).

Dengan surat keterangan inii dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 10 Juni 2024

Pengurus BUMDes



Sari Margiana

## Lampiran 3.2 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

---

### **SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 693/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/1/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : SYAFA MAYANTI PUTRI  
NIM : 2017201246  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Pembimbing Skripsi : Sarpini, M.E.Sy.  
Judul : Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat : Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)

Pada tanggal 1 Maret 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 7 Mei 2024  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah

H. Sochimim, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 3.3 Surat Keterangan Lulus Ujian Komperhensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

---

**SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPRESHENSIF**

Nomor: 782/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/5/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Syafa Mayanti Putri

NIM : 2017201246

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 2 Mei 2024 telah melaksanakan ujian komperhensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **82 / A-**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 2 Mei 2024  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



H. Sochimim, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

## Lampiran 3.4 Surat Rekomendasi Munaqosah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

---

### REKOMENDASI MUNAQASAH

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Syafa Mayanti Putri  
NIM : 2017201246  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Semester/ SKS : VIII/ 143 SKS  
Tahun Akademik : 2023-2024

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqosah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah,

H. Sochimir, Lc., M.Si.

NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 20 Juni 2024

Dosen Pembimbing,

Sarpini, M.E.Sy.



Lampiran 3.5 Kartu Bimbingan Skripsi

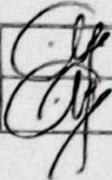

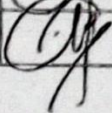



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 04 Purwokerto 53125  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: fabi.uinprokerto.ac.id

**BLANGKO/KARTU BIMBINGAN**

Nama : Syafa Mayanti Putri  
 NIM : 2017201246  
 Prodi/semester : ESY/8 (Delapan)  
 Dosen Pembimbing : Sarpini, M.E.Sy.  
 Judul Skripsi : Strategi Pengembangan UMKMM Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Berbasis Analisis SWOT (Studi Kasus BUMDes Piasa Kulon, Somagede, Banyumas)

No.	Hari, Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan <sup>(*)</sup>	Tanda Tangan <sup>(*)</sup>	
			Pembimbing	Mahasiswa
1.	31/08/2023	Revisi Judul		
2.	11/09/2023	Revisi Judul, LBM		
3.	16/10/2023	Revisi Sumber Penelitian		
4.	08/11/2023	Revisi Keseluruhan		
5.	27/11/2020	Revisi Keseluruhan		
6.	01/12/2023	ACC Proposal		
7.	04/03/2024	Konsultasi Setelah Sempro		
8.	20/03/2024	Revisi Bab 1 dan 2		
9.	24/04/2023	Revisi Bab 3 dan 4		

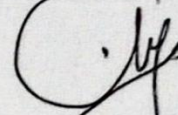
10.	29/05/2024	Revisi bab 4 dan 5		
11.	19/06/2024	ACC Skripsi		

\*) diisi pokok-pokok bimbingan,

\*\*) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 19 Juni 2024

Pembimbing,



Sarpini, M.E.Sy.

NIP.19830404 201801 2 001

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Syafa Mayanti Putri
2. NIM : 2017201246
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 28 November 2002
4. Alamat Rumah : Desa Somakaton 07/01, Kec. Somagede,  
Kab. Banyumas, Prov. Jawa Tengah.
5. Nama Orang Tua
  - Nama Ayah : Agus Supardhi
  - Nama Ibu : Samirah

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK/PAUD : 2008
  - b. SD/MI, tahun lulus : 2014
  - c. SMP/MTs, tahun lulus : 2017
  - d. SMA/MA, tahun lulus : 2020
  - e. S.1 tahun masuk : 2020
2. Pendidikan Non-Formal (jika ada)
  - a. PP Darul Abror Watumas

### C. Prestasi Akademik (jika ada)

1. (Tidak Ada)

### D. Karya Ilmiah (jika ada)

1. (Tidak Ada)

### E. Pengalaman Organisasi (jika ada)

1. KSEI Febi Uin Saizu Purwokerto
2. PMII Rayon Febi Walisongo Purwokerto

Purwokerto, 19 Juni 2024

Syafa Mayanti Putri  
NIM. 2017201246