



Journal of Integrated Agribusiness

Website Jurnal: <http://journal.ubb.ac.id/index.php/jia>

P-ISSN: [2656-3835](#) E-ISSN: [2686-2956](#)

THE DEVELOPMENT STRATEGY OF BUMDES PELIKAS IN TELAK BANGKA BARAT

STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

Suherpi*, Iwan Setiawan, Yudi Sapta Pranoto
Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi
Universitas Bangka Belitung, Indonesia.
*Email Korospondensi : herpisuherpi@gmail.com

Abstract

BUMDes is a village-owned enterprise formed based on the wants and needs of the community. BUMDes PELIKAS pepon water gallon unit is one of the BUMDes located in Telak Village, formed based on the desires and needs of the community for drinking water which has so far been the source of community drinking water during the dry season. Marketing of new BUMDes PELIKAS drinking water products around Telak Village and seeing the condition of the emergence of new competitors, BUMDes PELIKAS needs strategies to maintain and develop its business. The purpose of this study is to describe the implementation stage of the establishment and development strategy of BUMDes. The research method used is the case study method. The study was conducted at BUMDes PELIKAS gallon water depot unit in Telak Village, from October 2019 to July 2020. Data collection techniques were through interviews, observations, and library research, while the analysis tools used qualitative descriptive, and SWOT. The results showed that the implementation of the PELIKAS BUMDes through deliberations with the stage of choosing the type of business, the formation of organizations, and the formulation of the statutes of the household (AD / ART). The development strategy that can be carried out by BUMDes PELIKAS gallon water depot units is to increase production to expand marketing, differentiate services, create social media advertisements for partners, buy vehicles, make halal certificates, add employees and schedule work hours, offer cooperation in shops , diversifying products, sticking hygienic certificates in water gallon depots, installing banners around the BUMDes environment, raising salaries and providing incentives.

Keywords: Development strategy, BUMDes, Implementation.

STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

Abstrak

BUMDes adalah badan usaha milik desa yang dibentuk berdasarkan keinginan dan kebutuhan masyarakat. BUMDes PELIKAS unit depot air galon merupakan salah satu BUMDes yang terletak di Desa Telak, dibentuk berdasarkan keinginan dan kebutuhan masyarakat terhadap air minum yang selama ini sumber air minum masyarakat sering kekeringan pada saat musim kemarau. Pemasaran produk air minum BUMDes PELIKAS baru di sekitaran Desa Telak saja dan melihat kondisi munculnya pesaing baru, BUMDes PELIKAS perlu strategi untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Tujuan dari Penelitian ini adalah mendeskripsikan tahap implementasi pembentukan dan strategi pengembangan BUMDes. Metode penelitian yang digunakan adalah metode study kasus. Penelitian dilakukan di BUMDes PELIKAS unit depot air galon di Desa Telak, pada bulan Oktober 2019 sampai dengan Juli 2020. Teknik pengambilan data melalui wawancara, observasi, dan study pustaka, sedangkan alat analisis menggunakan deskriptif kualitatif, dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi pembentukan BUMDes PELIKAS melalui musyawarah dengan tahap pemilihan jenis usaha, pembentukan organisasi, dan perumusan anggaran dasar rumah tangga (AD/ART). Strategi pengembangan yang dapat dilakukan BUMDes PELIKAS unit depot air galon adalah meningkatkan hasil produksi untuk memperluas pemasaran, diffrensiasi pelayanan, membuat iklan dimedia sosial untuk mitra, membeli kendaraan, membuat sertifikat halal, menambah karyawan dan membuat jadwal jam kerja, menawarkan kerjasama pada toko-toko, diversifikasi produk, menempel sertifikat higenis di depot air galon, memasang sepanduk disekitaran lingkungan BUMDes, menaikan gaji dan memberikan insentif.

Kata Kunci: Strategi pengembangan, BUMDes, Implementasi.

1. PENDAHULUAN

Pembangunan pedesaan adalah pembangunan yang menempatkan desa sebagai sasaran utama untuk pembangunan, dan usaha untuk mengurangi berbagai kesenjangan pendapatan. Tujuan dari adanya pembangunan pada hakikatnya adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang berorientasi pada penciptaan lapangan pekerjaan sebanyak-banyaknya, menciptakan keadilan sosial dan pembangunan masyarakat (Lincoln,2015).

Pembangunan pedesaan untuk memajukan perekonomian kini didukung oleh Peraturan Pemerintah (PP) No.60/2014 tentang dana desa. Peraturan ini mengatur bahwa desa sekarang ini bisa aktif turut membangun, perlu disokong dengan dana desa. Salah satu wadah untuk memajukan ekonomi desa adalah Badan Usaha Milik Desa(BUMDes). Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dibentuk oleh pemerintah desa bersama masyarakat desa. Undang-undang No.32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah, pasal 213 ayat 1 merupakan dasar hukum syarat pendirian usaha milik desa (BUMDes), bahwa desa dapat mendirikan BUMDes sesuai dengan kebutuhan dan potensi Desa.



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

Salah satu desa yang sudah memiliki BUMDes adalah Desa Telak di Kecamatan Parittiga Kabupaten Bangka Barat. Badan Usaha Milik Desa yang ada di Desa Telak diberi nama BUMDes PELIKAS, memiliki unit usaha depot air galon. BUMDes PELIKAS dibentuk pada tanggal 19 Oktober 2015. Pembentukan BUMDes PELIKAS berdasarkan berdasarkan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Pembentukan BUMDes PELIKAS unit depot air galon dikarenakan banyaknya masyarakat Desa Telak mengkonsumsi air galon yang dulunya masyarakat mengkonsumsi air rebus atau air masak, belum adanya usaha isi ulang air galon di Desa telak dan saat musim kemarau kebanyakan air sumur milik warga mengalami kekeringan sehingga warga mengambil air kolong bekas tambang mempunyai rasa asam yang kemungkinan tidak layak konsumsi karena untuk mandi saja membuat rambut terasa lengket. Melihat kondisi seperti itu pemerintah Desa membentuk BUMDes unit depot air galon.

BUMDes PELIKAS unit Depot Air Galon memiliki produk yaitu air galon isi ulang yang pemasarannya baru disekitaran Desa Telak saja dan sekarang ini BUMDes PELIKAS kemunculan pesaing baru yang memasarkan produk air galon isi ulang di Desa Telak, Melihat kondisi tersebut BUMDes PELIKAS perlu strategi untuk mempertahan dan mengembangkan usahanya. Pengembangan suatu usaha diperlukan strategi dalam pengembangannya, sesuai dengan Hunger dan Wheelen (2003) Strategi pengembangan merupakan strategi bisnis dimana berfokus pada peningkatan posisi bersaing dan jasa perusahaan dalam industri atau segmen pasar yang dilayani perusahaan.

Berdasarkan dari uraian diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh dan melakukan penelitian tentang "Strategi Pengembangan BUMDes PELIKAS di Desa Telak Kecamatan Parittiga Kabupaten Bangka Barat. Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut: Mendeskripsikan implementasi tahapan pembentukan dan merumuskan strategi pengembangan BUMDes PELIKAS unit depot air galon di Desa Telak Kecamatan Parittiga Kabupaten Bangka Barat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Badan Usaha Milik Desa yang disebut BUMDes adalah suatu lembaga atau badan perekonomian desa yang berbadan hukum dibentuk dan dimiliki oleh Pemerintah Desa, dikelola secara ekonomis mandiri dan profesional dengan modal seluruhnya atau sebagian besar merupakan kekayaan desa. Pada akhirnya BUMDes dibentuk dengan tujuan memproleh keuntungan untuk memperkuat pendapatan asli desa(Amelia, 2014).

Menurut Ngesti D. Prasetyo(2006), Keberadaan BUMDes sangat strategis pada akhirnya BUMDes berfungsi sebagai penggerak perekonomian desa dan kesejahteraan masyarakat desa. Menurut pasal 107 ayat (1) huruf (a) Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 dinyatakan bahwa sumber pendapatan desa salah satunya adalah pendapatan asli Desa, yang meliputi: 1). Hasil usaha Desa; 2). Hasil kekayaan Desa; 3). Hasil swadaya dan partisipasi; 4). Hasil gotong royong; 5). Lain-lain pendapatan asli desa yang sah. Penjelasan pasal 107 ayat (1) menyebutkan bahwa pembe rdayaan potensi desa dalam meningkatkan



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

pendapatan desa dilakukan antara lain, dengan pendirian Badan Usaha Milik Desa.

Selanjutnya menurut pasal 213 ayat(3) undang-undang nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, yang menyatakan bahwa suatu lembaga ekonomi modal usahanya dibangun atas inisiatif masyarakat dan menganut asas mandiri. Pengertian lain tentang BUMDes terdapat dalam pasal 1 ayat (6) peraturan Menteri Dalam Negri Nomor 39 Tahun 2010 Tentang Usaha Milik Desa, yang menyatakan bahwa BUMDes adalah Usaha Desa yang dibentuk atau didirikan oleh pemerintah desa yang kepemilikan modal dan pengelolaannya dilakukan oleh pemerintah desa dan masyarakat.

2.1.2. Tujuan Pendirian Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Tujuan pendirian BUMDes adalah meningkatkan dan memperkuat perekonomian desa. BUMDes memiliki fungsi sebagai lembaga komersial melalui penawaran sumberdaya lokal yang bertujuan untuk mencari keuntungan dan lembaga sosial melalui kontribusi penyediaan pelayanan sosial yang berpihak pada kepentingan masyarakat(Agunggunanto, 2016).

Untuk mencapai tujuan BUMDes dilakukan dengan cara memenuhi kebutuhan (produktif dan konsumtif) masyarakat melalui pelayanan distribusi barang dan jasa yang dikelola oleh masyarakat dan pemdes. Pemenuhan kebutuhan ini diupayakan tidak memberatkan masyarakat, mengingat BUMDes akan menjadi usaha desa yang dominan dalam menggerakkan ekonomi desa. Lembaga ini juga dituntut mampu memberi pelayanan terhadap masyarakat dengan menempatkan harga dan pelayanan yang berlaku setandar pasar. Artinya terdapat mekanisme kelembagaan atau tata aturan yang disepakati bersama, sehingga tidak menimbulkan distrosi ekonomi di pedesaan disebabkan usaha yang dijalankan oleh desa. Dinyatakan didalam undang-undang No.32 Tahun 2004 bahwa BUMDes dapat didirikan dengan kebutuhan dan potensi desa. Maksud kebutuhan dan potensi desa adalah:

- a. Kebutuhan masyarakat terutama dalam memenuhi kebutuhan
- b. Tersedia sumberdaya desa yang belum dimanfaatkan secara optimal terutama kekayaan desa dan terdapat permintaan.
- c. Tersedia sumberdaya manusia yang mampu mengelola badan usaha sebagai aset penggerak ekonomi.

2.1.3. Tahap dan Syarat Pendirian Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Menurut Maryunani (2008) 4 tahap pembentukan BUMDes adalah:

1. Adanya kesepakatan antar masyarakat dengan pemerintah desa
 - a. Kesepakatan dapat dilakukan dengan musyawarah
 - b. Menentukan jenis usaha sesuai potensi desa dan sumberdaya desa.
 - c. Merumuskan AD-ART untuk organisasi BUMDes.
 - d. Menetapkan peraturan.
2. Pengelolaan BUMDes
 - a. Pembentukan organisasi BUMDes serta tugas dan fungsinya
 - b. Semua kegiatan BUMDes mengacu pada AD-ART yang telah disusun.
 - c. Transparansi pengelolaan, sehingga masyarakat mengetahui.



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

3. Pengawasan
 - a. Perlu dibuatnya prosedur pengawasan agar terhindar dari kesalahan.
 - b. Badan pengawas dapat berasal dari elemen masyarakat.
 4. Pertanggung jawaban
 - a. Harus adanya laporan pertanggung jawaban di setiap akhir tahun.
 - b. Laporan pertanggung jawaban sesuai dengan AD-ART yang disepakati.
- Syarat pendirian BUMDes menurut Permendagri Nomor 39 tahun 2010 adalah:
1. Atas inisiatif pemerintah Desa dan Masyarakat, berdasarkan musyawarah warga Desa.
 2. Adanya potensi usaha masyarakat
 3. Sesuai dengan kebutuhan masyarakat, terutama dalam pemenuhan kebutuhan pokok.
 4. Tersedianya sumberdaya Desa yang belum dimanfaatkan secara optimal terutama kekayaan desa.
 5. Tersedianya sumberdaya manusia yang mampu mengelola badan usaha sebagai aset penggerak perekonomian masyarakat desa.
 6. Adanya unit-unit usaha masyarakat yang merupakan kegiatan ekonomi warga masyarakat yang dikelolah secara parsial dan kurang terakomodasi.
 7. Untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendapatan asli desa.

2.1.4. Produk Air Minum

Menurut Departemen Kesehatan, produk air minum didefinisikan sebagai air yang telah diproses, dikemas dan aman untuk diminum langsung. Syarat-syarat air minum yang sehat adalah 1). tidak berasa, 2). tidak berbau, 3). tidak berwarna, dan 4). tidak mengandung bakteri dan logam berat. Walaupun air dari sumber alam dapat diminum oleh manusia, terdapat risiko bahwa air ini telah tercemar oleh bakteri (misalnya Escherichia coli) atau zatzat berbahaya. Walaupun bakteri dapat dibunuh dengan memasak air hingga 100°C, banyak zat berbahaya terutama logam, tidak dapat dihilangkan dengan cara ini.

Menurut Rina Sukmawati (2017), untuk meningkatkan kepuasan terhadap suatu produk dapat dilakukan dengan cara menentukan kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Menurut Pitoyo Amrih (2015), kualitas produk air minum secara umum dapat dilihat oleh konsumen dengan mudah yaitu dengan indikator bentuk fisik dari air minum tersebut, dapat dilakukan dengan cara meneliti tingkat kejernihan air dari atas permukaan sampai dasar, kondisi air tidak keruh dan tidak terdapat endapan, air yang tidak berbau, dan tidak memiliki rasa apa-apa.

2. Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono(2004), mengidentifikasi dimensi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu:

- a). Bukti langsung (tangibles), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan, sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

b). Kehandalan (reliability), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Kinerja perusahaan harus sesuai dengan harapan konsumen, yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen, dan sikap yang simpatik.

c). Daya tanggap (responsiveness), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tepat.

d). Jaminan (assurance), yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dimiliki para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

3. Harga

Harga barang atau jasa menjadi penentu bagi permintaan pasar, harga juga dapat mempengaruhi program pemasaran suatu perusahaan karena dapat menghasilkan keuntungan. Menurut Widodo (2016), ada beberapa indikator harga antara lain:

- a). Keterjangkauan harga
- b). Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c). Daya saing harga dengan perusahaan lain
- d). Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan.

2.1.5. Strategi, dan Pengembangan usaha

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Strategos* atau *Strategus*. Strategi adalah seni memadukan atau mengintraksikan antara faktor kunci keberhasilan antar faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan. Manfaat strategi adalah untuk mengoptimalkan sumberdaya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kinerja. Strategi yang baik adalah suatu strategi yang menetralisir ancaman atau tantangan, dan merebut peluang-peluang yang ada dengan memanfaatkan kekuatan yang tersedia serta meniadakan atau memperbaiki kelemahan-kelemahan yang masih ada . Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya (David, 2009).

Pengertian pengembangan usaha menurut saparudin (2003), adalah segala sesuatu yang dilakukan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang memberikan informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usaha yang dilakukan perorangan atau kelompok untuk mendapatkan penghasilan dengan tujuan memproleh keuntungan. Dalam hal ini, kegiatan suatu usaha mencakup kegiatan produksi, dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi pengembangan usaha termasuk juga suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi daripada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

2.1.6. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2006) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis hari menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

3. METODOLOGI PENELITIAN

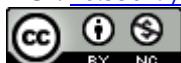
Penelitian ini dilakukan di BUMDes PELIKAS Desa Telak Kecamatan Parittiga Kabupaten Bangka Barat. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa, lokasi ini merupakan salah satu BUMDes yang masih aktif berjalan di Kecamatan Parittiga Kabupaten Bangka Barat Provinsi Bangka Belitung. Penelitian ini akan dimulai pada Bulan Oktober 2019 hingga Bulan Januari 2020. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode studi kasus.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Observasi, wawancara, dan Studi Pustaka. Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan mengenai bagaimana implementasi tahap pembentukan BUMDes di Desa Telak, yaitu dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Untuk mengetahui implementasi tahapan pembentukan unit BUMDes isi ulang air galon (PELIKAS) di Desa Telak, dilakukan dengan interview atau wawancara dan kuisioner, yaitu memberikan pertanyaan kepada responden yaitu anggota BUMDes.

Untuk menjawab permasalahan tentang strategi pengembangan yang dapat dilakukan BUMDes di Desa Telak, pengolahan data dijelaskan secara deskriptif dan menggunakan analisis SWOT yang mencangkupkan *Strength*, *weakness*, *opportunities*, *threat* dengan memberikan poin penilaian pada masing-masing komponen tersebut.

a. Tahap pengumpulan data

Menurut Fahmi (2013), menentukan faktor-faktor strategi eksternal dan internal dapat dilakukan dengan cara menyusun dan menghitung nilai bobot, rating/peringkat dan skor untuk tabel eksternal dan internal dibuat dengan teknik skala sebagai berikut: Bobot nilai 1 = tidak penting, 2 = penting, 3 = sangat penting, rating nilai: 4 = sangat baik, 3 = baik, 2 = tidak baik, 1 = sangat tidak baik, skor nilai: SN = skor nilai BN = bobot nilai RN = rating nilai. Sedangkan menurut Haryadi (2018), penentuan bobot merupakan pandangan masing-masing responden terhadap faktor-faktor strategis yang telah ditinjau dari keseluruhan elemen yang ada. Adapun penentuan bobot dapat disajikan pada Tabel berikut.



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

Tabel.1 Penentuan Bobot Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Strategis Internal dan Eksternal	Jumlah Bobot			N	\sum	Rata-rata	Nilai Bobot
	1	2	3				
A							
B							
C							
.....							
TOTAL							

Sumber: David, 2009

Keterangan:

N = Responden 1 = tidak penting 2 = penting 3 = sangat penting.

Bobot yang diberikan pada setiap faktor berada pada kisaran 0.0 (tidak penting) hingga 1.0 (sangat penting). Faktor-faktor yang dianggap mempunyai pengaruh terbesar pada prestasi perusahaan diberi bobot tertinggi, tanpa mempedulikan apakah faktor tersebut kunci kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Jumlah seluruh bobot yang diberikan pada setiap faktor harus sama dengan 1.0. Sedangkan menurut David (2009), rating (peringkat) menggambarkan seberapa besar efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor strategis yang ada.

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah menetapkan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*). Nilai dari pembobotan disusun dengan rating pada tiap faktor dan nilai tertimbang dari setiap faktor kemudian dijumlahkan untuk memperoleh total nilai tertimbang organisasi. Matriks IFE dan EFE disajikan pada tabel berikut:

Tabel.2 Matriks IFE dan EFE

Faktor Strategis Internal dan Eksternal	Bobot	Rating		Nilai Tertimbang (c) = (a) x (b)
		(a)	(b)	
Kekuatan				
.....				
Kelemahan				
.....				
Peluang				
....				
Ancaman				
....				
Jumlah	1.0			

Sumber: David, 2009

Total nilai tertimbang pada matriks IFE dan EFE akan berada pada kisaran 1.0 (terendah) hingga 4.0 (tertinggi), dengan nilai rata-rata 2.5. Semakin tinggi total nilai tertimbang perusahaan pada matriks IFE dan EFE mengidentifikasi perusahaan merespon kekuatan dan kelemahan (faktor internal) atau peluang dan ancaman (faktor eksternal) dengan sangat baik, begitu pula sebaliknya.



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

- b. Tahap analisis dan pengambilan keputusan.

Stelah mengumpulkan semua informasi strategistahap selanjutnya adalah m.emanfaatkan semua informasi yang berkaitan dengan BUMDes di Desa Telak menggunakan metrik SWOT (Internal dan External). Matrik ini dapat menggambarkan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi SO (Strength-Opportunity)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang external.

2. Strategi ST (weakness -Opportunity)

Strategi ini bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang external yang ada.

3. Strategi ST (Strength-Threat)

Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari ancaman jika keadaan memungkinkan atau meminimumkan ancam external yang dihadapi.

4. Strategi WT (weakness-Threat)

Posisi ini sangat menyulitkan perusahaan, akan tetapi tidak menutup kemungkinan bagi perusahaan untuk mengatasi posisi menyulitkan ini. Perusahaan memperkecil kelemahan atau jika memungkinkan perusahaan akan menghilangkan kelemahan internal serta menghindari ancaman external yang ada guna pencapaian tujuan perusahaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Tahapan berdirinya BUMDes PELIKAS

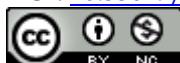
Pembentukan BUMDes PELIKAS didasarkan pada aspek keterbukaan dengan adanya masyarakat desa yang menghadiri pembentukan BUMDes PELIKAS, diantaranya Kepala Desa, Sekretaris Desa, Kepala Urusan Pemerintah, Bendahara Desa, Ketua Beserta anggota Badan Pemusawaran Desa (BPD), dan Ketua Rukun Tangga (RT). Adapun pendirian Badan Usaha Milik Desa PELIKAS dilakukan satu kali pertemuan yang terdiri dari beberapa tahap yaitu:

1. Pemilihan jenis usaha

Pemilihan jenis usaha BUMDes berdasarkan kesepakatan antara masyarakat dengan pemerintah Desa Telak untuk mendirikan BUMDes. Kesempatan ini terdiri dari menentukan jenis usaha pertama yang akan dibentuk dan nama BUMDes. Pemilihan jenis usaha yang dibentuk berdasarkan poling atau suara terbanyak, berdasarkan kesepakatan jenis usaha yang dibentuk pertama kali yaitu jenis usaha depot air galon.

2. Pembentukan struktur organisasi

Pembentukan struktur organisasi BUMDes dilakukan setelah ditentukan jenis usaha apa yang ingin dibentuk. Pembentukan struktur organisasi BUMDes PELIKAS didasari aspek keadilan yaitu masyarakat yang hadir berhak



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

mendaftar sebagai calon anggota BUMDes dan berhak untuk memilih orang-orang yang menjadi pengurus BUMDes PELIKAS. Organisasi pengelola BUMDes PELIKAS terdiri dari penasehat dan direksi atau pelaksanaan opereasional (Seperti direktur, kepala unit, dan staf).

3. Perumusan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga

Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga BUMDes PELIKAS dari hasil perumusam AD/ART harus memuat pembagian hasil usaha sebagai berikut: (15% pendapatan pemerintah Desa, 25% Penambahan usaha BUMDes, 35% gaji, 5% biaya oprasional BUMDes, 5% dana peningkatan SDM pengurus, 5% dana pendampingan, dan 10% dana sosial.

4.2. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal BUMDES

Faktor internal dan faktor eksternal berdasarkan data yang diperoleh melalui kuisioner yang diberikan pada anggota BUMDes PELIKAS Desa Telak diperoleh hasil pada Tabel di bawah ini:

Tabel.3 Analisis Perhitungan IFAS

No.	Faktor Strategi Internal dan Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	X
1.	Faktor Internal				
1.1	Kekuatan				
A	Sumber air tidak pernah kekeringan	0,10	3	0,30	
B	Melayani antar jemput galon	0,10	4	0,40	
C	Kualitas air sesuai mutu	0,11	3	0,33	
D	Harga murah	0,11	3	0,33	
E	Memberikan konsiyasi terhadap mitra				
F	Memberikan tunggakan pembayaran terhadap mitra	0,10	3	0,30	
	TOTAL	0,62	19	1,96	
1.2	Kelemahan				
A	Sarana belum memadai	0,09	3	0,27	
B	Kekurangan karyawan pemasaran	0,10	3	0,30	
C	Karyawan memiliki pekerjaan lain	0,09	3	0,27	
D	Belum memiliki sertifikat halal	0,10	3	0,30	
	TOTAL	0,38	12	1,14	
	TOTAL KEKUATAN + KELEMAHAN	1	33	3,1	

No.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	X
2.	Faktor Eksternal				
2.1	Peluang				
A	Perkembangan teknologi	0,13	3	0,39	
B	Sumur masyarakat sering kekeringan	0,14	3	0,42	
C	Kebutuhan pokok (segementasi pasar luas)	0,15	4	0,60	



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

D	Kebiasaan manusia ingin instan	0,15	3	0,45
	TOTAL	0,57	13	1,86
2.2	Ancaman			
A	Munculnya pesaing baru	0,12	3	0,36
B	Galon bocor dari konsumen	0,10	2	0,20
c.	Keraguan masyarakat terhadap kualitas air galon	0,09	2	0,18
D	Rata-rata toko sudah mempunyai pemasok atau distributor air galon	0,12	3	0,36
	TOTAL	0,43	10	1,1
	TOTAL KEKUATAN + KELEMAHAN	1	23	2,96

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Pada Tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai kekuatan lebih besar yaitu 1,96 dibandingkan dengan kelemahan yaitu 1,14, yang berarti kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan. Sama halnya dengan nilai peluang memiliki nilai lebih besar yaitu 1,86, sedangkan ancaman yaitu 1,1, yang berarti peluang lebih besar dibandingkan ancaman

4.3 Analisis Matriks SWOT

Tabel.4 Analisis Matriks SWOT

		Kekuatan (Strengths)		Kelemahan (Weakness)	
		IFAS		EFAS	
				Peluang (Opportunities)	
				Strategi SO	
1.	Perkembangan teknologi	1.	Meningkatkan produksi untuk memperluas pemasaran (S1,S3,S4-02,O3,O4)	1.	Membeli kendaraan untuk mempermudah pelayanan (W1-O1,O2,O3,O4)
2.	Sumur masyarakat sering kekeringan	2.	Diffrensiasi pelayanan (S2- O1,O4)	2.	Menambah karyawan dan membuat jam kerja (W2,W3-O3,O4)
3.	Kebutuhan pokok	3.	Membuat iklan dimedia sosial untuk mitra (S2,S3,S4,S5,S6-O1)	3.	Membuat sertifikat halal (W4-O3)
4.	Kebiasaan masyarakat yang ingin instan				
				Strategi WO	



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

Ancaman (<i>Treaths</i>)	Strategi ST	Strategi WT
1. Munculnya pesaing baru 2. Galon yang bocor dari konsumen 3. Masyarakat ragu akan air galon isi ulang 4. Rata-rata toko sudah mempunyai pemasok galon	1. Menempelkan sertifikat higienis di depot isi ulang (S3-T3) 2. Diversifikasi produk (S1-T1,T2,T3) 3. Menawarkan kerjasama pada toko (S2,S4,S5,S6-T1,T4)	1. Memasang spanduk disekitaran lingkungan BUMDes (W4-T1,T3) 2. Menaikan gaji dan memberikan insentif kepada karyawan (W1,W2,W3-T2,T4)

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Analisis Matriks SWOT di atas diketahui strategi-strategi yang didapatkan dari proses identifikasi faktor internal dan eksternal, yaitu sebagai berikut:

4.2.1. Strategi Strengths and Opportunities (SO)

Strategi SO yaitu strategi yang diciptakan dalam menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan kekuatan dan peluang, strategi SO yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan produksi untuk memperluas pemasaran(S1,S3,S4-O2,O3,O4)

Melihat kondisi bahwa air minum merupakan kebutuhan pokok untuk manusia dan sumber air masyarakat sering kekeringan, sedangkan sumber air BUMDes depot air galon tidak pernah kekeringan, hal ini menjadi salah satu peluang yang dimiliki BUMDes untuk meningkatkan hasil produksi karena setiap manusia wajib minum air putih minimal 2 liter dalam satu hari dan banyaknya masyarakat yang ingin instan. Melihat kondisi bahwa air merupakan kebutuhan pokok yang tidak bisa digantikan Hal ini tentunya menjadi potensi untuk BUMDes meningkatkan jumlah produksinya dan memperluas pemasaran produk air minum ke desa-desa lain disekitaran Desa Telak, yang akhirnya berdampak pada penghasilan dan konsumen merasa puas akan permintaannya terpenuhi.

2. Diffrensiasi pelayanan (S2-O1,O4)

Diffrensiasi adalah upaya yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan perbedaan dari pesaing dengan tujuan memberikan nilai terbaik untuk konsumen. Diffrensiasi pelayanan mengacu kepada kemudahan pelanggan dapat melakukan pemesanan air minum. Diffrensiasi pelayanan dapat dilakukan dengan memudahkan proses pemesanan dengan cara memanfaatkan teknologi untuk pemesanan dan antar jemput galon dengan jaminan delivery 30 menit sampai. Diffrensiasi pelayanan dapat dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi seperti handphone. Penggunaan handphone akan mempermudah dalam proses pemesanan galon sehingga konsumen dan mitra tidak perlu ketempat depot air galon untuk pembelian air galon.



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

3. Membuat iklan di media sosial untuk mitra (S2,S3,S4,S5,S6-O1)

Iklan adalah segala bentuk penyajian informasi dan promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh sponsor untuk menawarkan ide, barang atau jasa (Machfoedz, 2010)

Membuat iklan di media sosial seperti instagram dan facebook dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi seperti handphone, yaitu instagram dan facebook yang dilakukan dengan cara menyebarkan ataupun memposting tawaran kerjasama bagi siapapun yang ingin menjadi mitra di seputaran kecamatan parittiga, dengan menawarkan harga yang murah, pelayanan antar jemput galon, memberikan galon bagi mitra yang belum memiliki galon dengan syarat harus mempunyai toko atau warung, dan memberikan kelonggaran pembayaran bagi mitra, yaitu satu bulan satu kali pembayaran.

4.2.2. Strategi Weakness and Opportunities (WO)

Menurut Rangkuti (2014), strategi WO dilakukan dengan menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang. Berdasarkan kelemahan dan peluang yang ada, strategi WO yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Membeli kendaraan (W1-O1,O2,O3,O4)

Menurut Moenir (1992) sarana berfungsi sebagai alat utama atau pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan, dan juga dalam rangka kepentingan yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja. Dari pengertian sarana yg di katakan Moenir tersebut jelas memberi petunjuk sarana dan prasarana merupakan seperangkat alat yang digunakan dalam suatu proses kegiatan.

Meningkatkan sarana dengan memanfaatkan teknologi seperti pembelian kendaraan mobil dapat mempermudah pelayanan. Penggunaan mobil dapat membawa galon dengan jumlah yang lebih banyak yaitu 70 galon daripada motor yang hanya bisa membawa 5 galon. Penggunaan mobil dapat mempermudah BUMDes untuk memperluas pasar ke desa tetangga, karena desa-desa tetangga juga sering mengalami kekeringan dan air minum merupakan kebutuhan pokok tidak bisa digantikan sehingga produk air minum mempunyai pasar yang luas.

2. Menambah karyawan dan membuat jam kerja (W2,W3-O3,O4)

Menambah karyawan dan membuat jam kerja bertujuan memperbaiki pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang suka instan yang memerlukan jasa antar jemput galon. Pembuatan jam kerja dari jam 07:00 sampai jam 17:00 bertujuan meningkatkan pelayanan selama ini kurang maksimal, dikarenakan karyawan sering pulang seenaknya yang membuat depot air galon sering tutup. Pemilihan karyawan harus dengan syarat tidak memiliki pekerjaan lain, karena tenaga kerja merupakan faktor yang turut mempengaruhi tinggi rendahnya suatu pendapatan dari usaha yang dijalankan. Kemampuan karyawan melaksanakan tugasnya melayani mitra dan konsumen air galon merupakan suatu faktor keberhasilan dalam suatu usaha dan dapat menambah citra baik BUMDes terhadap masyarakat.

3. Membuat sertifikat halal (W4-O3)

Sertifikasi halal merupakan sertifikat yang memberikan tanda bukti bahwa produk yang diperjual belikan telah memenuhi syarat kehalalan yang ditetapkan



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

oleh fatwa MUI. Melihat kondisi mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam, karena mereka yakin bahwa kehalalan adalah sebagai tanda penting bagi suatu produk aman dikonsumsi atau digunakan. Mengingat prosedur sertifikasi halal yang ketat, Manfaat sertifikasi halal yaitu patinya ini membuat konsumen menyakini bahwa produk atau barang kita terjamin untuk dikonsumsi atau dipakai. Dengan memiliki sertifikat halal membuat BUMDes memiliki Kesempatan Meraih pasar yang luas tidak hanya memasarkan disekitaran Desa Telak saja. Dengan sertifikasi halal, BUMDes PELIKAS dapat bersaing dan mendapatkan kesempatan meraih pasar yang luas karena air minum merupakan kebutuhan yang tidak bisa digantikan.

4.2.3. Strategi Strengths and Threats (ST)

Strategi ST merupakan strategi yang digunakan untuk menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Berdasarkan kekuatan dan ancaman yang ada, strategi ST yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menempel sertifikat higenis di depot air galon (S3-T3)

Menempel sertifikat higenis bisa menonjolkan sisi positif untuk BUMDes, karena Sertifikat higenis merupakan tanda bukti bahwa air yang diproduksi depot air galon sesuai standar mutu. Hal tersebut tentu menjadi pertimbangan tersendiri bagi para konsumen yang ragu akan kualitas air minum dan berniat berpaling menggunakan produk atau jasa yang lain. Mempertahankan kualitas air dapat dilakukan dengan mengganti filter saat terlihat kotor, dan melakukan pengecekan kandungan air di laboratorium satu kali dalam lima bulan. Pengelolaan kualitas air adalah upaya pemeliharaan air sehingga tercapai kualitas air yang diinginkan sesuai kondisi alamiahnya.

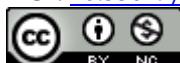
2. Diversifikasi produk (S1-T1,T2,T3)

Diversifikasi produk yaitu upaya mencari dan menciptakan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, yang bertujuan untuk mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas (Tjiptono, 200)

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, keraguan konsumen terhadap kualitas produk air minum isi ulang dan galon bocor dari konsumen, diversifikasi produk yang dapat dilakukan adalah dengan cara membuat suatu produk lebih beragam atau lebih dari satu jenis seperti air minum dalam kemasan (AMDK). Membuat produk turunan akan membuat produk air minum BUMDes PELIKAS memiliki kesempatan meraih pasar yang luas, tidak hanya memasarkan disekitaran Desa Telak saja. Dengan membuat produk turunan air minum seperti air gelas dan botol dapat membuat produk air depot bersaing dan mendapatkan kesempatan meraih pasar yang luas, karena air gelas dan botol bisa dibawah dimana saja.

3. Menawarkan kerjasama kepada toko-toko untuk menjadi mitra (S2,S4,S5,S6-T1,T4)

Kemitraan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membantukan (Hafsah, 2000).



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

Menawarkan kerjasama kepada toko-toko dapat juga dilakukan untuk meminimalisir persaingan terhadap pendatang baru, menawarkan kerjasama kepada toko bertujuan mencari mitra baru baik yang belum mempunyai pemasok maupun sudah mempunyai pemasok dengan cara menawarkan kerjasama dengan memberikan galon kepada toko yang kekurangan galon, memberikan tunggakan pembayaran satu bulan sekali pembayaran, memberikan harga yang lebih murah.

4.2.4. Strategi Weakness and Threats (WT)

Strategi WT merupakan strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Berdasarkan kelemahan dan ancaman strategi WT yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Memasang spanduk disekitaran lingkungan BUMDes (W4-T1,T3)

Melakukan promosi dengan membuat spanduk disepertuaran lokasi usaha dengan bertulisan bahwa BUMDes unit depot air galon memiliki air yang berkualitas, lulus uji higenis walaupun belum memiliki sertifikat halal dan memberikan bonus berupa kupon dan tisu basa untuk membersihkan galon di setiap pembelian galon, 10 kupon dapat ditukarkan dengan satu kali isi ulang gratis. Memasang spanduk bertujuan untuk menginformasikan, mengedukasi, serta juga membujuk dan juga mempengaruhi seseorang ataupun pelanggan untuk membeli maupun mengadopsi pesan yang disampaikan

2. Menaikkan gaji dan memberi insentif kepada karyawan (W1,W2,W3-T2,T4)

Menaikkan gaji dan memberi insentif merupakan salah satu cara untuk meningkatkan daya saing yang dapat dilakukan pihak BUMDes untuk menambah semangat karyawan dalam bekerja walaupun kekurangan sarana transfortasi. Memberikan insentif juga dapat dilakukan untuk membuat karyawan lebih disiplin dan mempunyai rasa tanggung jawab terhadap perusahaan, sehingga karyawan lebih giat lagi dalam melayani, menyeleksi galon dari konsumen karena selama ini seringnya galon bocor yang didapatkan dari konsumen, dan menumbuhkan rasa tanggung jawab sehingga mencegah karyawan yang seenaknya menutup depot air galon pada siang hari.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil simpulan antara lain:

1. Pembentukan BUMDes PELIKAS melalui tiga tahap, yaitu sebagai berikut:

1. Pemilihan jenis usaha

Pemilihan jenis usaha BUMDes berdasarkan kesepakatan antara masyarakat dengan pemerintah Desa Telak untuk mendirikan BUMDes. Kesempatan ini terdiri dari menentukan jenis usaha pertama yang akan dibentuk dan nama BUMDes, semua masyarakat yang hadir berhak memberi ide atau masukan jenis usaha BUMDes apa yang ingin dibentuk.

2. Pembentukan struktur organisasi

Pembentukan struktur organisasi BUMDes dilakukan setelah ditentukan jenis usaha apa yang ingin dibentuk. Pembentukan struktur organisasi BUMDes



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

didasari aspek keadilan yaitu masyarakat yang hadir berhak mendaftar sebagai calon anggota BUMDes dan berhak untuk memilih orang-orang yang menjadi pengurus BUMDes PELIKAS.

3. Perumusan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga

Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga BUMDes PELIKAS dari hasil perumusam AD/ART harus memuat pembagian hasil usaha sebagai berikut:

- 15% pendapatan pemerintah Desa (ditransfer ke rekening Desa)
- 25% Penambahan usaha BUMDes
- 35% gaji / honor, insentif / bonus pengurus BUMDes
- 5% biaya operasional BUMDes (biaya rapat, transportasi)
- 5% dana peningkatan SDM pengurus
- 5% dana pendampingan
- 10% dana sosial

2. Berdasarkan analisis penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha BUMDes PELIKAS unit depot air galon Desa Telak Kecamatan Parittiga Kabupaten Bangka Barat yang terdapat dalam matriks SWOT adalah sebagai berikut:

a. Strategi S-O

Meningkatkan hasil produksi untuk memperluas pemasaran, diffrensiasi pelayanan , dan membuat iklan dimedia sosial untuk mitra.

b. Strategi W-O

Membeli kendaraan untuk mempermudah pelayanan, membuat sertifikat halal, menambah karyawan dan membuat jadwal jam kerja

c. Strategi S-T

Menawarkan kerjasama pada toko, diversifikasi produk, menempelkan sertifikat higienis di depot isi ulang.

d. Strategi W-T

Memasang spanduk disekitaran lingkungan BUMDes, menaikan gaji dan memberikan insentif kepada karyawan.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang didapat dari hasil penelitian, maka ada beberapa hal dapat dikemukakan oleh peneliti sebagai saran, yaitu sebagai berikut:

1. Pemerintah Desa diharapkan kedepannya dalam pembentukan unit BUMDes yang baru tetap melakukan musyawarah seperti pembentukan BUMDes PELIKAS unit depot air galon sebelumnya, yaitu berdasarkan keputusan bersama melalui musyawarah desa.
2. Pengelola depot air galon isi ulang harus melakukan strategi pengembangan dikarenakan dimasa mendatang persaingan akan semakin ketat, sehingga harus melakukan strategi pengembangan untuk mempertahankan produknya dipasaran. Melihat kondisi faktor kekuatan dan peluang yang dimiliki BUMDes PELIKAS lebih besar dibandingkan kelemahan dan ancaman, strategi yang dapat dilakukan adalah strategi SO atau strategi agresif yaitu meningkatkan hasil produksi untuk memperluas pemasaran, diffrensiasi pelayanan , dan membuat iklan dimedia sosial untuk mitra.



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto. 2011. *Strategi Pengembangan Produksi Buah Naga Merah di Kabupaten Sukoharjo*. Skripsi Fakultas Pertanian UNS.
- Agunggunanto, Edy Yusuf, dkk. 2016. Pengembangan Desa Mandiri Melalui Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*.
- Agustyarna, Wulandari. 2014. *Proses Peraturan Desa (Studi Kasus di Desa Penganten Kecamatan Kelambu Kabupaten Grobogan Berdasarkan Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ahira, Anne. 2012. *Pengertian Kontribusi*. Bandung: Kencana.
- Amalia, Siti. 2014. *Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Inflasi Terhadap Pengangguran Terbuka dan Kemiskinan di Kota Samarinda*. Ekonomika Bisnis.
- Arikunto, Suharsimi. 2004. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arsyad, Lincoln. 2015. *Pembangunan Ekonomi Edisi Kelima*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Budi, Triton Prawira. 2006. *SPSS13.0 Terapan Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Chang, William. 2014. *Metodelogi Penulisan Ilmiah*. Jakarta: Erlangga.
- David. Fred R. 2002. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Prehallindo.
- David. Fred R. 2006. *Manajemen Strategis Edisi Sepuluh*. Jkarta: Salemba Empat.
- David. Fred R. 2009. *Manajemen Strategis Edisi dua belas*. Jkarta: Salemba Empat.
- Hafsa. 2000. *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Hunger, David K dan Thomas, L Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jalaludin, Rahmat. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Jaya.
- Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Purwadinata. 1999. *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot , Rating dan OCAI*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Saparudin. 2003. *Strategi Pengembangan Usaha*. Jakarta
- Soerjono. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Persindo Persada.
- Sofiyana, Roudlotul Jannah. 2013. *Pola Intraksi Sosial Masyarakat Dengan Waria Di Pondok Pesantren Khusus Al-Fatah Senin Kamis*. Skripsi Universitas Negeri Semarang: Fakultas Ilmu Pendidikan.



STRATEGI PENGEMBANGAN BUMDES PELIKAS DI DESA TELAK KECAMATAN PARITTIGA KABUPATEN BANGKA BARAT

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sujarwени, Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- Winarni. 2003. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Malang: Universitas Muhamadiyah Malang.
- Wiratha, I Made. 2006. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi

