

SKRIPSI

PERAN BUMDES DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK MAHADESA BERBASIS DIGITAL KEPADA MASYARAKAT NUSA TENGGARA BARAT (STUDI PADA DESA LINGSAR, KABUPATEN LOMBOK BARAT)

*The Role Of BUMDes In Promoting Mahadesa Product Digitally For
West Nusa Tenggara Province (Study In Lingsar Village, West Lombok
Regency)*

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (SI)



Oleh :

YUDHISTIA PRAMESTI CAHYANI

NIM. 218120166

**KONSENTRASI ENTERPRENEUR
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PERAN BUMDES DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK MAHADESA
BERBASIS DIGITAL KEPADA MASYARAKAT NUSA TENGGARA BARAT (STUDI
PADA DESA LINGSAR, KABUPATEN LOMBOK BARAT)**

*The Role Of BUMDes In Promoting Mahadesa Product Digitally For West Nusa Tenggara
Province (Study In Lingsar Village, West Lombok Regency)*

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Strata Satu (S1) Pada Fakultas Ilmu
Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram**

Disusun Oleh :

Yudhistia Pramesti Cahyani
218120166

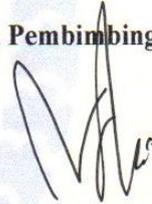
Disetujui

Dosen Pembimbing 1



Dr. Siti Atika Rahmi, S.Sos., M.Si
NIDN. 0815118302

Dosen Pembimbing 2



Nurul Hidayati Indra Ningsih, M.M
NIDN. 0806039101

Menyetujui

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis



Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M
NIDN. 0828108404

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PERAN BUMDES DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK MAHADESA
BERBASIS DIGITAL KEPADA MASYARAKAT NUSA TENGGARA BARAT (STUDI
PADA DESA LINGSAR, KABUPATEN LOMBOK BARAT)**

*The Role Of BUMDes In Promoting Mahadesa Product Digitally For West Nusa Tenggara
Province (Study In Lingsar Village, West Lombok Regency)*

Oleh :

Yudhistia Pramesti Cahyani
NIM : 218120166

SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal : Selasa, 8 Februari 2022
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji

1. Dr. Siti Atika Rahmi, S.Sos., M.Si.
NIDN. 0815118302

(PU)



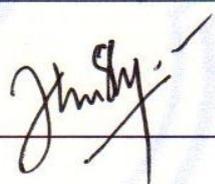
2. Nurul Hidayati Indra Ningsih, M.M.
NIDN. 0806039101

(PP)



3. Drs. H. Junaidy AM, M.P.
NIDN. 0819125701

(PN)



Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si.
NIDN. 0806066801

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan :

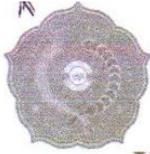
1. Skripsi yang berjudul : “Peran Bumdes Dalam Memperkenalkan Produk Mahadesa Berbasis Digital Kepada Masyarakat Nusa Tenggara Barat (Studi Pada Desa Lingsar, Kabupaten Lombok Barat)” adalah karya tulis saya sendiri yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana (SI) di Universitas Muhammadiyah Mataram, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, jurusan Administrasi Bisnis.
2. Semua sumber-sumber data yang saya gunakan sudah saya cantumkan pada daftar pustaka atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Universitas Muhammadiyah Mataram, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Jika karya tulis saya merupakan hasil karya orang lain maka saya akan bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Administrasi Bisnis.

Mataram, 9 Maret 2022



Yudhistia Pramesti Cahyani

218120166



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YUDHISTIA PRAMESTI CAHYANI
NIM : 218120166
Tempat/Tgl Lahir : JEREWEH / 10 MARET 1999
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
No. Hp : 087 747 816 135
Email : yudhistiapramesticahyani@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

PERAN BUMDES DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK MATADESA BERBASIS
DIGITAL KEPADA MASYARAKAT NUSA TENGGARA (STUDI PADA DESA
LINGSAR, KABUPATEN LOMBOK BARAT)

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 42%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milih orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikain surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 8 Maret 2022

Penulis


METERAI TEMPEL
10000
00DBFAJX719395807

YUDHISTIA PRAMESTI C.
NIM. 218120166

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YUDHISTIA PRAMESTI CAHYANI
 NIM : 218120166
 Tempat/Tgl Lahir : JEREWEH / 10 MARET 1999
 Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
 Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 No. Hp/Email : 087747816535 / yudhistiapramesticahyani@gmail.com
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/form mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah, saya berjudul:

PERAN BUMDES DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK MAHADESA
 BERBASIS DIGITAL KEPADA MASYARAKAT NUSA TENGGARA BARAT
 (STUDI PADA DESA UNUSAR, KABUPATEN LOMBOK BARAT).

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 8 Maret 2022
 Penulis


 Yudhistia Pramesti C.
 NIM. 218120166

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT


 Iskandar, S.Sos.,M.A.
 NIDN. 0802048904

PERSEMBAHAN

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk kedua orang tua saya tercinta ayah Yuhadi H. Adam, dan Ibu Setiawati. Terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah, pengorbanan serta do'a, nasehat dan semangat yang tiada henti, hingga sampai saat ini, dalam setiap langkah saya selalu berusaha untuk bisa mewujudkan harapan-harapan yang kalian inginkan, meski belum semua itu bisa saya raih InsyaAllah atas dukungan dan do'a yang tulus serta restu Ayah Ibu semua itu akan terwujud dimasa depan. Aamiin, Aamiin Ya Rabbal Allamin.

Terima kasih juga kepada Saudara Tercinta Yudha Kharisma Putra, Dea Haigrinnisa. Maulidya Tagrinnisa, dan terima kasih juga kepada sahabat saya Metalika Suriyati, Muharrini Angraini, Fatmawati, Hafida Jumratul Utami, Nurul Wulan Maulidina, Muhammad Syaiful Fikri, Siti Ofisha Febrianti, Ma'shum Putra Alim, Swardiansyah, Aira Alfadilla Utari, Lalu Haekal Fathullah serta Lalu Arya Dwi Ramulmizam, dan BantingStir Group yang membantu serta menemani saya selama ini dan selalu mensupport saya dalam keadaan apapun.

RIWAYAT HIDUP



Yudhistia Pramesti Cahyani, penulis berasal dari Sumbawa Barat, Jereweh lahir pada tanggal 10 Maret 1999, terlahir sebagai putri pertama dari dua bersaudara dengan adik Yudha Kharisma Putra terlahir dari pasangan Ayah Yuhadi dan Ibu Setiawati, penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar Negeri di SDN 1 Jereweh dan lulus pada tahun 2012. Penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP 1 Jereweh dan lulus pada tahun 2015, dan menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 3 Mataram dan lulus pada tahun 2018, dan pada tahun 2018 penulis melanjutkan ke perguruan tinggi swasta dan terdaftar sebagai Mahasiswa Strata Satu (SI) pada Universitas Muhammadiyah Mataram, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, pada jurusan Adminisrasi Bisnis.

MOTTO

Allahumma Yasir Wa Laa Tu'Assir

(Ya, Allah, Mudahkanlah dan Janganlah Engkau Persulit)

**Fa Inna Ma'al- 'usri Yusra Inna ma'al-'usri Yusra, Fa Idza Faraghta Fanshab Wa
Ila Rabbika Farghab**

**(Karena Sesungguhnya Sesudah Kesulitan Itu Ada Kemudahan, Sesungguhnya
Sesudah Kesulitan Itu Ada Kemudahan, Dan Hanya Kepada Tuhanmulah
Hendaknya Kamu Berharap)**

(Q.S. Al-Insyirah: 5-8)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya dan sholawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, dan ungkapan rasa syukur sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Peran BUMDes dalam Memperkenalkan Produk Mahadesa Berbasis Digital Kepada Masyarakat Nusa Tenggara Barat (Studi Pada Desa Lingsar, Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat)”** penelitian ini sebagai persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S AB). Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan intinya bagi seluruh pembaca karya ilmiah ini.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini masih adanya kekurangan dan sebaik-baiknya manusia pasti ada kekurangan. Diriwayatkan dalam Hadist Rasulullah yakni: “Setiap anak Adam pasti berbuat salah dan sebaik-baiknya orang yang berbuat kesalahan adalah yang bertaubat”.

Akhir kata saya mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis baik dalam penulisan, bentuk dan isi skripsi yang bertujuan untuk kesempurnaan dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd Gani., M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

3. Bapak Lalu Hendra Maniza S.Sos. M.M selaku Ketua Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Ibu Baiq Reinelda Tri Yunarni S.E M.Ak. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Ibu Dr. Siti Atika Rahmi S.Sos., M.Si selaku Pembimbing Utama.
6. Ibu Nurul Hidayati Indra Ningsih S.E., M.M selaku Pembimbing Pendamping.
7. Para dosen yang tetntunya tidak dapat penulis semuanya.

Akhir kata saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Amin Ya Rabbal'alamin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Mataram, 9 Maret 2020

Yudhistia Pramesti Cahyani

ABSTRAK

PERAN BUMDES DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK MAHADESA BERBASIS DIGITAL KEPADA MASYARAKAT NUSA TENGGARA BARAT (Studi Pada Desa Lingsar, Kabupaten Lombok Barat)

**Yudhistia Pramesti Cahyani¹, Dr. Siti Atika Rahmi S.Sos., M.Si², Nurul Hidayati
Indra Ningsih S.E., M.M³**

**Mahasiswa¹, Pembimbing Utama², Pembimbing Pendamping³
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram**

Mahadesa TDC adalah Pusat Perdagangan dan Distribusi di wilayah desa yang berfungsi sebagai distributor untuk seluruh produk-produk yang dimiliki oleh Mahadesa TDC dari berbagai macam pabrikan di Indonesia. Subjek yang dituju perusahaan ini adalah masyarakat desa yang mengalami perubahan ekonomi, setelah adanya bisnis ritel dan perdagangan ini. PT. Mahadesa dibentuk agar dapat memudahkan masyarakat mendapatkan berbagai jenis kebutuhan tanpa harus keluar rumah, karena pemesanan dilakukan melalui sistem digital. BUMDes adalah lembaga yang didirikan oleh Desa, dalam hal pembangunan ekonomi masyarakat. Adapun metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, serta dokumentasi, dan teknik analisis data menggunakan reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Lingsar, Kabupaten Lombok Barat dalam memperkenalkan produk mahadesa dapat dikatakan berjalan dengan baik, serta mampu mengajak masyarakat berkontribusi dalam bisnis perdagangan dan perindustrian yang mana kerja sama antara Mahadesa dan BUMDes, dengan adanya produk Mahadesa yang dikenalkan ini sudah mampu membawa masyarakat keritel modern. Melalui BUMDes produk mahadesa ini dapat diperkenalkan dengan digital marketing serta harga, barang *repeat order*, produk dan kondisi pasar merupakan faktor yang mempengaruhi penjualan dan pembelian.

Kata Kunci : BUMDes, Mahadesa TDC, Digital Marketing

ABSTRACT

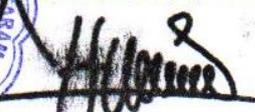
THE ROLE OF BUMDES IN INTRODUCING DIGITAL-BASED MAHADESA PRODUCTS TO THE COMMUNITY OF WEST NUSA TENGGARA (Study on Lingsar Village, West Lombok Regency)

Yudhistia Pramesti Cahyani¹, Dr. Siti Atika Rahmi S.Sos., M.Si², Nurul
Hidayati Indra Ningsih S.E., M.M³

Student¹, First Consultant², Second Consultant³
Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political
Sciences
Muhammadiyah University of Mataram

Mahadesa TDC is a Trade and Distribution Center in the village area that distributes all products owned by Mahadesa TDC from various manufacturers in Indonesia. Rural towns undergoing economic upheavals due to this retail and trade sector are the company's target subjects. Because orders are placed through a digital system, PT Mahadesa was founded to make it easier for people to receive various needs without leaving their homes. BUMDes is a village-run organization that promotes community economic development. The study employs a qualitative approach, using data gathering techniques such as observation, interviews, documentation, and data analysis techniques such as data reduction, data display, and conclusion drafting. The study's findings show that the role of Lingsar Village-Owned Enterprises (BUMDes), West Lombok Regency, in introducing Mahadesa products is going well, and that it can invite the community to participate in trade and industrial business, in which the collaboration between Mahadesa and BUMDes, with the product The introduced Mahadesa, has been able to bring a modern retail society. These Mahadesa products can be introduced to digital marketing through BUMDes, and sales and purchases are influenced by prices, repeat orders, products, and market conditions.

Keywords: BUMDes, Mahadesa TDC, Digital Marketing

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
PUSAT PENGEMBANGAN DAN PELATIHAN
UMUM
P3B
KEPALA
NPT P3B
MUHAMMADIYAH MATARAM

Humaira, M.Pd
NIDN. 0603048601

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	vii
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	ix
KATA PENGANTAR	x
HALAMAN ABSTRAK	xii
HALAMAN ABSTRACT	xiii
HALAMAN DAFTAR ISI	xiv
HALAMAN DAFTAR TABEL	xvi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Definisi Digital Marketing	13
2.3 Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).....	21
2.3.1 Pengertian Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)	21
2.3.2 Peran, Ciri, Tujuan dan Fungsi BUMDes	22
2.3.3 Perbedaan BUMN, BUMD, dan BUMDes	26
2.3.4 Badan Hukum dan Badan Usaha BUMDes	29
2.4 Kerangka Berpikir	32
BAB III METODELOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	34
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	34
3.2.2 Waktu Penelitian	34
3.3 Sumber Data.....	35
3.3.1 Data Primer	35
3.3.2 Data Sekunder	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1 Observasi.....	36
3.4.2 Wawancara.....	37
3.4.3 Dokumentasi	37

3.5 Informan Penelitian.....	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 Reduksi Data.....	38
3.6.2 Display Data.....	39
3.6.3 Penarikan Kesimpulan	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
4.1.1 Gambaran Umum Desa Lingsar.....	40
4.1.1.1 Demografi Desa Lingsar	42
4.1.1.2 Susunan Organisasi Desa Lingsar	45
4.1.2 Badan Usaha Milik Desa “Usaha Mandiri”	53
4.2.1.1 Visi dan Misi Badan Usaha Milik Desa	53
4.2.1.2 Susunan Pengurus Badan Usaha Milik Desa	54
4.1.3 Trade and Distribution Center (TDC).....	55
4.1.3.1 Definisi Trade and Distribution Center (TDC)	55
4.1.3.2 Standart Operation Prosedur (SOP)	57
4.1.3.3 Kondisi Sebelum dan Sesudah Adanya TDC.....	63
4.2 Hasil Penelitian	64
4.3 Pembahasan.....	72
4.3.1 BUMDes	72
4.3.2 Produk Mahadesa.....	73
4.3.2 Digital Marketing.....	75
4.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Digital Marketing	77
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Asumsi Omset Belanja Bulanan Keluarga Desa Lingsar	5
Tabel 1.2 Rata-Rata Belanja Bulanan Warga Desa Lingsar.....	6
Tabel 1.3 Nilai Omset Bisnis Bulanan Warga Desa Lingsar	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2.2 Perbedaan BUMN,BUMD,BUMDes	25
Tabel 3.1 Jadwal Waktu Penelitian	34
Tabel 4.1 Luas Wilayah Desa Lingsar.....	42
Tabel 4.2 Luas Desa Pada Kecamatan Lingsar	43
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Desa Lingsar Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.4 Jumlah Penduduk Desa Lingsar Berdasarkan Agama.....	45
Tabel 4.5 Jumlah Penduduk Desa Lingsar dengan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat	46
Tabel 4.6 Tingkat Pendidikan di Desa Lingsar Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.7 Jumlah Sarana Pendidikan di Desa Lingsar	48
Tabel 4.8 Jumlah Penduduk Lingsar Menurut Mata Pencaharian	50
Tabel 4.9 Jumlah Binatang Ternak dan Sarana Lain di Desa Lingsar	50
Tabel 4.10 Jumlah Penduduk di Desa Lingsar Berdasarkan Mata Pencaharian Sambilan.....	51
Tabel 4.11 Daftar Mitra Kerja	56
Tabel 4.12 Daftar Produk Mahadesa	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	32
Gambar 4.1 Logo Desa Lingsar	40
Gambar 4.2 Susunan Pengurus Pemerintah Desa Lingsar	44
Gambar 4.3 Susunan Pengurus Badan Usaha Milik Desa	53
Gambar 4.4 Skema Transaksi Belanja di TDC Desa.....	59
Gambar 4.5 Gambaran Sebelum dan Sesudah Adanya TDC Desa	62



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis semakin bervariasi, hal ini membuat perusahaan berusaha mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Saat ini dunia bisnis di Indonesia semakin kreatif sehingga mampu bersaing dalam dunia perdagangan. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan serta memahami apa yang terjadi.

PT. Mahadesa Gerbang NTB Emas (GNE) dirilis tahun 2020 yang didirikan oleh Mochamad Sulthon A. I. Adchan. Subjek yang dituju perusahaan ini adalah masyarakat desa yang mengalami perubahan ekonomi, setelah adanya bisnis ritel dan perdagangan ini. PT. Mahadesa dibentuk agar dapat memudahkan masyarakat mendapatkan berbagai jenis kebutuhan tanpa harus keluar rumah, karena pemesanan dilakukan melalui sistem digital. Hubungan kerja sama antara Mahadesa dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sangatlah dibutuhkan dalam perkembangan bisnis ini, karena BUMDes dilibatkan sebagai ujung tombak, sekaligus sebagai fasilitator yang akan merekap dan memenuhi pesanan rumah tangga (Masyarakat).

BUMDes merupakan badan yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan secara langsung dan berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola usaha, aset serta jasa untuk

kesejahteraan masyarakat desa (Ridlwan, 201:427). Peran BUMDes dalam desa yaitu dengan cara menampung segala kegiatan ekonomi masyarakat desa dalam sebuah kelembagaan atau badan usaha yang dikelola secara profesional, namun tetap memiliki potensi asli dari desa itu sendiri (Antaralam, 2021:20).

Mahadesa TDC adalah Pusat Perdagangan dan Distribusi di wilayah desa yang berfungsi sebagai distributor untuk seluruh produk-produk yang dimiliki oleh Mahadesa TDC dari berbagai macam pabrik di Indonesia. Mahadesa berjalan dibidang usaha retail yang menjual produk kebutuhan pokok dan layanan perbankan. TDC Desa mengelola dan mensupply kebutuhan barang dan jasa market desa serta berfungsi sebagai pintu masuk bagi produk lokal yang akan dipasarkan di seluruh jaringan market yang dibangun dari infrastruktur ekonomi tersebut. TDC Desa yang tersebar di seluruh wilayah NTB, akan membantu interkoneksi transaksi perdagangan antar desa. TDC desa di desain sebagai *e-commerce* desa yang memungkinkan wirausaha, UMKM, dan perorangan memanfaatkan TDC Desa untuk membantu mereka mendaftarkan produk hasil produksi lokal, baik barang ataupun jasa, masuk kedalam katalog online *e-commerce* desa tersebut (Mahadesa, 2020).

Masyarakat belanja layaknya keritel modern, cukup hanya dari rumah melalui aplikasi digital *Trade and Distribution Center (TDC)*. Program TDC Mahadesa yang dikembangkan oleh PT. Gerbang NTB Emas akan membentuk tatanan baru yang positif. Program ini akan memperkuat infrastruktur perekonomian desa, sehingga diharapkan mampu mengangkat berbagai produk UMKM lokal yang mana akan bisa bersaing, tidak hanya menjadi tuan di negerinya sendiri, tetapi

dipasar nasional dan global. Dari ulasan sebelumnya Mahadesa TDC akan didukung sistem pemasaran terintegrasi (*Intergrated Marketing*) berbasis digital.

Pemasaran digital adalah salah satu media pemasaran yang kini sedang banyak diminati oleh masyarakat dalam mendukung banyak kegiatan (Pradiani, 2017:64). Manfaat dari pemasaran digital yaitu kecepatan penyebaran produk, kemudahan evaluasi, dan jangkauan lebih luas. Selain itu pemasaran digital memiliki keuntungan dan kelemahan menurut Marketer (2017:188) antara lain keuntungan pemasaran digital yaitu dapat menghubungkan produsen dengan konsumen melalui internet, mendapatkan penghasilan, penjualan lebih tinggi dikarenakan semakin sempit jarak dan waktu, biaya yang dikeluarkan lebih hemat, pemasaran digital membuat penjual bisa memberikan pelayanan *real-time*, menghubungkan penjual dengan pelanggan melalui perangkat mobile dimana dan kapan saja, serta mampu memberikan kestabilan bagi brand di mata konsumen dari brand pesaing. Adapun kelemahan pemasaran digital yaitu konsep pemasaran online dapat mudah ditiru, memunculkan banyak pesaing dikarenakan tidak ada batasan teoriti bagi yang menghambat perusahaan dalam memasarkan produknya, pemasaran digital terlalu bergantung dengan teknologi, jika ada reaksi balik yang negatif dari konsumen yang muncul di media sosial internet, dapat merusak reputasi perusahaan secara cepat, serta berbagai bentuk produk belum tentu cocok jika dipasarkan melalui media online.

Mahadesa menjadi salah satu pusat perbelanjaan yang menggunakan sistem digital dalam proses transaksi yang selalu membutuhkan akses internet atau dapat dikunjungi langsung yang bernama TDC Desa (*Trade & Distribution Center*).

Beberapa manfaat yang diperoleh ketika menggunakan pemasaran secara digital diantaranya yaitu mampu menghubungkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan konsumen secara luas dengan jaringan internet, selain itu penjualan berbasis digital dapat memanfaatkan mobile smartphone yang dimiliki yang mudah diakses kapanpun waktu luang (Mahadesa, 2020).

TDC Desa juga di desain untuk mempermudah penyerapan inklusi perbankan dipedesaan melalui program Laku Pandai sehingga warga diperkenalkan dengan sistem tabungan tanpa harus ke kantor bank. Program transaksi nontunai juga mulai dikembangkan dengan adanya berbagai macam e-money yang bisa di top-up melalui Laku Pandai. Sehingga Desa melalui BUMDes memiliki kesempatan untuk mendapatkan sumber Pendapatan Asli Daerah (PADes) melalui pembentukan unit usaha baru dengan skema bisnis yang lebih menjanjikan.

Program Laku Pandai yaitu layanan keuangan tanpa kantor yang disahkan oleh Otoritas Jasa Keuangan di tahun 2014 yang didasari oleh Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 19/POJK.03/2014 mengenai layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif pada tanggal 18 November 2014 dan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK) Nomor 6/SEOJK.03/2015 mengenai layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif oleh bank pada tanggal 6 Februari 2015. Dalam pelaksanaannya, program Laku Pandai ini dilaksanakan oleh lembaga jasa keuangan perbankan yang bekerja sama dengan masyarakat sebagai agen program Laku Pandai. Laku Pandai yakni program penyediaan layanan perbankan atau layanan keuangan yang lain melalui kerja sama

dengan pihak lain, serta didukung dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi (Andryani, 2018:6).

Potensi di desa ditentukan oleh jumlah penduduknya, setiap keluarga memiliki kebutuhan pokok yang diperlukan setiap bulannya. Dari kebutuhan pokok ini akan menjadi potensi bisnis untuk mensupply kebutuhan tersebut dengan nilai yang variatif tergantung daerahnya. Potensi yakni kemampuan yang mungkin bisa untuk dikembangkan. Dibawah ini gambaran potensi omset bisnis keluarga perbulan dan rata-rata belanja keluarga perbulan dalam bentuk tabel, sebagai berikut :

Tabel 1.1 Asumsi Omset Belanja Bulanan Keluarga Desa Lingsar

Asumsi Jumlah Keluarga/Desa	Asumsi Belanja Bulanan	Nilai Potensi Bisnis Bulanan	Nilai Potensi Pendapatan Bulanan
1.000 KK	Rp 500.000	Rp 500.000.000	4-10%

Sumber : TDC Mahadesa, 2020

Dari tabel 1.1 dapat diketahui jika perkiraan untuk asumsi belanja keluarga dengan jumlah 1.000 KK dengan asumsi belanja bulanan sebesar Rp 500.000 maka omset yang diperkirakan mencapai Rp 500.000.000 per bulannya, dibawah peneliti akan merincikan apa saja yang menjadi kebutuhan pokok keluarga setiap bulannya.

Rata-rata Belanja Bulanan Keluarga Asumsi dengan 1 Keluarga = 2 Orang tua dan 3 orang anak, sebagai berikut :

Tabel 1.2 Rata-Rata Belanja Bulanan Warga Desa Lingsar

No	Nama Produk	Harga (Rp)
1.	Beras	250.000,-

2.	Minyak Goreng	40.000,-
3.	Gula	24.000,-
4.	Kecap dan Saos	15.000,-
5.	Bumbu Dapur	15.000,-
6.	Mie Instan	30.000,-
7.	Kopi dan Teh	25.000,-
8.	Pasta Gigi, Shampo dan Sabun	26.000,-
9.	Detergen, Sabun Cuci Piring dan Pembersih Lantai	50.000,-
10.	Telur	25.000,-
Jumlah		500.000,-

Sumber: TDC Mahadesa, 2020

Dari tabel 1.2 maka dapat dijelaskan bahwa keperluan keluarga perbulan dengan jumlah 2 orang tua dan 3 anak sebesar Rp 500.000,- dengan kebutuhan pokok utama seperti beras, minyak goreng dan keperluan tambahan lainnya seperti gula, kecap dan bahan pelengkap lainnya seperti bahan makanan dan kebersihan rumah. Secara singkat dapat kita ketahui bahwa setiap keluarga memiliki dana cadangan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Hal diatas membuktikan bahwa omset yang didapatkan dari jumlah KK yang terdapat di desa Lingsar yaitu 1.618 KK dapat diketahui melalui data dari desa dengan omset tertinggi dari seluruh TDC yang ada di Lombok Barat. Untuk lebih singkatnya dapat diuraikan dalam bentuk tabel tentang perkiraan omset per KK dalam belanja bulanan, sebagai berikut :

Tabel 1.3 Nilai Omset Bisnis Bulanan Warga Desa Lingsar

Desa	Jumlah KK	Asumsi Belanja Bulanan (Rp)	Nilai Omset Bisnis (Rp)
Lingsar	1.618 KK	500.000	809.000.000

Sumber: Olah Data, 2021

Berdasarkan data tabel 1.3 diatas maka dapat diperkirakan omset di TDC Lingsar dengan jumlah perkiraan mencapai Rp 809.000.000 perbulan dengan jumlah KK sebanyak 1.618 jiwa dengan laki-laki 2.609 jiwa dan perempuan 2.428 jiwa total semua sebanyak 5.037 jiwa.

Dari pembahasan diatas dapat menjadi gambaran bagaimana suatu bisnis usaha dapat berkembang dengan jumlah penduduk yang belum mencapai 2000 jiwa, karena seperti yang kita ketahui bahwa pasti setiap perusahaan dituntut untuk memiliki tujuan dan rencana dalam hal memperkenalkan produknya. Berdasarkan uraian diatas latar belakang diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Peran BUMDes dalam Memperkenalkan Produk Mahadesa Berbasis Digital Kepada Nusa Tenggara Barat.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimanakah Peran BUMDes dalam Memperkenalkan Produk Mahadesa Berbasis Digital kepada Masyarakat Nusa Tenggara Barat ?

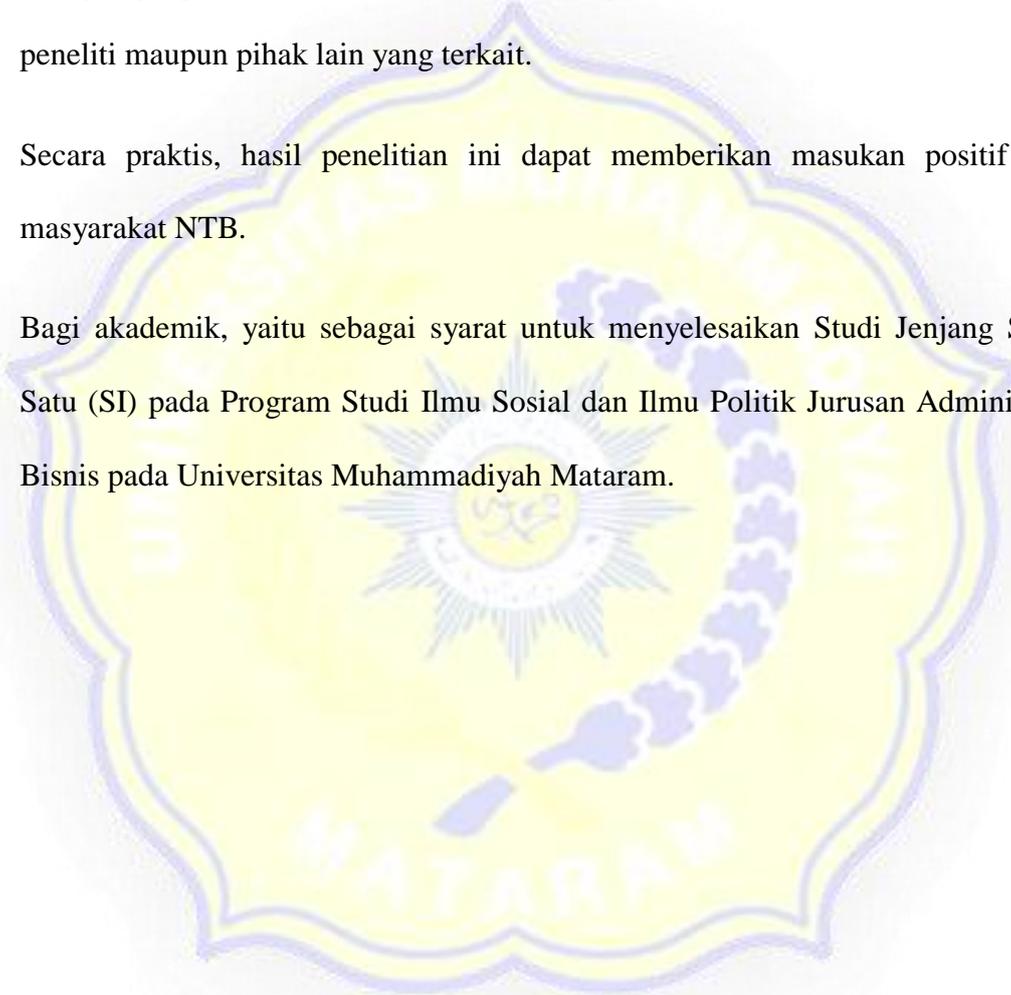
1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimanakah peran BUMDes dalam memperkenalkan produk mahadesa dengan berbasis digital kepada Masyarakat Nusa Tenggara Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademis, praktis dan bagi akademik sebagai berikut :

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai BUMDes dan Mahadesa dalam lingkup masyarakat NTB, selanjutnya penelitian ini bisa menjadikan gambaran dan bahan referensi bagi peneliti maupun pihak lain yang terkait.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan positif bagi masyarakat NTB.
3. Bagi akademik, yaitu sebagai syarat untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata Satu (SI) pada Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi Bisnis pada Universitas Muhammadiyah Mataram.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan penulis untuk mengetahui secara mendalam tentang permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dengan mudah dalam melakukan penelitian. Penelitian terdahulu juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi sehingga dapat memperkaya teori dan sebagai bahan kajian dalam pembahasan penelitian, adapun penelitian terdahulu yang disajikan dalam bentuk tabel, sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Unsur Penelitian	Uraian Penelitian
1.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	M. Jihad Antaralam (2021)
	Judul	Peran BUMDes dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa (Studi Kasus Desa Moteng Kecamatan Brang Rea, Kabupaten Sumbawa Barat, Tahun 2020
	Tujuan	Untuk mengetahui peran BUMDes dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Moteng Kecamatan Brang Rea, Kabupaten Sumbawa Barat Tahun 2020
	Jenis Penelitian	Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif
	Teknik Analisis Data	Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan data reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan
	Hasil Penelitian	Keberadaan BUMDes dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Brang Rea di bidang ekonomi dan sosial

	Persamaan	Kualitatif
	Perbedaan	-
2.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Irwansyah (2020)
	Judul	Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Tuan Nanga Kecamatan Poto Tano Kabupaten Sumbawa Barat
	Tujuan	Untuk mengetahui bagaimana peran BUMDes terhadap kesejahteraan masyarakat di Desa Tua Nanga Kecamatan Poto Tano Sumbawa Barat
	Jenis Penelitian	Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif
	Teknik Analisis Data	Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan pengumpulan data, reduksi data, display data, dan kemudian verifikasi dan kesimpulan
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Desa Tua Nanga Kecamatan Poto Tano Kabupaten Sumbawa Barat dari tingkat pendapatan, pengeluaran, pendidikan, kesehatan, dan perumahan masyarakat dapat dikategorikan masyarakat tersebut berada pada tingkat sejahtera 1. Akan tetapi dalam hal melihat peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Saling Beme yang disahkan sejak tahun 2018 ternyata belum mampu memberikan pengaruh dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat atau lembaga tersebut belum mampu berperan secara maksimal sesuai dengan tujuan didirikannya lembaga usaha ini.
	Persamaan	Kualitatif
	Perbedaan	-
3.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Ni Luh Putu Sri Purnama Pradnyani (2019)
	Judul	Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Tibubeneng Kuta Utara
	Tujuan	Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimanakah peran Badan Usaha Milik Desa terhadap kesejahteraan masyarakat serta faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat

	Jenis Penelitian	Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif
	Teknik Analisis Data	Adapun teknik yang digunakan yaitu metode deskriptif
	Hasil Penelitian	Dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dapat diketahui bahwa hasil penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani ini yaitu peran Badan Usaha Milik Desa telah berkontribusi dalam kesejahteraan masyarakat dengan adanya unit-unit usaha di desa Tibubeneng, BUMDes juga telah membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga mengurangi pengangguran
	Persamaan	Kualitatif
	Perbedaan	-
4.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Komang Sahita Utami, dkk (2019)
	Judul	Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota Ditinjau Melalui Kewirausahaan Sosial
	Tujuan	Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran Badan Usaha Milik Desa dalam peningkatan kesejahteraan anggota ditinjau dari dimensi social value, civil society, inovasion, dan economic activity.
	Jenis Penelitian	Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif
	Teknik Analisis Data	Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif
	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa hal tersebut dengan adanya BUMDes Bhuana Utama ditinjau dari dimensi social value berperan dalam peningkatan kesejahteraan anggotanya, selain itu juga terdapat pengembangan dalam pengelolaan air bersih, pengelolaan sampah, dan pengembangan wisata di desa Panji, serta dapat membantu masyarakat dalam berbagai transaksi keuangan. Ditinjau dari civil society, keberadaan BUMDes dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat ditinjau dari inovasion BUMDes senantiasa memberikan motivasi terhadap masyarakat sosial sehingga dapat meningkatkan

		pendapatan desa, yang terakhir ditinjau dari <i>economic activity</i> BUMDes Bhana Utama berdiri sebagai tujuan untuk memperbaiki perekonomian masyarakat melalui berbagai kegiatan seperti simpan pinjam, pengelolaan air, pengelolaan sampah, pengelolaan hutan wisata, yang telah meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PAD)
	Persamaan	Kualitatif
	Perbedaan	-
5.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Agus Salihin (2021)
	Judul	Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Masyarakat Desa Pejanggik
	Tujuan	Dalam penelitian kali ini tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui bagaimana peran Badan Usaha Milik Desa sebagai upaya pengembangan ekonomi masyarakat Desa Pejanggik
	Jenis Penelitian	Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif
	Teknik Analisis Data	Teknik yang digunakan peneliti yaitu metode reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan
	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini yakni dapat diketahui bahwa peran Badan Usaha Milik Desa tidak berjalan dengan baik dan belum mampu meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Pejanggik secara signifikan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya ketersediaan modal, kesadaran masyarakat sumber daya manusia yang kurang mumpuni, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara, dan dokumentasi.
	Persamaan	Kualitatif
	Perbedaan	-
6.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Kadek Sumiasih (2018)
	Judul	Peran BUMDes Dalam Pengelolaan Sektor Pariwisata (Studi Kasus di Desa Pakse Bali, Kabupaten Klungkung)
	Tujuan	Untuk menganalisis eksistensi potensi wisata serta bentuk pengelolaan sektor pariwisata yang dapat difasilitasi oleh BUMDes

Jenis Penelitian	Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif
Teknik Analisis Data	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan.
Hasil Penelitian	BUMDes memiliki peran meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PAD) dengan indikator pengelolaan keuangan, aset dan kerjasama dengan pihak ketiga melalui tiga unit usaha yaitu usaha air bersih, unit kebun desa dan unit pasar desa. Hasil lainnya menunjukkan bahwa Eksistensi BUMDes Pasca berlakunya Undang-Undang Desa telah mengalami perkembangan, namun masih terdapat desa di Bali, termasuk desa yang memiliki potensi wisata belum membentuk BUMDes. Hingga awal tahun 2018, dari 636 desa, baru 455 desa yang memiliki BUMDes dan hanya 13 BUMDes yang mengelola potensi wisata. Hal tersebut disebabkan kurangnya pengetahuan dan kemampuan masyarakat mengelola usaha serta belum maksimalnya pendampingan dari pihak pemerintah. BUMDes Pakse Bali dilakukan dengan memperhatikan jenis sektor wisata, modal, pengelola, pola pengelolaan, strategi pemasaran, pertanggungjawaban dapat menjadi contoh untuk desa lain yang belum mengelola potensinya.
Persamaan	Kualitatif
Perbedaan	-

Sumber: Jurnal Nasional, Tahun 2018-2021

2.2 Definisi *Digital Marketing*

Digital marketing yaitu metode pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan bantuan instrumen digital, yaitu jaringan internet. *Digital marketing* merupakan perwujudan dari penerapan, penggunaan atau pemanfaatan dari

teknologi dalam proses pemasaran, yang terjadi dengan beberapa tahapan sebagai berikut (Ryan, 2014:4) :

1. Teknologi baru muncul dan mulai digunakan
2. Teknologi mulai dikenal dan diprioritaskan dalam dunia pemasaran
3. Para pemasar yang inovatif melakukan eksplorasi dan terobosan untuk dapat meningkatkan fungsi atau daya guna dari teknologi dalam mencapai target jangkauan pemasaran.
4. Teknologi menjadi strategi utama dan diadopsi sebagai standar praktik pemasaran.

Peranan *e-marketing* tersebut sudah terbukti memberikan dampak yang besar pada volume penjualan perusahaan. Perusahaan dan toko-toko yang belum menggunakan *e-marketing* akan lebih banyak bangkrut karena sepi konsumen. Para ahli sebelumnya meneliti pada produk kosmetik dan mengatakan bahwa uji coba secara virtual (menggunakan *e-marketing* dan aplikasi) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan juga mempengaruhi niat membeli. Hal tersebut disebabkan oleh perusahaan perilaku masyarakat yang semakin banyak menggunakan peralatan elektronik berbasis internet. Oleh sebab itu perusahaan harus menggunakan *e-marketing* sebagai salah satu strategi pemasarannya (Elida, 2019:6).

Menurut Purnama dalam Hadi (2020:131) penggunaan teknologi digital telah mempengaruhi semua aspek kegiatan manusia, termasuk pemasaran. Pemasaran berbasis digital digunakan untuk memperoleh konsumen, membangun preferensi

mereka, promosi merek, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan profit. Pemasaran digital memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual untuk memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Pemasaran digital juga merupakan cara komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan kesadaran dan engagement masyarakat terhadap produk dan merek tertentu.

Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Acsharisa, 2018:2). Adapun keunggulan digital marketing yakni dapat menjangkau target lebih luas jika dibanding dengan pemasaran tradisional. Biaya yang dibutuhkan dalam promosi, lebih rendah menggunakan *digital marketing*. Dibandingkan melalui digital konvensional, yang membutuhkan biaya tinggi, memakan tenaga dan waktu yang cukup banyak, sementara jangkauan sasaran lebih terbatas, bahkan kadang biaya marketing konvensional yang dikeluarkan, tidak sebanding dengan target yang diinginkan pemasar. (Fawaid, 2017:111).

Menurut Kotler dalam Hendarsyah (2020:28) definisi pemasaran secara ringkas yaitu memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan. Sedangkan definisi pemasaran secara lengkap terbagi dua yaitu sosial dan manajerial. Menurut definisi sosial, pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui menciptakan, menawarkan, dan bertukar produk dan jasa bernilai bebas dengan orang lain. Menurut definisi manajerial sering digambarkan sebagai seni menjual produk.

Pemasaran adalah suatu proses dengan apa perorangan dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan pertukaran produk serta nilai dengan orang lain (Widjayakusuma, 2014:6).

Menurut Philip Kotler dalam Mursid (2014:8) pemasaran online atau sekarang bisa disebut dengan pemasaran digital memiliki keunggulan bagi pembeli yaitu:

- 1) Kemudahan: Para pelanggan dapat memesan produk 24 jam sehari dimanapun mereka berada. Mereka tidak harus berkendara, mencari tempat parkir, dan berjalan melewati gang yang panjang untuk mencari dan memeriksa barang-barang.
- 2) Informasi: Para pelanggan dapat memperoleh setumpuk informasi komparatif tentang perusahaan, produk, dan pesaing tanpa meninggalkan kantor atau rumah mereka.
- 3) Rongrongan yang lebih sedikit: Para pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan dan faktor-faktor emosional, mereka juga tidak perlu menunggu dalam antrian.

Adapun faktor-faktor dalam sistem pemasaran yang saling mempengaruhi satu sama lain, yaitu organisasi dalam pemasaran, sesuatu yang dipasarkan, pasar yang sedang dituju, para perantara (pedagang, agen), dan faktor lingkungan dapat berupa demografi, kondisi perekonomian, faktor sosial dan kebudayaan, kekuatan politik dan hukum, teknologi dan persaingan)

Menurut Meyliana dalam Lindawati (2020:4) tujuan dari pemasaran digital sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan pangsa pasar
- 2) Meningkatkan jumlah komentar pada sebuah blog atau website
- 3) Meningkatkan pendapatan penjualan
- 4) Mengurangi biaya, misalnya biaya distribusi atau promosi
- 5) Mencapai tujuan merek, seperti kesadaran akan merek
- 6) Meningkatkan ukuran database
- 7) Mencapai tujuan Customer Relationship Management, seperti meningkatkan kepuasan pelanggan, atau frekuensi pembelian, serta tingkat referensi pelanggan
- 8) Memperbaiki management rantai suplay, seperti dengan meningkatkan koordinasi anggota, menambahkan mitra, atau mengoptimalkan tingkat persediaan.

Menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan dalam Tomi (2019:12) digital *marketing* yaitu kegiatan pemasaran termasuk branding (pengenalan merek) yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, *website*, *e-mail*, *adwords*, ataupun jejaring sosial, dan tentu digital marketing ini bukan hanya berbicara tentang internet marketing tetapi jauh lebih luas lagi.

Digital marketing hampir sama dengan pemasaran digital yang memiliki arti yang sama dengan pemasaran elektronik atau bisa disebut (*e-marketing*) yang menggambarkan tentang pelaksanaan pemasaran secara online dengan media elektronik,

jadi definisi *digital marketing* yaitu penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online channel online ke pasar (*website, e-mail, database, digital TV* dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya seperti *blog, feed, podcast* dan jejaring sosial) yang dapat memberikan kontribusi dalam pemasaran online, yang tujuannya untuk mendapatkan keuntungan dan memperluas hubungan dengan pelanggan melalui media digital. Singkat saja *digital marketing* yaitu untuk mencapai tujuan melalui pemasaran melalui penerapan teknologi dan media digital (Tomi, 2019:13).

Adapun media yang paling utama dalam pemasaran digital yakni media internet, media dari segala media bahkan terdahulu. Manfaat internet semakin berpengaruh bagi para penggunanya yang tidak lepas dari dunia internet ini. Seperti misalnya para internet *marketer, narablog, blogger*, dan juga sekarang toko online semakin menjadi tempat yang tepat dimana para konsumen dapat mencari barang yang diinginkan. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan, pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 didunia (Kominfo, 2013) dalam Febriyantoro (2018:62-76).

Dari pengertian tentang digital marketing ada enam saluran utama dari media digital menurut Chaffey dan Smith dalam (Tomi, 2019:15) sebagai berikut :

1) *Search Engine Marketing (SEM)*

Penggunaan iklan online pada halaman hasil mesin pencari untuk membantu pengunjung menemukan website produk pemasaran, dengan

menempatkan pesan di pilihan search untuk mendorong klik-tayang ke situs web ketika pengguna mengetik frase kata kunci tertentu.

2) *Online PR (Public Relation)*

Memaksimalkan sebutan dan interaksi yang menguntungkan dengan merek, produk, atau situs web perusahaan menggunakan situs pihak ketiga seperti jejaring sosial atau blog yang secara kebetulan dikunjungi oleh target audiens, ini juga termasuk menanggapi sebutan negatif dan melakukan hubungan masyarakat melalui pusat pers atau blog, ini sangat terikat erat dengan pemasaran media sosial.

3) *Online Partnerships*

Membuat dan mengelola peraturan jangka panjang untuk mempromosikan layanan online perusahaan di situs web pihak ketiga atau melalui komunikasi *e-mail*. Bentuk atau kemitraan yang berbeda termasuk membangun tautan, pemasaran afiliasi, agregat seperti situs perbandingan harga, sponsor online dan *co-branding*.

4) *Interactive Advertising*

Penggunaan iklan online seperti spanduk (*banner*) dan iklan multimedia untuk mencapai kesadaran merek (*brand awareness*) dan mendorong *clickthrough* (melalui klik dari audiens) ke situs target.

5) *Opt-in Email Marketing*

Penggunaan daftar internal untuk aktivasi dan retensi (mempertahankan) pelanggan, metode ini menambah daftar kontak dalam *e-mail marketing*, melalui pelanggan yang telah melakukan registrasi yang sudah pasti menyetujui dan mengetahui bahwa mereka akan mendapatkan *e-mail* rutin berisi iklan dari pemasaran.

6) *Social Media Marketing*

Social Media Marketing yakni kategori yang paling penting dalam pemasaran digital yang melibatkan dan mendorong komunikasi pelanggan disitus milik perusahaan sendiri, atau kehadiran media sosial seperti Facebook atau Twitter, Instagram, atau situs penertbit, blog dan forum.

2.3 Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

2.3.1 Pengertian Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Menurut Permendagri No. 39 Tahun 2010 tentang BUMDes yakni usaha desa yang dibentuk atau didirikan oleh pemerintah desa yang kepemilikan modal dan pengelolaannya dilakukan oleh pemerintah desa dan masyarakat. BUMDes adalah lembaga usaha desa yang dibentuk berdasarkan potensi desa.

Menurut Undang-Undang No 34 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah desa dapat mendirikan badan usaha sesuai dengan potensi dan kebutuhan desa, dalam Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa bahwa untuk meningkatkan pendapatan desa dan masyarakat, pemerintah desa dapat

mendirikan Badan Usaha Milik Desa sesuai dengan kebutuhan potensi desa (Susiani, 2019:4).

BUMDes adalah lembaga yang didirikan oleh Desa, dalam hal pembangunan ekonomi masyarakat, BUMDes menjadi bagian penting dalam pembentukan dan pemberdayaan masyarakat sejak dimasukkan kedalam UU Nomor 6 Tahun 2014.

BUMDes dalam hal pemberdayaan masyarakat Desa dapat mewujudkan Desa dan pemerintahan Desa yang efektif. BUMDes bertujuan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PADes) dan kesejahteraan masyarakat yang jika meningkat hal ini dapat memberikan kemandirian Desa.

Pada dasarnya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memiliki literatur yang sama Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan juga Badan Usaha Daerah yakni sama-sama mengelola aset dibidangnya, yang membedakannya yaitu jika (BUMN) adalah Usaha Milik Negara yang mengelola aset negara dan (BUMD) Badan Usaha Milik Daerah yang mengatur dan mengelola aset provinsi. Maka fungsi BUMDes yaitu berada pada desa yang mengelola aset yang ada di desa seluruhnya yang mengarah pada perekonomian desa.

Pengelolaan BUMDes dilakukan oleh desa, dari desa, dan untuk desa. Cara kerja BUMDes yaitu dengan menampung kegiatan-kegiatan ekonomi masyarakat dalam sebuah bentuk kelembagaan dan badan usaha. Hal ini dapat menjadikan usaha masyarakat lebih mandiri dan produktif, untuk kedepannya

BUMDes akan berfungsi sebagai pilar kemandirian bangsa serta dapat mengembangkan desa menurut ciri khasnya masing-masing.

2.3.2 Peran, Ciri, Tujuan dan Fungsi BUMDes

1) Peran BUMDes

- 1) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan BUMDes pemerintah.
- 2) Membantu melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan penyelenggaraan kegiatan ekonomi desa
- 3) Membantu pemerintah desa dalam upaya mengembangkan sumber-sumber potensi alam dan manusia didesa untuk dikembangkan menjadi sumber-sumber ekonomi
- 4) Menjadi media pemerintah desa untuk mewujudkan

2) Ciri Utama BUMDes

- 1) Badan usaha ini dimiliki oleh desa dan dikelola bersama
- 2) Modal bersumber dari desa sebesar 51% dan dari masyarakat sebesar 49% melalui penyertaan modal (saham atau andil)
- 3) Operasionalisasinya menggunakan falsafah bisnis yang berakar dari budaya lokal
- 4) Bidang usaha yang dijalankan berdasarkan pada potensi dan informasi pasar

- 5) Keuntungan yang diperoleh ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota (Penyetaraan Modal) dan masyarakat melalui kebijakan desa
- 6) Difasilitasi oleh Pemerintah Provinsi, Pemerintah Kabupaten dan Pemerintahan Desa
- 7) Operasionalisasi dikontrol secara bersama oleh BPD, Pemerintah Desa dan anggota.

3) Tujuan Pendirian BUMDes

- 1) Meningkatkan Perekonomian Desa
- 2) Meningkatkan Pendapatan Asli Desa
- 3) Meningkatkan pengelolaan potensi desa sesuai dengan kebutuhan masyarakat
- 4) Menjadi tulang punggung pertumbuhan dan pemerataan ekonomi desa (Pariyanti, 2019:4).

4) Fungsi BUMDes

- 1) Sebagai Motivator, yang artinya BUMDes dapat memotivasi masyarakat untuk memberi masukan tentang kelanjutan desa kedepan
- 2) Sebagai Fasilitator, artinya BUMDes yang memfasilitasi segala aktivitas program pembangunan

- 3) Sebagai Mediator, BUMDes yang melakukan sosialisasi tentang usulan-usulan dari masyarakat.
- 4) Sebagai Stabilisator, berperan sebagai penyeimbangan harga kebutuhan yang dijadikan usaha pembangunan
- 5) Sebagai Server, BUMDes berperan sebagai pelayanan kebutuhan masyarakat
- 6) Sebagai Dinamisator, artinya BUMDes berperan sebagai pendorong masyarakat untuk lebih berperan aktif dalam kegiatan di Desa (Antaralam, 2020:48).

Maka dari itu tujuan didirikan BUMDes dalam Peraturan Pemerintah No 11 tahun 2021 tentang BUMDes sebagai berikut :

- 1) Melakukan kegiatan pelayanan umum melalui penyediaan barang atau jasa dan pemenuhan kebutuhan umum masyarakat desa, serta mengelola lumbung pangan desa.
- 2) Melakukan kegiatan usaha ekonomi melalui pengelolaan usaha, serta pengembangan investasi dan produktivitas perekonomian dan potensi desa.
- 3) Memperoleh keuntungan atau laba bersih bagi peningkatan pendapatan asli desa dan mengembangkan sebesar-besarnya manfaat atas sumber daya ekonomi masyarakat desa.
- 4) Mengembangkan ekosistem ekonomi digital di desa.

5) Memanfaatkan aset guna menciptakan nilai tambah atas aset desa.

Menurut Purnomo (2018) tujuan dari pembentukan BUMDes ada empat, yaitu :

- 1) Melakukan peningkatan peranan masyarakat desa untuk mengelola sumber-sumber pendapatan lain desa yang sah.
- 2) Kegiatan ekonomi masyarakat desa dapat tumbuh dan berkembang, dalam unit-unit usaha desa.
- 3) Mendirikan usaha setor informal agar bisa menjadi lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja masyarakat di desa.
- 4) Menumbuh kembangkan kreativitas masyarakat desa dalam hal berwirausaha sehingga bisa menjadi penghasilan.

2.3.3 Perbedaan BUMN, BUMD, dan BUMDes

Uraian perbedaan BUMN, BUMD, dan BUMDes dilihat dari segi definisi, bentuk, dan penetapan dapat dituangkan dalam bentuk tabel, sebagai berikut :

Tabel 2.2 Perbedaan BUMN, BUMD, BUMDes

No		BUMN	BUMD	BUMDes
1.	Definisi	Badan usaha yang seluruhnya atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui	Badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya	Badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya

		pernyataan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan (Pasal 1 angka 1, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN)	dimiliki daerah (Pasal 1 angka 40 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah)	dimiliki oleh Desa melalui pernyataan secara langsung yang berasal dari kekayaan Desa yang dipisahkan guna mengelola, aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa (Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa)
2.	Bentuk	Perseroan dan Perum (Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang BUMN)	Perusahaan Perseroan Daerah (Pasal 331 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah)	Berbentuk Badan Usaha dengan unit usaha yang berbadan hukum (Pasal 7 Permendes 4 Tahun 2015)
3	Penetapan	SK Kemenkumham untuk PT dan PP untuk Persero	Peraturan Daerah	Peraturan Desa

Sumber : Suparji, 2019:31

Dibawah ini peneliti akan menjelaskan tentang bagaimana Undang-Undang tentang Desa agar lebih jelas dan terperinci, sebagai berikut :

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa Bab X Pasal 87, 88, 89, dan 90 yaitu :

Pasal 87 :

- 1) Desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa yang disebut BUMDes
- 2) BUMDes dikelola dengan semangat dan kekeluargaan dan kegotongroyongan
- 3) BUMDes dapat menjalankan usaha di bidang ekonomi dan atau pelayanan umum sesuai dengan ketentuan perundang-undangan

Pasal 88 :

- 1) Pendirian BUMDes disepakati melalui musyawarah desa
- 2) Pendirian BUMDes sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan Peraturan Desa

Pasal 89 :

Hasil usaha BUMDes dimanfaatkan untuk :

- 1) Pengembangan usaha; dan
- 2) Pembangunan desa, pemberdayaan masyarakat desa, dan pemberian bantuan untuk masyarakat miskin melalui hibah, bantuan sosial, dan kegiatan dana bergulir yang ditetapkan dalam APBDesa

Pasal 90 :

Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi, Pemerintah Daerah Kabupaten atau Kota, dan Pemerintah Desa mendorong perkembangan BUMDes dengan :

- 1) Memberikan hibah dan atau akses permodalan
- 2) Melakukan pendampingan teknis dan akses ke pasar; dan
- 3) Memprioritaskan BUMDes dalam pengelolaan sumber daya alam di Desa (Suparji, 2019:1-2).

2.3.4 Badan Hukum dan Badan Usaha BUMDes

1) Badan Hukum

Badan hukum adalah lembaga bisnis yakni unit usaha yang kepemilikan sahamnya berasal dari BUMDes seperti usaha mikro kecil dan menengah, lembaga keuangan mikro pedesaan usaha ekonomi desa simpan pinjam, badan kredit desa, lembaga simpan pinjam berbasis masyarakat, lembaga pengkreditan desa, dan sebagainya.

2) Badan Usaha

Setiap badan hukum yang berbentuk Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Desa, koperasi atau swasta, yang didirikan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, menjalankan jenis usaha bersifat tetap dan terus menerus, bekerja dan berkedudukan dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Badan usaha adalah kesatuan

yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Badan usaha sering kali disamakan dengan perusahaan, walaupun pada kenyataannya berbeda. Perbedaan utamanya yaitu, Badan usaha adalah lembaga sementara perusahaan adalah tempat dimana badan usaha ini mengelola faktor-faktor produksi (Suparji, 2019:7).

Masalah pemberdayaan masyarakat yakni sebagai salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan dalam upaya untuk memberdayakan terutama pada kelompok yang lemah dan rentan terhadap kemiskinan sehingga mereka memiliki kemampuan dan kekuatan serta dapat melepaskan diri mereka dari berbagai keterpurukan, dan keterbelakangan dan dengan demikian keinginan mereka untuk menjadi kelompok mandiri dapat tercapai. Seiring dengan perkembangan teknologi akan lebih mudah untuk mendapatkan berbagai sumber informasi yang berkaitan dengan masalah sosial, ekonomi, politik, budaya hukum dan termasuk didalamnya yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat (Haris, 2014:50-62).

Tujuan dari pemberdayaan masyarakat pada dasarnya yaitu :

1. Dimaksudkan agar individu, kelompok dan masyarakat memiliki kekuasaan atas kehidupannya.
2. Kegiatan pemberdayaan masyarakat diarahkan untuk meningkatkan harkat dan martabat manusia sehingga mereka mampu keluar dari perangkap kemiskinan, dengan demikian kelompok yang lemah dan tidak berdaya dapat menjadikan diri sebagai insan yang mandiri dan tidak senantiasa bergantung

dengan individu serta kelompok lain dalam hal pemenuhan kebutuhan dasarnya.

3. Melalui kegiatan pada masyarakat dapat diciptakan suatu perubahan kearah yang lebih baik dalam berbagai aspek kehidupan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. Guna mencapai tujuan kegiatan pemberdayaan masyarakat maka ada beberapa hal yang harus dilakukan diantaranya perlunya ditambah etos kerja yang kuat, bersikap hemat, efisien, efektif, akuntabel serta mengapresiasi prinsip keterbukaan. Karena perilaku dan budaya seperti ini memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong serta mempercepat proses perubahan dalam masyarakat sehingga terbangun suatu komunitas yang maju serta mandiri dalam pencapaian tujuan pembangunan masyarakat (Haris, 2014:50-62).

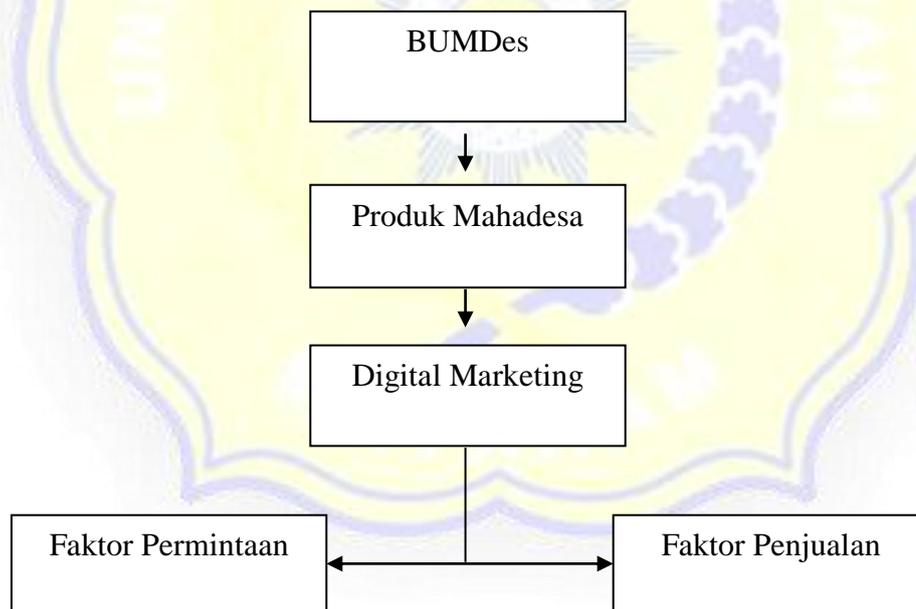
Menurut Mardikanto dalam Haris (2014:50-62) prinsip pemberdayaan yang dapat digunakan sebagai kerangka acuan yaitu :

1. Keberhasilan pemberdayaan sangat tergantung pada penjelasan tujuan yang ditetapkan sebelumnya.
2. Masalah efektivitas pemberdayaan kedisiplinan, keseriusan serta sikap profesional dikalangan para fasilitator.
3. Adanya kemauan dan partisipasi untuk ikut terlibat dalam konteks pengabdian pemberdayaan tergantung pada sejauh mana masyarakat diberi kesempatan

dalam proses perumusan tujuan program dan pemilihan mereka yang terlibat di lapangan.

2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir digunakan sebagai acuan atau arahan dalam melakukan penelitian dari pelaksanaan penulisan, terutama dalam memahami alur penelitian, sehingga penelitian ini dapat dengan sistematis berjalan sesuai dengan tujuan awal penulisan penelitian, kerangka berpikir bertujuan untuk memberikan keterkaitan antara variabel-variabel yang diteliti, sehingga dapat menghasilkan satu pemahaman yang utuh dan berkesinambungan. Secara sederhana kerangka berpikir dapat digambarkan ke dalam bentuk skema, sebagai berikut :



Gambar : 2.1
Kerangka Berpikir

Dari kerangka berpikir diatas dapat kita ketahui secara sistematis bagaimana alur pemikiran dari penulisan penelitian ini, bahwa melalui BUMDes produk Mahadesa bisa dipasarkan melalui TDC Desa dengan cara menyuplay barang kebutuhannya, dengan berbasis digital yang ada di sistem aplikasi TDC Desa kepada masyarakat Nusa Tenggara Barat, khususnya di Desa Lingsar, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. Keberhasilan digital marketing dilihat dari permintaan konsumen yang melakukan repeat order dan faktor penjualan dilihat dari penjualan TDC Desa ke konsumen (Masyarakat).



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Menurut Suyanto dalam Irwansyah (2020:30). Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti dengan penjelasan secara terperinci tentang permasalahan yang berhubungan dengan teori dan data yang ada, sehingga mendapat suatu kesimpulan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yakni berada di BUMDes Lombok Barat, tepatnya di Desa Lingsar Kecamatan Lingsar. Pemilihan TDC Lingsar ini diharapkan mampu membantu peneliti dalam mengumpulkan informasi data-data pelengkap untuk penelitian ini sehingga dapat membantu dalam kelancaran selama dilokasi penelitian.

3.2.2 Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini direncanakan akan dilakukan mulai bulan Desember hingga selesai .Waktu dianggap cukup untuk mengumpulkan data

yang diperlukan dalam penelitian, sehingga data-data tersebut dapat dipertanggungjawabkan. Waktu penelitian yang dijadwalkan dan direncanakan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1 Jadwal Waktu Penelitian

No	Nama Kegiatan	2021					2022	
		Agst	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Pengajuan Judul							
2	Penyusunan Proposal							
3	Seminar Proposal							
4	Persiapan Penelitian							
5	Pengumpulan Data							
6	Pengelolaan Data							
7	Analisis Data							
8	Bimbingan Skripsi							
9	Penyusunan Skripsi							
10	Sidang Skripsi							

3.3 Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung didapat dengan melakukan pertemuan dengan informan penelitian secara langsung dan berkomunikasi dengan pemilik data yang diinginkan. Sumber data primer yakni sumber data yang langsung diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono,2014:137). Data primer yakni data yang didapatkan dari hasil wawancara pada saat pengamatan lapangan.

3.3.2 Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumen) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap subjek (partner penelitian) dimana sehari-hari mereka berada dan biasa melakukan aktivitasnya. Pemanfaatan

teknologi informan biasanya menjadi hal utama dalam kegiatan observasi ini, seperti pemanfaatan tape recorder atau handy camera.

3.4.2 Wawancara

Wawancara yang dilakukan adalah untuk memperoleh makna yang rasional. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan dialog secara langsung dengan sumber data, dan dilakukan secara tak berstruktur, dimana responden mendapatkan kebebasan dan kesempatan untuk mengeluarkan pikiran, pandangan, dan perasaan secara natural, dalam proses wawancara ini dilanjutkan dengan cara dokumentasi dalam bentuk catatan tertulis, dan audio visual, hal ini dilakukan untuk meningkatkan mutu nilai dari data yang diperoleh. Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara tak berstruktur yang berarti, wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2013:140).

3.4.3 Dokumentasi

Data yang dihasilkan dalam bentuk gambar, video, ataupun audio visual. Selain data bersumber dari manusia (human resources) melalui observasi dan wawancara sumber lainnya sebagai pendukung yakni dokumen-dokumen tertulis yang resmi ataupun tidak resmi, yang berhubungan dengan data yang akan diteliti (Suryana, 2007:7).

3.5 Informan Penelitian

Informan disebut sebagai orang siapa yang akan diwawancarai, orang yang mampu memberikan informasi tentang data yang diinginkan kepada peneliti atau sebuah lembaga lainnya, dan siapa orang yang akan diminta data oleh peneliti dalam melakukan wawancara dengan BUMDes tepatnya yang berada di Desa Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Agar lebih memahami bagaimana peneliti menentukan informan, informan yang terkait yakni pak Sahyan selaku kepala desa Lingsar dan pak Lalu Satria selaku Ketua BUMDes Usaha Mandiri, dan masyarakat sebagai konsumen yang berbelanja di TDC Desa, agar memungkinkan banyak didapatkan informasi mengenai peran BUMDes yang berada di Desa Lingsar Kabupaten Lombok Barat.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data berarti memilah data yang akan digunakan dan data yang tidak digunakan dan mengelompokkan data dengan cara sedemikian rupa agar dapat ditarik kesimpulan. Cara reduksi data yaitu seleksi data, meringkas atau uraian singkat, dan menggolongkannya menjadi suatu pola yang lebih luas.

3.6.2 Display Data

Display data dapat dilakukan dengan menyusun sekumpulan informasi yang memungkinkan bisa ditarik kesimpulan, teks naratif menjadi salah

satu cara dalam mendisplay data yakni dengan berbentuk catatan lapangan kemudian uraian catatan tersebut disusun kembali secara sistematis agar dapat memberikan gambaran serta mempermudah peneliti jika suatu waktu memerlukan data kembali.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan

Dalam penarikan kesimpulan peneliti diwajibkan untuk selalu membuat kesimpulan setiap data yang didapat selama proses penelitian berlangsung di lapangan. Dari proses penumpulan data, penelitian reduksi data, display data yang disusun sesuai teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Dari hasil pengelompokkan data ini dapat disimpulkan berbagai bentuk informasi yang lebih rinci mengenai bagaimana peran Badan Usaha Milik Desa yang berada di Desa Lingsar, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat.