

ANALISIS EKONOMI MELALUI OPTIMALISASI BUM DESA MARO KARYA DESA MARAPOKOT KECAMATAN AESESA KABUPATEN NAGEKEO PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR

¹Tristi Sintawati, ²Rini Raharti

¹²Universitas Janabadra Yogyakarta

¹²tristisintawati@gmail.com, riniraharti@janabadra.ac.id

ABSTRACT

Maro Karya Village-Owned Enterprises was used as an example Village-Owned Enterprises by the Nagekeo Regency Village Community Empowerment Service because of its success in developing businesses in the agricultural production sector. This research aims to find out how to optimize the development strategy for Maro Karya Village-Owned Enterprises, Marapokot Village, Aesesa District, Nagekeo Regency, East Nusa Tenggara Province. This research uses qualitative descriptive methods and SWOT analysis. SWOT analysis is very helpful in analyzing research to determine the strategy carried out by Maro Karya Village-Owned Enterprises. This data research comes from observations, interviews, questionnaires and documentation. From the results of this research, it was found that the growth and development of the Village-Owned Enterprises in Maro Karya was going well because the strategy carried out was correct so that it could provide optimal results.

Kata kunci: Village-Owned Enterprises, optimization, development strategy, SWOT

ABSTRAK

BUM Desa Maro Karya dijadikan sebagai BUM Desa percontohan oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa Kabupaten Nagekeo karena keberhasilannya dalam mengembangkan usaha di sektor produksi pertanian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana optimalisasi dalam strategi pengembangan Badan Usaha Milik Desa Maro Karya Desa Marapokot Kecamatan Aesesa Kabupaten Nagekeo Provinsi Nusa Tenggara Timur. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Dengan analisis SWOT sangat membantu menganalisis penelitian untuk menentukan strategi yang dilakukan BUM Desa Maro Karya. Data penelitian ini bersumber dari hasil observasi, wawancara, kuisisioner, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa pertumbuhan dan perkembangan usaha BUM Desa di Maro Karya berjalan secara baik karena strategi yang dilakukan sudah tepat sehingga dapat memberikan hasil optimal.

Kata kunci: BUM Desa, optimalisasi, strategi pengembangan, SWOT

PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) adalah badan hukum untuk mengelola aset dan mengembangkan usaha yang didirikan dan dimiliki desa. BUM Desa merupakan amanat dari Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, Pasal 62 Ayat (1). Dasar hukum pendirian BUM Desa yaitu Peratiran Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa dan Peratiran Menteri Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Nomor 3 Tahun 2021 tentang Pendaftaran, Pendataan dan Pemingkatan, Pembinaan dan Pengembangan dan Pengadaan Barang dan/atau Jasa Badan Usaha Milik Desa/ Badan Usaha Milik Desa Bersama.

Organisasi BUM Desa terpisah dari Pemerintah Desa. Perangkat Organisasi BUM Desa terdiri dari Musyawarah Desa, Penasihat, Pelaksana Operasional, dan Dewan Pengawas. Organisasi tertinggi dalam BUM Desa yaitu musyawarah desa sebagai wujud semangat kekeluargaan dan kegotongroyongan serta memastikan bahwa tujuan utama BUM Desa adalah kesejahteraan masyarakat desa. Ex officio Kepala Desa berperan sebagai Penasihat dalam BUM Desa. Pelaksana operasional BUM Desa dipegang oleh Direktur BUM Desa. Dalam menjalankan pekerjaannya direktur BUM Desa dibantu oleh Sekretaris dan Bendahara. Dalam struktur organisasi BUM Desa terdapat Dewan

Pengawas yang bertugas sebagai pengawas internal dan konsultan bagi direktur BUM Desa. Modal BUM Desa berasal dari penyertaan modal desa maupun penyertaan modal masyarakat, bantuan yang tidak mengikat termasuk hibah dari pihak ketiga, hasil usaha, pinjaman, serta sumber lain yang sah. Kepemilikan modal Pemerintah Desa minimal 51% dari modal keseluruhan. Kepemilikan modal masyarakat maksimal 49% dari modal total yang dimiliki BUM Desa. Tujuan utama didirikannya BUM Desa adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. BUM Desa memanfaatkan aset desa dan mengembangkan usahanya sesuai dengan potensi dan kebutuhan masyarakat desa. Sebagian pendapatan bersih setelah pajak dari BUM Desa diserahkan kepada pemerintah desa sebagai pendapatan asli desa dan digunakan sesuai dengan hasil keputusan musyawarah desa. Ketentuan mengenai pembagian usaha BUM Desa ditetapkan melalui musyawarah desa dan dituangkan dalam anggaran dasar BUM Desa. BUM Desa juga berperan sebagai lokomotif penggerak pembangunan ekonomi di tingkat desa. Desa Marapokot, Kecamatan Aesesa, Kabupaten Nagekeo Provinsi Nusa Tenggara Timur, mendirikan BUM Desa Maro Karya pada tahun 2015. BUM Desa Maro Karya berusaha mengelola potensi yang dimiliki desa dan menyediakan berbagai layanan jasa yang bermanfaat bagi warga desa.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana analisis SWOT menjadi strategi dalam pengembangan dan optimalisasi Badan Usaha Milik Desa Maro Karya Desa Marapokot Kecamatan Aesesa Kabupaten Nagekeo Provinsi Nusa Tenggara Timur. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk pengelola BUM Desa dalam merancang strategi pengembangan usaha dan optimalisasi BUM Desa.

Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan kontribusi untuk pemerintah desa dan lembaga terkait dalam merumuskan kebijakan yang tepat untuk BUM Desa. Dengan strategi yang baik, BUM Desa dapat tumbuh dan berkembang sehingga memberikan manfaat yang lebih besar untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Melalui pemahaman analisis strategi SWOT diharapkan akan ada rekomendasi yang bermanfaat untuk pengembangan BUM Desa di Indonesia.

LANDASAN TEORI

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode untuk mengidentifikasi serta menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi perusahaan atau lembaga untuk menentukan strategi yang tepat faktor dari dalam yaitu kekuatan dan kelemahan, serta faktor dari luar yaitu peluang dan ancaman. SWOT singkatan dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman). Analisis SWOT diperkenalkan pertama kalinya oleh Albert S. Humphrey pada tahun 1960-an. Albert S. Humphrey dalam (Fitri Anggreani, 2021) menggunakan analisis ini saat memimpin proyek riset di Stanford Research Institute. Dengan analisis SWOT bersifat deskriptif, yaitu memberikan gambaran mengenai situasi dan kondisi yang kemudian dikelompokkan menurut analisis masing-masing faktor. Analisis ini sangat membantu dalam proses pengambilan keputusan yang tepat mengenai strategi yang akan dilajankan oleh organisasi, perusahaan atau lembaga untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Analisis SWOT terdiri dari 4 poin yaitu:

a) Strength (Kekuatan)

Strength (S) adalah faktor internal mengenai situasi kondisi yang menjadi keunggulan dari organisasi, perusahaan atau lembaga. Kekuatan ini memberikan kemampuan untuk bersaing serta mencapai tujuan yang ditetapkan.

b) Weaknesses (Kelemahan)

Weaknesses (W) merupakan faktor internal yang menggambarkan suatu kondisi atau keadaan yang menjadi kelemahan dari organisasi, perusahaan atau lembaga. Faktor ini digunakan untuk mengetahui kendala dan hambatan yang dihadapi untuk pencapaian tujuan.

c) Opportunities (Peluang)

Opportunities (O) adalah faktor eksternal yang bisa dimanfaatkan oleh organisasi, perusahaan atau lembaga untuk tumbuh dan berkembang bahkan mencapai kemajuan yang diharapkan. Faktor ini dapat memberikan kesempatan organisasi, perusahaan atau lembaga untuk maju dan berkembang.

d) Threats (Ancaman)

Threats (T) merupakan salah satu komponen dalam analisis SWOT. Faktor eksternal ini dapat menghambat dan merugikan organisasi, perusahaan atau lembaga dalam mencapai tujuan.

Analisis SWOT ke dalam empat kuadran yang membagi faktor-faktor internal dan eksternal dalam konteks yang lebih terstruktur. Keempat kuadran tersebut yaitu:

a) Kuadran I: Strategi SO (Strengths-Opportunities)

Kuadran ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan. Pada kuadran ini kekuatan internal dimanfaatkan untuk meraih peluang eksternal. Strategi dalam kuadran ini berfokus pada cara mengoptimalkan potensi yang dimiliki untuk meraih peluang.

b) Kuadran II: Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)

Kuadran ini menggambarkan bahwa meskipun mempunyai kelemahan, tetapi perusahaan masih mempunyai peluang dari segi eksternal. Pada kuadran ini strategi bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

c) Kuadran III: Strategi ST (Strengths-Threats)

Kuadran ini, perusahaan memanfaatkan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal. Strateginya adalah bagaimana agar bisa memanfaatkan kekuatan internal untuk melindungi perusahaan dari potensi ancaman eksternal.

d) Kuadran IV: Strategi WT (Weaknesses-Threats)

Kuadran ini menggambarkan situasi yang tidak menguntungkan karena perusahaan memiliki kelemahan serta ancaman dari eksternal. Strategi pada kuadran ini berfokus pada pengurangan kelemahan internal dan mengatasi ancaman eksternal.

Berikut pengertian analisis SWOT dari beberapa sumber:

a) Robinson dan Pearce, 1997 dalam (Gheta, 2017), analisis SWOT adalah cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik di antara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman.

b) Ferrel dan Harline, 2005 dalam (Nurfadillah et al., 2023), analisis SWOT adalah cara atau metode untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

c) Kotler, 2009 dalam (et al., 2019), analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman.

d) Rangkuti 2013 dalam (Awaluddin, 2021), analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing.

e) Analisis SWOT adalah alat analisis yang untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis ini didasarkan agar dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats) (Pradini, 2020)

Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu "Strategos" yang berarti jenderal atau pemimpin militer. Pada awalnya istilah ini digunakan dalam militer, yaitu seni atau ilmu untuk memimpin pasukan dalam sebuah pertempuran. Dalam perkembangannya istilah strategi meluas penggunaannya di berbagai bidang. Strategi dapat dimaknai sebagai seni atau ilmu untuk menata, merencanakan, dan mengarahkan sumber daya yang ada untuk mencapai suatu tujuan.

Strategi yaitu menentukan tujuan jangka panjang perusahaan dan pengalokasian sumber daya untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi perusahaan harus mendukung implementasi strategi yang telah ditetapkan, Alfred D. Chandler, 1962 dalam (Nursetiawan, 2018), strategi adalah cara untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Michael Porter, 1980 dalam (Syarifudin & Astuti, 2020), strategi sebuah perusahaan harus difokuskan pada pemilihan posisi pasar yang menguntungkan, yaitu melalui dua pendekatan utama: biaya rendah (cost leadership) atau diferensiasi produk.

Henry Mintzberg, 1994 dalam (Effendi et al., 2022), strategi merupakan pola tindakan yang terbentuk dari keputusan yang diambil oleh organisasi secara konsisten. Strategi tidak selalu dihasilkan melalui perencanaan formal, tetapi juga dapat muncul sebagai hasil dari adaptasi terhadap situasi yang berkembang. Lima perspektif strateg yaitu: strategi sebagai rencana, pola, posisi, perspektif, dan pola aksi.

James A.F. Stoner, 1995 dalam (Ash-Shiddiqy, 2022), strategi sebagai rencana besar yang dibuat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi melibatkan perencanaan dan pengambilan keputusan tentang bagaimana organisasi dapat mengalokasikan sumber daya secara efektif untuk menghadapi tantangan eksternal dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Karena dunia semakin kompetitif dan dinamis, strategi harus fleksibel dan mampu beradaptasi secara cepat. Ia menekankan bahwa perusahaan harus selalu siap untuk melakukan perubahan dan berinovasi untuk mempertahankan posisi kompetitifnya dalam kondisi pasar yang bergerak cepat (Jatmiko et al., 2021).

Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa)

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021, Badan Usaha Milik Desa yang selanjutnya disebut BUM Desa adalah badan hukum yang didirikan oleh desa dan/ atau bersama desa-desa guna mengelola usaha, memanfaatkan aset, mengembangkan investasi dan produktivitas, menyediakan jasa pelayanan dan/ atau menyediakan jenis usaha lainnya sebesar-besarnya untuk kesejahteraan masyarakat.

Tujuan didirikannya BUM Desa sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa yaitu:

- Melakukan kegiatan usaha ekonomi melalui pengelolaan usaha, serta pengembangan investasi dan produktivitas perekonomian, dan potensi Desa.
- Melakukan kegiatan pelayanan umum melalui penyediaan barang dan/atau jasa serta pemenuhan kebutuhan umum masyarakat Desa, dan mengelola lumbung pangan Desa.
- Memperoleh keuntungan atau laba bersih bagi peningkatan pendapatan asli Desa serta mengembangkan sebesar-besarnya manfaat atas sumber daya ekonomi masyarakat Desa.
- Memanfaatkan Aset Desa guna menciptakan nilai tambah atas Aset Desa.
- Mengembangkan ekosistem ekonomi digital di Desa.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif. Metode ini dipilih untuk menganalisis strategi yang diterapkan di BUM Desa Maro Karya Desa Marapokot. Untuk mengidentifikasi strategi yang diterapkan oleh BUM Desa Maro Karya diperlukan analisis SWOT. Analisis SWOT cocok dipakai untuk menganalisis data dan menemukan aspek penting dalam suatu organisasi, perusahaan atau lembaga. Dengan analisis SWOT kita dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan

menghindari ancaman untuk kemajuan dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Sampel penelitian terdiri dari 20 responden yang berasal dari berbagai unsur, yaitu Pengelola BUM Desa, Pemerintah Desa, Badan Permusyawaratan Desa (BPD), dan masyarakat.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, kuisioner, dan dokumentasi.

- a) Observasi: Peneliti melakukan pengamatan langsung di BUM Desa Maro Karya Desa Marapokot Kecamatan Aesesa Kabupaten Nagekeo Provinsi Nusa Tenggara Timur.
- b) Wawancara: Wawancara dilakukan kepada Pengelola BUM Desa Maro Karya, Pemerintah Desa, Badan Permusyawaratan Desa, dan Masyarakat.
- c) Kuesioner: Kuesioner dibagikan kepada 20 responden untuk mengukur variabel-variabel yang relevan dengan strategi pengembangan dan optimalisasi BUM Desa Maro Karya.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai Strategi Pengembangan dan Optimalisasi Badan Usaha Milik Desa Maro Karya Desa Marapokot Kecamatan Aesesa Kabupaten Nagekeo Provinsi Nusa Tenggara Timur, serta memberikan rekomendasi bagi pihak-pihak terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil BUM Desa Maro Karya

Badan Usaha Milik Desa Maro Karya didirikan pada tahun 2015, dengan penyertaan modal desa yang bersumber dari Dana Desa sebesar Rp.40.000.000,00 (empat puluh juta rupiah). BUM Desa Maro Karya sudah mempunyai sertifikasi Badan Hukum dari Kemenkumham di Tahun 2023 dengan akta AHU-04754.AH.01.33 Tahun 2023.

Pendirian BUM Desa Maro Karya bertujuan untuk mendayagunakan segala potensi ekonomi, kelembagaan perekonomian serta potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. BUM Desa Maro Karya memiliki dua bidang usaha yaitu:

- a) Bidang jasa pelayanan PPOB melalui program BRI Link untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Layanan jasa ini dipergunakan untuk transaksi keuangan perbankan agar masyarakat dengan mudah melakukan proses transaksi penarikan dana, transfer antar bank, bayar dan setoran tagihan listrik, pulsa telpon, token listrik dan transaksi perbankan lainnya.
- b) Produksi beras kemasan. Saat ini dari lahan pertanian di Desa Marapokot menghasilkan kurang lebih 500ton gabah kering panen setiap musim panen. Setelah pelaksanaan program kerja kemitraan ini target, produksi gabah ditargetkan untuk naik menjadi 750 ton per hektar setiap musim panen.

Usaha tersebut lahir berdasarkan atas hasil musyawarah desa yang sebelumnya sudah dibuat pemetaan potensi dan analisis usahanya.

Visi Misi BUM Desa Maro Karya

Visi: Membangun Ekonomi Desa Menuju Masyarakat Mandiri, Makmur & Sejahtera.

Misi:

- a) Tersedianya Sumber Daya Manusia yang memadai dari Pengelolaan BUM Desa.
- b) Menggali dan mengembangkan potensi desa yang dikelola BUM Desa.
- c) Pengelolaan BUM Desa yang transparan dan akuntabel sehingga laporan pertanggungjawaban yang terukur dan terarah.
- d) Membangun Kerjasama dengan semua Stakeholder.
- e) Terbentuknya Budaya Kerja BUM Desa yang mempunyai etos kerja yang tinggi dalam mengembangkan BUM Desa.
- f) Meningkatkan ketahanan ekonomi dengan menggalakan usaha ekonomi kerakyatan melalui program strategis di bidang produksi pertanian, usaha kecil dan menengah lainnya serta pariwisata.
- g) Pengembangan usaha ekonomi melalui usaha simpan pinjam dan usaha sektor riil.

- h) Membantu mengelola program pembangunan desa terutama dalam rangka pengentasan kemiskinan dan pengembangan usaha ekonomi pedesaan.
- i) Terbentuknya SOP (Standar Operasional Prosedur) dalam pengelolaan BUM Desa.
- j) Meningkatkan pendapatan masyarakat dan meningkatkan Pendapatan Asli Desa.

Pendirian BUM Desa Marapokot Karya Mandiri dimaksudkan untuk mendayagunakan segala potensi ekonomi, kelembagaan perekonomian serta potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

BUM Desa Maro Karya bertujuan untuk:

- a) Meningkatkan perekonomian desa, mengoptimalkan aset desa agar bermanfaat untuk kesejahteraan masyarakat desa.
- b) Meningkatkan usaha masyarakat dalam pengelolaan potensi ekonomi desa.
- c) Mengembangkan rencana kerja sama usaha antar desa dan dengan pihak ketiga.
- d) Menciptakan peluang dan jaringan pasar yang mendukung kebutuhan layanan umum warga masyarakat desa.
- e) Membuka lapangan kerja.
- f) Meningkatkan pendapatan masyarakat desa dana pendapatan asli desa.
- g) BUM Desa dalam kegiatan perekonomiannya tidak hanya berorientasi pada keuntungan keuangan saja/money oriented, tetapi juga berorientasi untuk mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat/social oriented.

Rencana Kerja Bum Desa Maro Karya

- a) Mengoptimalkan pemanfaatan potensi sumber daya lokal melalui dukungan Lembaga-lembaga kewirausahaan.
- b) Menciptakan peluang-peluang usaha masyarakat dan jaringan pemasaran hasil produksi UKM Desa Marapokot.
- c) Pengembangan manajemen BUM Desa yang meliputi diversifikasi produk, penetrasi pasar, pengembangan produk unggulan, pelatihan karyawan serta optimalisasi kinerja BUM Desa.
- d) Mengembangkan rencana Kerjasama usaha antar desa dan/atau dengan pihak ketiga (kemitraan).
- e) Mengelola dan program yang masuk ke desa yang bersifat dana bergulir terutama dalam rangka pengentasan kemiskinan dan pengembangan usaha ekonomi pedesaan.
- f) Pembuatan media online BUM Desa sebagai tempat pemasaran produk, informasi kegiatan BUM Desa, sarana promosi dan media publikasi dalam menunjang peningkatan produksi melalui peningkatan daya beli masyarakat desa.
- g) Terus menggali dan mengembangkan potensi desa yang ada seperti potensi di bidang pertanian, peternakan, perikanan dan pariwisata.

Analisis SWOT

Faktor Internal

1. Kekuatan

Unsur kekuatan yang dimiliki oleh BUM Desa Maro Karya adalah:

- a) Pengelola BUM Desa yang berkompeten. Semua pengelola memiliki semangat dan komitmen yang kuat untuk mengelola dan memajukan BUM Desa Maro Karya.
- b) Dukungan dan komitmen yang bagus dari Pemerintah Desa untuk mengembangkan BUM Desa Maro Karya. Kepala Desa dan Pemerintah Desa Marapokot memberikan dukungan penuh untuk perkembangan BUM Desa Maro Karya.
- c) Hubungan yang harmonis antara Pengelola BUM Desa, Pemerintah Desa, dan Badan Permusyawaratan Desa. Terjalin hubungan dan kerjasama yang baik dan saling mendukung antara Pengelola, Pemerintah Desa, dan Badan

- Permusyawaratan Desa. Ketiga pihak ini saling support untuk mewujudkan kemajuan Desa Marapokot.
- d) Sumberdaya alam yang melimpah. Desa Marapokot kaya akan potensi sumberdaya alamnya. Di Marapokot lahan pertanian padi irigasi sangat luas. Desa Marapokot juga memiliki pelabuhan, pantai, dan mangrove. Selain itu ada juga potensi tambang garang di pesisir pantainya.
 - e) Memiliki brand image yang positif di Pemerintah Daerah Kabupaten Nagekeo. BUM Desa Maro Karya dijadikan percontohan BUM Desa di Kabupaten Nagekeo. Hal ini dikarenakan keberhasilannya dalam mengelola dan mengembangkan usaha.
 - f) Dukungan penyertaan modal dari Pemerintah Desa. Pemerintah Desa
2. Kelemahan
- a) Keterbatasan kualitas SDM. Jumlah sumber daya manusia yang terampil untuk mengelola BUM Desa masih sangat terbatas.
 - b) Keterbatasan jaringan kerja sama. Kemitraan masih terbatas pada pemerintah daerah, belum mengembangkan kolaborasi dengan berbagai pihak.
 - c) Keterbatasan infrastruktur. Di Desa Marapokot, akses jalan, listrik, maupun internet masih belum stabil.
 - d) Belum optimalnya penggunaan teknologi. Penggunaan teknologi terutama internet masih terbatas. BUM Desa belum mempunyai Instagram maupun website.
 - e) Pemasaran masih terbatas. Pemasaran usaha BUM Desa masih terbatas pada lokal Desa Marapokot dan sekitarnya, belum keluar dari Kabupaten Nagekeo.

Faktor Eksternal

1. Peluang
 - a) Potensi pasar dengan keuntungan yang besar. Masih banyak potensi pasar yang bisa diraih dengan pengembangan pemasaran.
 - b) Pengembangan produk lokal. Banyak potensi lokal yang belum dikembangkan.
 - c) Pengembangan usaha BUM Desa. Masih banyak potensi desa yang belum tergarap. Hal ini menjadi peluang usaha bagi BUM Desa untuk mengembangkan usahanya.
 - d) Kolaborasi dengan Perguruan Tinggi, Bisnis, Pemerintah, dan masyarakat. Untuk mengelola dan mengembangkan usaha BUM Desa tidak mungkin berjalan sendiri. Semakin banyak kemitraan akan semakin membuat BUM Desa cepat untuk maju dan berkembang.
 - e) Peningkatan akses teknologi. Dengan meningkatkan akses teknologi BUM Desa akan semakin terbuka peluang pasar maupun peluang kerjasamanya.
2. Ancaman
 - a) Adanya pesaing usaha dari pihak swasta. Persaingan usaha dapat menghambat BUM Desa untuk maju dan berkembang.
 - b) Ketersediaan dan harga bahan baku. Keterbatasan bahan baku dan harga yang tinggi dapat mempengaruhi proses produksi di BUM Desa.
 - c) Ketidakstabilan politik di desa. Adanya ketidakstabilan politik di lingkungan desa bisa mempengaruhi BUM Desa, terutama di organisasi BUM Desa.
 - d) Masyarakat yang tidak mendukung usaha dan kebijakan BUM Desa. Ada potensi dari masyarakat yang tidak mendukung usaha dan kebijakan BUM Desa. Hal ini dapat mempengaruhi jalannya usaha BUM Desa.
 - e) Ketersediaan dan harga bahan baku. Keterbatasan bahan baku dan harga yang tinggi dapat mempengaruhi proses produksi di BUM Desa.

Tabel 1 Matriks SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (S):	Kelemahan (W):
	1. Pengelola BUM Desa yang berkompeten.	1. Keterbatasan SDM.
	2. Dukungan dan komitmen yang bagus dari Pemerintah Desa.	2. Keterbatasan jaringan kerja sama.
		3. Keterbatasan infrastruktur.

<p>Faktor Eksternal</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Hubungan yang harmonis antara Pengelola BUM Desa, Pemerintah Desa, dan BPD 4. Sumber daya alam yang melimpah. 5. Brand Image positif dari Pemerintah Daerah. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Penggunaan teknologi yang belum optimal. 5. Pemasaran masih terbatas.
<p>Peluang (O):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi pasar dengan keuntungan yang besar. 2. Pengembangan produk lokal. 3. Pengembangan usaha BUM Desa. 4. Kolaborasi dengan Perguruan Tinggi, Bisnis, Pemerintah, dan masyarakat. 5. Peningkatan akses teknologi. 	<p>Strategi S-O:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan kinerja pegelora dengan melakukan pemetaan dan analisis untuk pengembangan produk lokal desa dengan pendampingan berkelanjutan. 2. Meningkatkan kinerja pengelola dengan peningkatan akses teknoogi pendampingan berkelanjutan. 3. Mamanfaatkan dukungan dan komitmen dari Pemerintah Desa sabaik mungkin untuk pengembangan usaha. 4. Hubungan yang harmonis antara Pengelola, Pemerintah Desa, dan BPD menjadi pondasi untuk mengembangkan kolaborasi. 5. Mengelola sumder daya alam yang melimpah agar mendapatkan keuntungan yang besar sesuai dengan potensi yang dimiliki. 6. Memanfaatkan brand image positif dari pemerintah daerah untuk mengembangkan kemitraan. 	<p>Strategi W-O:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi dengan Perguruan Tinggi untuk meningkatkan keterbatasan SDM. 2. Meningkatkan jaringan kerjasama untuk meraih keuntungan yang besar. 3. Meningkatkan penggunaan teknologi untuk pengembangan usaha BUM Desa. 4. Memperluas jaringan pasar untuk meraih potensi pasar yang masih besar.
<p>Ancaman (T):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing usaha dari pihak swasta. 2. Ketersediaan dan harga bahan baku. 3. Ketidakstabilan politik di desa. 4. Masyarakat yang tidak mendukung usaha dan kebijakan BUM Desa. 5. Ketersediaan dan harga bahan baku. 	<p>Strategi S-T:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelola selalu melakukan inovasi produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen agar mampu bersaing dengan bisnis yang dikelola swasta. 2. Memanfaatkan dan mengelola sumber daya yang melimpah agar ketersediaan bahan baku tetap terjaga. 3. Menjaga hubungan harmonis antara Pengelola BUM Desa, Pemerintah Desa, dan BPD sehingga apabila terjadi ketidakstabilan politik di desa tidak berimbas pada BUM Desa. 4. Pengelola dan Pemerintah Desa selalu melakukan edukasi kepada masyarakat tentang program dan usaha dari BUM Desa agar mendapat dukungan dari masyarakat. 	<p>Strategi W-T:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keterbatasan SDM dan pemanfaatan penggunaan teknologi agar dapat bersaing dengan usaha yang dikelola swasta. 2. Memperluas jaringan kerjasama untuk meningkatkan brand image positif kepada masyarakat desa. 3. Memperluas jaringan kerjasama untuk menjaga ketersediaan bahan baku.

Berdasarkan Tabel Analisis SWOT, dapat digambarkan strategi yang dilakukan untuk mengembangkan dan mengoptimalisasi BUM Desa Maro Karya.

1. Strategi S-O:

- a) Mengoptimalkan kinerja pegelora dengan melakukan pemetaan dan analisis untuk pengembangan produk lokal desa.
- b) Meningkatkan kinerja pengelola dengan peningkatan akses teknoogi.
- c) Mamanfaatkan dukungan dan komitmen dari Pemerintah Desa sabaik mungkin untuk pengembangan usaha.

- d) Hubungan yang harmonis antara Pengelola, Pemerintah Desa, dan BPD menjadi pondasi untuk mengembangkan kolaborasi.
 - e) Mengelola sumber daya alam yang melimpah agar mendapatkan keuntungan yang besar sesuai dengan potensi yang dimiliki.
 - f) Memanfaatkan brand image positif dari pemerintah daerah untuk mengembangkan kemitraan.
2. Strategi S-T:
- a) Pengelola selalu melakukan inovasi produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen agar mampu bersaing dengan bisnis yang dikelola swasta.
 - b) Memanfaatkan dan mengelola sumber daya yang melimpah agar ketersediaan bahan baku tetap terjaga.
 - c) Menjaga hubungan harmonis antara Pengelola BUM Desa, Pemerintah Desa, dan BPD sehingga apabila terjadi ketidakstabilan politik di desa tidak berimbas pada BUM Desa.
 - d) Pengelola dan Pemerintah Desa selalu melakukan edukasi kepada masyarakat tentang program dan usaha dari BUM Desa agar mendapat dukungan dari masyarakat.
3. Strategi W-O:
- a) Kolaborasi dengan Perguruan Tinggi untuk meningkatkan keterbatasan SDM.
 - b) Meningkatkan jaringan kerjasama untuk meraih keuntungan yang besar.
 - c) Meningkatkan penggunaan teknologi untuk pengembangan usaha BUM Desa.
 - d) Memperluas jaringan pasar untuk meraih potensi pasar yang masih besar.
4. Strategi W-T:
- a) Meningkatkan keterbatasan SDM dan pemanfaatan penggunaan teknologi agar dapat bersaing dengan usaha yang dikelola swasta.
 - b) Memperluas jaringan kerjasama untuk meningkatkan brand image positif kepada masyarakat desa.
 - c) Memperluas jaringan kerjasama untuk menjaga ketersediaan bahan baku.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian dan analisis di BUM Desa Maro Karya Kecamatan Aesesa Kabupaten Nagekeo Provinsi Nusa Tenggara Timur didapatkan beberapa kesimpulan.

- a) SDM Pengelola BUM Desa sangat berpengaruh terhadap pengelolaan dan kemajuan usaha BUM Desa.
- b) Hubungan baik antara Pengelola, Pemerintah Desa, dan BPD harus terus dijaga, hal ini menjadi pondasi dasar yang mendukung perkembangan BUM Desa.
- c) Usaha BUM Desa harus disesuaikan dengan potensi desa maupun kebutuhan masyarakat agar berjalan lancar.
- d) Kolaborasi dengan Perguruan Tinggi, Swasta, Pemerintah maupun masyarakat akan berpengaruh terhadap kemajuan BUM Desa.
- e) BUM Desa harus melakukan inovasi produk dan layanan sesuai kebutuhan pasar agar bisa bersaing dengan swasta.
- f) Pendampingan berkelanjutan sangat efektif untuk meningkatkan kinerja, kapasitas SDM dan untuk keberlanjutan usaha.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik dalam pengelolaan BUM Desa serta menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya dalam bidang yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Ash-Shiddiqy, M. (2022). Potensi Desa Dan Strategi Penerapan Ekonomi Islam Dalam Pengelolaan Bisnis Bumdes. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 22(1), 1–28. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v22i1.2759>

Awaluddin, R. (2021). Analisis Swot Dan Business Model Canvas Di Desa Lengkong,

Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 04, 116–125.

Effendi, M., Rambe, M. T., Ritonga, R. A., & Sitio, R. (2022). Strategi Inovasi Bumdes Meningkatkan Potensi dan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 61–67. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i1.11479>

Fitri Anggreani, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619–629. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.588>

Gheta, A. P. K. (2017). Strategi Marketing Dengan Menggunakan Analisis Swot Pada Spektra Pt Fifgroup Cabang Maumere. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.

Jatmiko, B., Udin, U., Raharti, R., Laras, T., & Ardhi, K. F. (2021). Strategies for MSMEs to Achieve Sustainable Competitive Advantage: The SWOT Analysis Method. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 505–515. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0505>

Nurfadillah, Fauzia, R., Dinero, M. F., Yaqhzan, M., & Habibi, A. A. (2023). Analisis Strategi Penjualan Dalam Menghadapi Kondisi Global Di PT. UNILEVER Indonesia Tahun 2021-2022. *Southeast Asia Journal of Business, Accounting, and Entrepreneurship (SAINS)*, 1(1), 54–59.

Nursetiawan, I. (2018). Strategi Pengembangan Desa Mandiri Melalui Inovasi Bumdes. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4(2), 72–81.

Pradini, R. N. (2020). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Di Desa Kedungturi Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pemerintahan Dan Keamanan Publik (JP Dan KP)*, 57–67. <https://doi.org/10.33701/jpkp.v2i1.1000>

Sulaksana, J., & Nuryanti, I. (2019). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Kasus Di Bumdes Mitra Sejahtera Desa Cibunut Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(2), 348–359. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.02.11>

Syarifudin, A., & Astuti, S. (2020). Strategi Pengembangan Bumdes Dalam Optimalisasi Potensi Ekonomi Desa Dengan Pendekatan Social Entrepreneur Di Kabupaten Kebumen. *Research Fair Unisri*, 4(1). <https://doi.org/10.33061/rsfu.v4i1.3400>

Journal Kajian Pendidikan Ekonomi
dan Ilmu Ekonomi