

USULAN
PENELITIAN INTERNAL DOSEN
Progam Studi Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



STRATGI BUMDES DALAM MENGEMBANGKAN UMKM
MELALUI PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DI DESA
SUKOWATI

Tim Peneliti:

1. Dr. Rupiarsieh, M.Si.
2. Septi Wulandari, S.Sos.,M.A.P.
3. Sri Murni Hidayati
4. Vita Nugrah Septiana

Dibiayai oleh:

Universitas Bojonegoro

Periode 1 Tahun Anggaran 2024/2025

UNIVERSITAS BOJONEGORO

2024

HALAMAN PENGESAHAN
PROPOSAL PENELITIAN PENDANAAN PERGURUAN TINGGI

1.	Judul Penelitian	:	Strategi BUMDES dalam Mengembangkan UMKM melalui Pemanfaatan Sosial Media di Desa Sukowati
2.	Ketua Peneliti		
	a. Nama Peneliti	:	Dr. Rupiarsieh, M.Si.
	b. NIDN	:	0705106101
	c. Program Studi	:	Administrasi Publik
	d. E-mail	:	arsieh_sakti@fisip.unigoro.ac.id
	e. Bidang Keilmuan	:	Administrasi Publik
3.	Anggota Peneliti 1		
	a. Nama Dosen	:	Septi Wulandari, S.Sos.,M.A.P.
	b. NIDN	:	0709099901
	c. Program Studi	:	Administrasi Publik
	d. E-mail	:	Septiwuland09@gmail.com
	e. Bidang Keilmuan	:	Administrasi Publik
	Anggota Peneliti 2		
	a. Nama Mahasiswa	:	Sri Murni Hidayati
	b. NIM	:	20632011115
	c. Program Studi	:	Administrasi Publik
	d. E-mail	:	
	e. Bidang Keilmuan	:	Administrasi Publik
	Anggota Peneliti 3		
	a. Nama Mahasiswa	:	Vita Nugrah Septiana
	b. NIM	:	2163211118
	c. Program Studi	:	Administrasi Publik
	d. Email	:	Vesubagyo36@gmail.com
	e. Bidang Keilmuan	:	Administrasi Publik
4.	Jangka Waktu Penelitian	:	6 Bulan
6.	Lokasi Penelitian	:	Desa Sukowati,
7.	Dana Diusulkan	:	Rp. 3.000.000,00
Mengetahui,			Bojonegoro, 19 April 2024
Ketua LPPM Universitas Bojonegoro			Pengusul,
<u>Dr. Laily Agustina R, S.Si., M.Sc.</u> NIDN 07 2108 8601			<u>Dr. Rupiarsieh, M.Si.</u> NIDN. 0705106101

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian internal dosen yang berjudul “Strategi BUMDES dalam Mengembangkan UMKM melalui Pemanfaatan Sosial Media di Desa Sukowati”. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berperan besar untuk membantu dalam penyusunan proposal penelitian internal ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan rujukan dan masukan bagi pembaca. Terima kasih kepada LPPM Universitas Bojonegoro yang telah memberikan fasilitas dan pendampingan sehingga penulis dapat menyelesaikan dan mengajukan proposal penelitian ini sesuai alur yang telah ditetapkan.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
RINGKASAN	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori	5
2.2 Penelitian Terdahulu	8
BAB III METODE PENELITIAN	10
3.1 Jenis Penelitian	10
3.2 Fokus Penelitian	10
3.3 Teknik Penentuan Informan	11
3.4 Teknik Pengumpulan Data	11
3.5 Manajemen Data.....	13
3.6 Metode Analisis Data	13
BAB IV BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN	15
4.1 Anggaran Biaya	15
4.2 Jadwal Penelitian	16
BAB V TARGET LUARAN	17
DAFTAR PUSTAKA	18

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2. Fokus Penelitian.....	10
Tabel 3. Rencana Anggaran Biaya.....	15
Tabel 4. Jangka Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	16

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi yang diterapkan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sukowati melalui pemanfaatan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami dinamika dan efektivitas strategi yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BUMDes di Desa Sukowati berhasil mengimplementasikan strategi pemasaran digital, pelatihan literasi digital bagi pelaku UMKM, dan kolaborasi dengan berbagai pihak untuk meningkatkan visibilitas produk lokal di media sosial. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pengelola BUMDes dan pelaku UMKM dalam memaksimalkan potensi media sosial untuk pengembangan usaha. Target luaran yang akan dicapai pada hasil akhir penelitian ini adalah publikasi yang dimuat dalam jurnal bereputasi nasional SINTA 3.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdirinya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dilandasi oleh UU No.32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 213 ayat (1) disebutkan bahwa Desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa dan juga tercantum dalam Peraturan Pemerintah No.71 Tahun 2005 Tentang Desa. Pendirian Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) ini disertai dengan upaya penguatan kapasitas dan didukung oleh kebijakan daerah yang ikut memfasilitasi dan melindungi usaha masyarakat desa dari ancaman persaingan para pemodal besar. Berdasarkan dengan hal tersebut maka Badan Usaha Milik Desa dibentuk oleh pemaerintah Desa itu sendiri beserta dengan masyarakat berdasarkan dari musyawarah dengan masyarakat Desa. BUMDes muncul sebagai bentuk dari pendekatan antara pemerintah desa dengan masyarakat itu sendiri, hal tersebut agar perekonomian Desa dapat meningkat melalui dengan potensi desa yang ada. Pemberdayaan ekonomi desa menjadi salah satu fokus utama dalam pembangunan nasional di Indonesia (Kamuli, 2023). Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) merupakan salah satu instrumen penting dalam pembangunan ekonomi desa. BUMDES bertujuan untuk mengelola potensi desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui pengembangan usaha ekonomi lokal (Munawir dkk, 2022).

Pemberdayaan ekonomi desa menjadi salah satu fokus utama dalam pembangunan nasional. Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dibentuk sebagai salah satu upaya untuk menggerakkan perekonomian desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. BUMDES berperan sebagai lembaga yang dapat mengoptimalkan sumber daya lokal dan menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat desa.

Dalam konteks ini, pengembangan UMKM menjadi salah satu fokus BUMDES. UMKM memiliki peran strategis dalam pereknomian desa karena mampu menyerap tenaga kerja lokal, mengolah sumber daya alam setempat, dan menghasilkan produk-produk bernilai tambah yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat (Saputa & Sufyani, 2023).

Pemerintah desa sebagai penyerta modal terbesar BUMDes diharapkan mampu

mewujudkan BUMDes yang memenuhi standar dan melindungi BUMDes dari intervensi pihak ketiga yang dapat merugikan BUMDes berpengaruh dari dalam maupun luar desa. BUMDes adalah sebagai suatu badan usaha dalam memberdayakan potensi usaha masyarakat di desa yang memiliki payung hukum tentunya pengembangan dan pengelolaan BUMDes harus dilaksanakan dengan langkah yang terencana dan sinergisitas antar pemerintah desa, pengelola BUMDes dan masyarakat setempat sangat diperlukan dalam rangka untuk mencapai tujuan dari BUMDes yang telah ditetapkan.

Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2015 Tentang Prinsip-prinsip pengelolaan Badan Usaha Milik Desa penting untuk diuraikan agar dipahami dan dipersepsikan dengan cara yang sama oleh pemerintah desa, anggota (penyerta modal), BPD, Pemkab, dan masyarakat. Terdapat 6 (enam) prinsip dalam mengelola Badan Usaha Milik Desa adalah Kooperatif, Partisipatif, Emansipatif, transparan, Akuntabel, dan Sustainabel.

BUMDES dapat memberikan dukungan yang signifikan kepada UMKM dalam bentuk pelatihan, pendampingan, akses permodalan, serta fasilitas pemasaran. Salah satu strategi yang sangat relevan di era digital ini adalah di era digital ini, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, terutama media sosial, menjadi sangat penting dalam mendukung kegiatan ekonomi, termasuk pengembangan UMKM. Laporan dari We Are Social mengungkapkan bahwa pada Januari 2023, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang (Widi, 2023). Angka ini setara dengan 60,4% dari total populasi di negara tersebut. Hal ini menunjukkan potensi besar bagi UMKM untuk memanfaatkan media sosial dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan promosi produk.

Media sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memfasilitasi inovasi bisnis, pemasaran, dan manajemen keuangan (Dewi, dkk., 2023). Melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan Facebook, UMKM dapat secara efektif mempromosikan produk atau layanan mereka, menjangkau khalayak yang lebih luas, dan meningkatkan kinerja mereka secara keseluruhan ketika dikombinasikan dengan kemampuan inovasi (Apidana, dkk., 2024). Pelatihan penggunaan media sosial memberdayakan UMKM untuk membuat konten yang menarik, menarik pelanggan, dan meningkatkan angka penjualan, seperti yang ditunjukkan dalam

berbagai kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan untuk membantu UMKM dalam memanfaatkan alat pemasaran digital dan aplikasi pencatatan keuangan (Ramadias, dkk., 2023). Merangkul media sosial tidak hanya meningkatkan visibilitas tetapi juga mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bagi UMKM dalam lanskap digital yang berkembang.

Desa Sukowati merupakan salah satu desa yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM. Namun, berdasarkan observasi awal UMKM di desa ini masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya promosi, dan minimnya pengetahuan tentang teknologi digital. BUMDES Sukowati berperan penting dalam membantu mengatasi kendala-kendala tersebut dengan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi untuk mengembangkan UMKM. Media sosial memiliki peran signifikan dalam pemasaran produk, membangun brand awareness, serta menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Dengan strategi yang tepat, BUMDES dapat membantu UMKM di Desa Sukowati untuk meningkatkan penjualan, memperluas jaringan bisnis, dan memperkuat posisi mereka di pasar.

Berdasarkan penjerlasan tersebut, maka peneliti melakukan penelitian ini untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh BUMDES dalam mengembangkan UMKM melalui pemanfaatan media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan permasalahan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah sekaligus pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana strategi BUMDES dalam mengembangkan UMKM melalui pemanfaatan sosial media di Desa Sukowati?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis strategi BUMDES dalam mengembangkan UMKM melalui pemanfaatan sosial media di Desa Sukowati.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak, antara lain:

1.1.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan

sebagai masukan bagi pembuat kebijakan khususnya sebagai kajian dalam merancang dan mengevaluasi kebijakan yang ideal terkait strategi BUMDES dalam mengembangkan UMKM melalui pemanfaatan sosial media di Desa Sukowati.

1.1.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan kemampuan menganalisis terkait strategi BUMDES dalam mengembangkan UMKM melalui pemanfaatan sosial media di Desa Sukowati.

b. Bagi Pembuat Kebijakan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai kajian dalam mengevaluasi maupun melihat sejauh mana keberhasilan dari strategi Dinas P3AKB dalam pencegahan bullying di Kabupaten Bojonegoro sehingga dapat menjadi masukan untuk menyempurnakan strategi tersebut.

c. Bagi Universitas Bojonegoro

Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan referensi dan rujukan bagi Universitas Bojonegoro terkait dengan strategi Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana dalam pencegahan bullying di Kabupaten Bojonegoro.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Secara bahasa (Etimologi) strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “Strategeia” atau sering disebut stratos yang berarti militer. Secara istilah, strategi yaitu proses penentuan rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan (Fadillah, 2020).

Menurut Craig dan Grant (1996) strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Dalam proses penerapan strategi menggunakan beberapa tahapan di antaranya:

1. Perumusan Strategi (Strategy Formulation)

Langkah awal yang perlu dilakukan dalam menyusun strategi yaitu dengan cara merumuskan strategi atau menyusun langkah awal. Sudah termasuk didalamnya untuk pembangunan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kelemahan dan kelebihan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi untuk dilaksanakan. Dalam perumusan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk memutuskan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

2. Implementasi strategi (strategy implemented)

Setelah kita merumuskan dan memilih strategi yang ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat dan anggota organisasi. Tanpa adanya komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi, maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian yang sangat jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama

budaya, perusahaan dan organisasi.

3. Evaluasi strategi dan pengawasan

Tahap akhir dari strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai. Ada tiga macam mendasar untuk mengevaluasi strategi, yakni:

- 1) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi. Adanya perubahan yang akan menjadi satu hambatan dalam pencapaian tujuan, begitu pula dengan faktor internal yang diantaranya strategi tidak efektif atau hasil implementasi yang buruk dapat berakibat buruk pula bagi hasil yang akan dicapai.
- 2) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang akan diharapkan dengan kenyataan). Prosesnya dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individual atau menyimak kemajuan yang dibuat kearah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Kriteria untuk mengevaluasi strategi harus dapat diukur dan mudah dibuktikan, kriteria yang meramalkan hasil lebih penting dari pada kriteria yang mengungkapkan apa yang terjadi.
- 3) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti bahwa strategi yang ada ditinggalkan atau harus merumuskan strategi yang baru. Tindakan korektif diperuntukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang dibayangkan semula atau pencapaian yang diharapkan (David, 2002:3).

Menurut *Chandler* dalam buku *Analisis Swot* (2003:3) menjelaskan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.

Learned, Christensen, Andrews dan Guth dalam buku *Analisis Swot* (2003:3) memaparkan bahwa strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan

bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.

Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner dalam buku Analisis Swot (2003:4) menjelaskan bahwa strategi merupakan respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi. Porter dalam buku Analisis Swot (2003:4) memberikan pengertian tentang strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan.

Andrews, Chaffe dalam buku Analisis Swot (2003:4) menjelaskan bahwa strategi ialah kekuatan motivasi untuk stakeholder, seperti stakeholders, debtholders, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Hamel dan Prahalad dalam buku Analisis Swot (2003:4) memberikan definisi yang berbeda mengenai strategi. Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi,” bukan dimulai dari “apa yang terjadi.” Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen.

Selanjutnya Menurut *Tripomo* dan *Udan* (2005:118) mendefinisikan analisis SWOT adalah penilaian/assessment terhadap identifikasi situasi untuk menemukan apakah suatu kondisi dikatakan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strength*) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi/kapabilitas/sumberdaya yang dimiliki organisasi yang dapat digunakan untuk menangani peluang dan ancaman.
2. Kelemahan (*Weakness*) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi/kapabilitas/sumberdaya yang dimiliki organisasi yang dapat digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman.
3. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menguntungkan. Organisasi-organisasi yang berada dalam suatu industri

yang sama secara umum akan merasa diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut.

4. Ancaman (*Threats*) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa dirugikan, dipersulit, terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Memuat penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan permasalahan penelitian yang disajikan dalam bentuk tabel dan diurutkan berdasarkan tahun termuda ke tahun tertua.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1	Silvy Sondari Gadzali, Dzaki Firdaus (2023)	Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM Cireng Isi Desa Sindanglaya Kecamatan Tanjungsiang	Penelitian ini dilakukan di Desa Sindanglaya, Kecamatan Tanjungsiang, sedangkan penelitian saya dilakukan di Desa Sukowati, Kecamatan Kapas	- Sama-sama mengangkat tentang strategi pemasaran UMKM melalui Digital Marketing - Mengembangkan UMKM melalui pemanfaatan media sosial - Menilai tingkat penggunaan digital marketing untuk memasarkan suatu produk
2	Savitri, E., Fitri, T., Abiyyi, A., Mahdi, A., Aprilia, s., Hadiguna, D., Yohannes, B., Fathony, L., Rahmawan	Strategi Peningkatan Ekonomi BUMDES Seresam Melalui Pemberdayaan UMKM	Penelitian ini dilakukan di Desa Seresam, sedangkan penelitian saya dilakukan di Desa Sukowati, Kecamatan Kapas	- Sama-sama mengangkat tentang strategi BUMDES dalam mengembangkan UMKM - Menganalisis strategi BUMDES dalam meningkatkan

	a, R., Rhumeta, R., & Afifah, A. (2023)			UMKM
--	---	--	--	------

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2022), metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara mendalam dan mendetail, khususnya dalam konteks strategi Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan media sosial di Desa Sukowati. Metode kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggali dan memahami pengalaman, persepsi, dan pandangan para pelaku UMKM, pengurus BUMDES, serta pihak- pihak terkait lainnya secara menyeluruh.

Pendekatan ini memberikan fleksibilitas dalam mengumpulkan data yang kaya dan mendalam melalui berbagai teknik seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, pengurus BUMDES, serta pihak- pihak terkait lainnya, serta melalui observasi partisipatif dan analisis dokumen seperti laporan kegiatan, catatan rapat, dan dokumentasi media sosial. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan tema- tema utama yang muncul dari data serta mengaitkan temuan-temuan tersebut dengan teori dan konsep yang relevan.

3.2 Fokus Penelitian

Tabel 2. Fokus Penelitian

No	Indikator	Sub Indikator
1.	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Strategi BUMDes dalam mengembangkan UMKM mengalami perkembangan. Dengan mengadakan pelatihan pemanfaatan media sosial, yang diajarkan oleh ahli dalam promosi media sosial, dengan tiga macam media sosial yang difokuskan.

2.	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Jika BUMDes atau pihak pemerintah desa tidak mengadakan refresh materi atau follow up, para pelaku UMKM bisa kendor dalam mengaplikasikan media sosial.
3.	Peluang (<i>Opportunity</i>)	UMKM kita juga bisa disebarluaskan kepada seluruh pengguna media sosial. Hal ini juga bisa membangun branding kepada pengusaha dan usaha yang dijalankan strategi BUMDes dalam mengembangkan UMKM melalui sosial media
4.	Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi yang bisa digunakan saat ini, belum tentu efisien digunakan lima atau sepuluh tahun kedepan. Pendampingan yang dilakukan pemerintahan desa khususnya BUMDes dapat mengantisipasi hal tersebut. Daya semangat dan juang para pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnisnya juga harus terjaga berdasarkan pribadi masing-masing.

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

3.3 Teknik Penentuan Informan

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling purposive atau sampling bertujuan, yaitu teknik penarikan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini ditentukan informan kunci (Key Informant) Key informan adalah individu atau pihak yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keterlibatan yang mendalam dalam suatu topik atau fenomena yang sedang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, key informan adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi yang relevan dan mendalam tentang strategi BUMDES dalam mengembangkan UMKM melalui pemanfaatan media sosial di Desa Sukowati.

Informan dalam penelitian ini merupakan informan yang memiliki pemahaman yang berkaitan langsung dengan masalah peneliti guna memperoleh data dan informasi yang lebih akurat. Berikut adalah data informan:

- 1) Kepala Desa Sukowati
- 2) Ketua dan Anggota BUMDES Desa Sukowati
- 3) Masyarakat pemilik UMKM di Desa Sukowati

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan beberapa metode utama untuk mendapatkan informasi yang komprehensif dan mendalam mengenai

strategi BUMDES dalam mengembangkan UMKM melalui pemanfaatan media sosial. Metode yang digunakan adalah:

1. Wawancara mendalam, yaitu teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden untuk memperoleh informasi rinci. Dalam penelitian ini, wawancara mendalam dilakukan dengan key informan pengelola BUMDES, pemilik UMKM, dan ahli media sosial untuk menggali pandangan, pengalaman, dan wawasan dari key informan tentang strategi BUMDES dalam pengembangan UMKM serta pemanfaatan media sosial. Wawancara dilakukan dengan panduan wawancara yang telah disusun sebelumnya. Pertanyaan wawancara dirancang untuk memperoleh informasi mengenai peran BUMDES, strategi pemasaran UMKM, dan penggunaan media sosial dalam pemasaran.
2. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek atau kegiatan yang menjadi fokus penelitian. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan terhadap kegiatan BUMDES dan UMKM di Desa Sukowati untuk mengamati secara langsung bagaimana BUMDES mengelola dan mendukung UMKM serta bagaimana UMKM memanfaatkan media sosial dalam aktivitas pemasaran mereka. Observasi dilakukan dengan mengunjungi lokasi BUMDES dan UMKM, memantau kegiatan terkait pengembangan usaha dan pemasaran melalui media sosial. Catatan observasi dibuat untuk mencatat temuan dan fenomena yang relevan.
3. Studi dokumentasi, yaitu melibatkan analisis dokumen dan materi tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen yang dikaji mencakup laporan tahunan BUMDES, rencana strategi, materi promosi UMKM, dan data terkait media sosial. Untuk memperoleh informasi sekunder yang mendukung data dari wawancara dan observasi serta memahami konteks dan latar belakang kegiatan BUMDES dan UMKM. Pengumpulan dokumen dilakukan dengan meminta akses kepada pihak terkait di BUMDES dan UMKM. Dokumen dianalisis untuk mendapatkan informasi tentang strategi, program, dan hasil yang berkaitan dengan pengembangan UMKM dan pemanfaatan media sosial.

3.5 Manajemen Data

Manajemen data dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang sistematis untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat dianalisis secara efektif.

- a. **Koding**, yaitu proses penggolongan data berdasarkan kategori tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Setiap data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi akan diberikan kode khusus yang sesuai dengan tema atau variabel penelitian. Proses ini melibatkan penandaan atau pemberian label pada data agar mudah diidentifikasi dan dianalisis.
- b. **Editing**, yaitu Editing adalah tahap pemeriksaan data untuk memastikan bahwa data yang diperoleh lengkap, akurat, dan konsisten. Pada tahap ini, data yang tidak relevan atau yang memiliki kesalahan akan diidentifikasi dan diperbaiki. Editing dilakukan untuk menghindari adanya data yang tidak sesuai atau bias yang dapat mempengaruhi hasil analisis. Setiap kesalahan atau ketidaksesuaian dalam data dicatat dan diperbaiki berdasarkan catatan lapangan dan sumber data asli.
- c. **Tabulating**, yaitu proses penyusunan data dalam bentuk tabel atau format yang terstruktur untuk memudahkan analisis lebih lanjut. Data yang telah dikode dan diedit akan disusun dalam tabel-tabel yang memuat informasi penting dan relevan sesuai dengan kategori yang telah ditentukan. Tabel ini akan membantu peneliti dalam mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Tabulasi data juga mempermudah peneliti dalam menyajikan data secara sistematis dan mendukung penarikan kesimpulan.

3.6 Metode Analisis Data

Langkah-langkah dalam metode analisis data berdasarkan teori Miles, dkk (2014) sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Pada tahap ini, data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dikumpulkan dan disederhanakan. Data yang relevan dipilih, sementara data yang tidak relevan disisihkan. Tujuan dari reduksi data adalah untuk memfokuskan analisis pada informasi yang berkaitan langsung dengan tujuan penelitian. Data yang telah direduksi kemudian

dikategorikan sesuai dengan tema atau topik yang telah ditentukan.

2. Penyajian Data

Setelah direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk yang lebih terorganisir dan mudah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan melalui pembuatan tabel, grafik, diagram, atau narasi deskriptif. Penyajian data bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam melihat pola, hubungan, dan tren yang muncul dari data yang telah dikumpulkan.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir dalam metode analisis ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan. Kesimpulan yang ditarik harus diuji keandalannya melalui proses verifikasi, yang melibatkan cross-checking dengan data lain, triangulasi sumber data, serta konfirmasi dari informan kunci. Verifikasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan valid dan dapat dipercaya. Metode analisis kualitatif deskriptif ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif tentang implementasi dan efektivitas strategi BUMDES dalam pemanfaatan media sosial untuk pengembangan UMKM. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kebijakan dan praktik terbaik dalam pemberdayaan ekonomi desa melalui penggunaan media sosial.

BAB IV

BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN

4.1 Anggaran Biaya

Anggaran biaya disajikan dalam bentuk tabel dan terperinci dengan ketentuan masing-masing kebutuhan berikut:

- Biaya Gaji dan Upah Maksimal 20% dari total anggaran
- Biaya Bahan Habis Pakai dan Peralatan Maksimal Maksimal 40% dari total anggaran
- Biaya Perjalanan Maksimal 20% dari total anggaran
- Biaya lain-lain Maksimal 20% dari total anggaran

Tabel 3. Rencana Anggaran Biaya

No	Uraian Pekerjaan	Satuan	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	2	3	4	5	6
I	Gaji dan Upah				
1.1	HR Pembantu Lapangan	OH	3	80,000	240.000
1.2	HR Pengolah data (reviewer literature)	OP	3	200,000	600.000
	Jumlah I				840.000
II	Bahan habis pakai dan perkantoran				
2.1	Jilid Laporan Penelitian	Buku	3	30,000	90.000
2.2	Kertas HVS	RIM	2	50,000	100.000
2.3	Tinta Printer	Botol	4	125,000	500.000
2.4	ATK	Paket	1	200,000	200.000
	Jumlah II				890.000
III	Perjalanan				
3.1	Transport pembantu peneliti	OH	3	150,000	450.000
	Jumlah III				450.000
IV	Biaya lain-lain				
4.1	Biaya Publikasi Artikel	Paket	1	850,000	850.000
	Jumlah IV				850.000
V	Jumlah I, II, III, IV				3.030.000

4.2 Jadwal Penelitian

Jadwal disajikan dalam bentuk tabel yang mencakup jenis kegiatan dan jangka waktu pelaksanaan jenis kegiatan tersebut.

Tabel 4. Jangka Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Penyusunan topik oleh ketua peneliti												
2	Mobilisasi personil												
3	Pra survey												
4	Penyusunan rencana kerja												
5	Penyusunan proposal												
6	Penyusunan revisi proposal												
7	Penyiapan alat-alat penunjang												
9	Persiapan wawancara												
10	Wawancara dan analisis data												
11	Analisis data dan penuangan pada draft artikel ilmiah												
12	Rekomendasi												
13	Penulisan laporan akhir penelitian												
14	Penulisan Jurnal Terakreditasi												
15	Publikasi Jurnal Terakreditasi												

BAB V

TARGET LUARAN

Luaran dari proposal penelitian ini berupa artikel ilmiah yang terpublish pada jurnal bereputasi nasional sinta 3 Jurnal Matra Pembaruan, URL: <https://jurnal.kemendagri.go.id/index.php/mp/index>

DAFTAR PUSTAKA

- A'ini, S. Q., & Fauziah, S. (2023). Analisis Pengembangan Sumber Daya Manusia Di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Karimun Jawa. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 14(2).
- Ainiyah, N. (2018). Remaja millennial dan media sosial: media sosial sebagai media informasi pendidikan bagi remaja millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221-236.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insan.
- Apidana, Y. H., & Rusvinasari, D. (2024). Social Media Usage On MSMEs' Performance: The Moderating Role Of Innovation Capability. *Jurnal Manajemen*, 28(1), 175-199.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Dewi, C. S., Fianty, M. I., & Saputri, F. R. (2024). Training on Social Media Utilisation in Business Innovation for Legok Village Culinary MSMEs. *Warta Pengabdian Andalas*, 31(1), 7-15.
- Fitriani, A. P., Pazeroma, A., & Rahayu, D. (2022). Strategi pemasaran dan literasi syariah dalam mendukung pemberdayaan umkm masyarakat. *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 102-114
- Gadzali, S. S., Firdaus, D., Hidayat, W., & Karlina, L. (2023). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM Cireng Isi Desa Sindanglaya Kecamatan Tanjungsiang. *Jurnal Kolaborasi Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administrasi*.
- Hendrarto, I. C. (2020). *Membangun Ekonomi Berkeadilan Di Desa: Melalui BUMDes Syariah*. Kementerian Desa PDT dan Transmigrasi. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-diindonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Irfandi, Muhammad. (2015). Pengembangan Pembelajaran. Medan: Univesitas. Negeri Medan.
- Iswanto, S., & Pratiwi, A. I. (2024). PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUKSI UMKM BERKAH JAMUR KARAWANG. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 3(1), 4704-4716.
- Kamuli, S., Wantu, S. M., Hamim, U., Djafar, L., Sahi, Y., & Dahiba, H. (2023). Pemberdayaan Berkelanjutan Melalui Pemanfaatan Dana Desa Bagi Masyarakat Pesisir di Desa Momalia Kecamatan Posigadan Provinsi Sulawesi Utara. *Jambura Journal Civic Education*, 3(2).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age. *Cambridge: IGI Global*.
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan pemanfaatan media sosial instagram dengan kemampuan literasi media di UPT Perpustakaan Itenas. *EduLib*, 8(1), 1-17.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. USA: Sage Publications.
- Munawir, Z., Riyanto, R., & Mulia, A. (2022). Sosialisasi pentingnya badan usaha milik desa (bumdes) di desa jatikesuma kecamatan namo rambe kabupaten deli serdang provinsi sumatera utara. *Jurnal Pengabdian Kontribusi Unhamzah*, 1(2), 21-24. *Rachmat. 2014. Manajemen Strategik. Bandung: Pustaka Setia*.
- Rimadias, S., Tansuri, V., Febrianto, N., Christian, A., & Timothy, K. (2023). Peningkatan Usaha UMKM Kantin Yen Yen melalui Digital Marketing dan Pencatatan Keuangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(2), 134-138.
- Saputra, A. G., & Sofyani, H. (2023). Praktik Manajemen Strategis Dan Tata Kelola Bumdes Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Akuntansi Inovatif*, 1(1), 44-54
- Savitri, E., Fitri, T., Abiyyi, A., Mahdi, A. M., Aprilia, S., Hadiguna, D., ... & Afifah, A. (2022). Strategi Peningkatan Ekonomi Bumdes Seresam Melalui Pemberdayaan UMKM. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 292-301.
- Sugiyono (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.. Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Taprial, V. dan Kanwar, P. (2012) Memahami Media Sosial. Bookboon, London.
- Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi Wahyudi, Agustinus Sri, 1996, Manajemen Strategik Pengantar Proses Berpikir Strategik, PT. Binarupa Aksara
- Wicaksono, A. D., Prihantoro, C., & Fadiana, F. (2023). PENDAMPINGAN TATA KELOLA BUMDES DAN UMKM DALAM PEMBUATAN, PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK BUMDES RANDUREJO. *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 181-191.