

ARTIKEL

Skema Inovatif:

Transformasi Digital Badan Usaha Milik Desa dalam Pemasaran Berbasis Elektronik

Innovative Scheme:

Digital Transformation of Village-Owned Enterprises in Electronic-Based Marketing

OPEN ACCESS

Citation: Septian, E. (2021). Skema Inovatif: Transformasi Digital Badan Usaha Milik Desa dalam Pemasaran Berbasis Elektronik. *Matra Pembaruan*. 5(2), 89-101

Received: January 30, 2021

Accepted: October 20, 2021

Published: November 29, 2021

© The Author(s)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Kata Kunci: BUM Desa, Aplikasi, Pemasaran.

Keywords: VOE, Application, Marketing.

Esa Septian 

Program Studi Magister Manajemen dan Kebijakan Publik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Jl. Bulaksumur, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

✉ esaseptian28@gmail.com

Abstrak: Keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) Binangun Jati Unggul sebagai upaya peningkatan perekonomian masyarakat dan menjadi penyumbang Pendapatan Asli Desa. Penelitian ini bertujuan untuk melihat permasalahan dalam pengelolaan BUM Desa khususnya dari segi pemasaran yang masih rendah maka penulis memberikan ide alternatif pemecahan masalah tersebut. Keterlibatan teknologi mampu menciptakan sistem pemasaran *online* yang berguna bagi kesuksesan pengelolaan BUM Desa. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah BUM Desa Binangun Jati Unggul belum berjalan optimal. BUM Desa Binangun Jati Unggul masih menghadapi persoalan terkait kualitas SDM yang minim, keterbatasan modal, dan pemasaran yang lemah. Model pengembangan BUM Desa berbasis *digital marketing* sebagai upaya mendongkrak pemasaran BUM Desa menjadi lebih luas. Kehadiran teknologi canggih merupakan tuntutan zaman yang harus dipenuhi dalam menjalankan kegiatan usaha pertanian melalui kolaborasi dan sinergitas antar lembaga ekonomi pertanian dalam melayani kebutuhan petani. Penerapan *digital marketing* melalui skema inovatif elektronik pasar tani (e-Pasti) diharapkan dapat memberikan solusi pada sistem pemasaran yang lemah. Dengan demikian, semua kegiatan pertanian berjalan semakin efektif dan efisien serta pangsa pasar menjadi semakin luas yang membawa dampak positif baik bagi pemerintah, petani, pemuda maupun masyarakat sekitar.

Abstract: *The existence of the Binangun Jati Unggul Village-Owned Enterprise (VOE) as an effort to improve the community's economy and become a contributor to Village Original Income. This research aims to see problems in the management of VOE, especially in terms of marketing is still low; the author provides alternative ideas to solving the problem. The involvement of technology can create an online marketing system that is useful for the successful management of VOE. The research method used in this research is descriptive qualitative research. The results of this study are Binangun Jati Unggul VOE has not run optimally. Binangun Jati Unggul VOE is still facing problems related to the quality of human resources minimal, limited capital, and weak marketing. Development style VOE based on digital marketing as an effort to boost marketing The VOE became wider. The presence of advanced technology is a demand of the times that must be met in carrying out agricultural business activities through collaboration and synergy between agricultural economic institutions in serving the farmer's needs. The application of digital marketing through the innovative farmer market electronic scheme (e-Pasti) is expected to provide solutions to weak marketing systems. Therefore, all agricultural activities run more effectively and efficiently, and the market share is becoming wider, which has a positive impact on the government, farmers, youth, and local communities.*

I. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar masyarakatnya bercocok tanam atau bermata pencaharian sebagai petani. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), tenaga kerja informal sektor pertanian pada tahun 2020 sebesar 88,57%. Keuntungan wilayah Indonesia memiliki iklim tropis dengan tercukupinya sinar matahari sepanjang tahun membawa dampak positif terhadap tingkat produksi komoditas pertanian, terutama komoditas pangan yang tumbuh melimpah. Akbar (2017:150) mengungkapkan bahwa “Pertanian sebagai penggerak ekonomi masyarakat Indonesia yang sangat potensial berdampak pada sumber pemasukan negara.” Keberadaan petani memegang peranan penting untuk turut serta mendorong perekonomian dan pembangunan di Indonesia.

Salah satu daerah yang memiliki potensi pertanian adalah Desa Jatirejo yang terletak di wilayah Kabupaten Kulon Progo, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Jatirejo memiliki luas pertanian sawah seluas 113 ha. Desa Jatirejo memiliki potensi daerah dan pemanfaatan lahan produktif pada komoditas tanaman pangan. Mayoritas masyarakat setempat berprofesi sebagai petani padi namun masih menghadapi berbagai permasalahan terkait produksi pertanian. Kegiatan pertanian menjadi tumpuan harapan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kesejahteraan petani dapat dilihat dari beberapa faktor harga jual padi yang tinggi sehingga pendapatan semakin meningkat. Kondisi yang terjadi menempatkan petani belum mencapai kesejahteraannya karena masih banyak permasalahan terkait banyaknya para tengkulak, kurangnya pasokan subsidi pupuk dan sulitnya pinjaman modal usaha. (Khomsan, dalam Keumala dan Zainudin 2018). Hama penyakit turut mempengaruhi kuantitas dan kualitas padi. Hama penyakit dapat mengurangi jumlah produksi padi menjadi berkurang dan kualitas padi yang buruk mengakibatkan harga padi menjadi murah.

Pengelolaan padi di sisi lain membutuhkan biaya yang cukup besar dalam perawatannya seperti harga pupuk dan obat pertanian yang cenderung mengalami kenaikan. Petani mengalami kendala terkait modal usaha pertanian yang terbatas. Jika petani selalu dihadapkan dengan kondisi merugi maka petani akan kesulitan memutar modal usahanya. Menurut Syahza (2003:6) terdapat alasan mengapa petani mengalami keterbatasan modal yaitu pertama, kebiasaan petani yang sering meminjam modal kepada tengkulak. Hal ini membuat tingkat ketergantungan petani menjadi tinggi sehingga posisi petani menjadi lemah. Kedua, layanan kredit pemerintah belum dapat dimanfaatkan dengan baik. Petani merasa khawatir terhadap risiko dan ketidakpastian selama proses produksi sehingga pada waktunya tidak mampu mengembalikan kredit.

Setiap musim panen, petani selalu mengeluhkan harga padi yang selalu murah akibat lemahnya posisi tawar petani. Salah satu penyebab kondisi tersebut karena banyaknya para tengkulak padi atau pedagang perantara jual beli padi yang menguasai harga pasar. Ketergantungan petani dalam menjual hasil produksi padi pada para tengkulak perlu diberantas. Kehadiran pemerintah sebagai pihak ketiga sangat diperlukan dalam menekan harga padi yang dipermainkan oleh segolong elite tertentu (tengkulak). Satya (2016:14) menjelaskan bahwa pada hakikatnya terbentuknya harga komoditas padi terdapat 2 (dua) faktor yang memengaruhi, yaitu faktor produksi (*harvest disturbance*) dan faktor perilaku penyimpanan (*inventory behavior*). Kondisi tersebut terjadi karena persediaan (*supply*) yang lebih banyak dari pada permintaan (*demand*). Pada musim panen jumlah stok padi yang melimpah menyebabkan harga jual padi menjadi turun. Posisi petani yang lemah menjadi kesejahteraan petani sulit meningkat.

Salah satu langkah yang dilakukan oleh Desa Jatirejo dalam menjawab permasalahan tersebut dengan menyelenggarakan suatu lembaga yang bertugas sebagai pionir peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Lembaga tersebut bernama Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) bernama “Binangun Jati Unggul” sebagai lembaga pendorong pertumbuhan ekonomi melalui kewirausahaan desa. Dengan bermodalkan pada kebutuhan dan potensi desa menjadi modal bagi BUM Desa dalam menjalankan unit usahanya, yaitu, 1) Jasa Keuangan dan; 2) Perdagangan dan Produksi Pertanian.

BUM Desa dapat menjadi penggerak ekonomi desa dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat, pertumbuhan ekonomi, pemerataan pembangunan dan kemandirian desa.

Menurut Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi No 4 Tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa. BUM Desa yang dibentuk oleh Pemerintah Desa harus mampu mendayagunakan segala potensi ekonomi lokal, memberdayakan masyarakat dan pemanfaatan sumber daya alam untuk mencapai tujuan dari BUM Desa.

Menurut Hamka dkk. (2020:357-358), BUM Desa adalah sebuah badan usaha yang dikelola oleh sekelompok orang yang ditunjuk dan dipercayai oleh pemerintah desa untuk menggali potensi desa dan memajukan perekonomian desa dengan terstruktur dan dikelola dengan baik. Dalam upaya menggali potensi desa diperlukannya partisipasi dari masyarakat agar BUM Desa dapat Maju. BUM Desa dapat dicirikan sebagai badan usaha yang dalam pelaksanaannya dapat membantu penyelenggaraan desa dan merespon kebutuhan masyarakat. BUM Desa melaksanakan fungsi pelayanan jasa, perdagangan, dan pengembangan ekonomi lainnya. (Sembiring, 2017: 23).

Tujuan dari pendirian lembaga usaha desa adalah memperkuat perekonomian desa yang berimbas pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Penjelasan Dalam Pasal 87 Ayat (1) UU No. 6 Tahun 2014 menyebutkan bahwa BUM Desa dibentuk oleh Pemerintah Desa untuk mendayagunakan segala potensi ekonomi, kelembagaan perekonomian, serta potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia. Kegiatan BUM Desa tidak hanya berorientasi pada keuntungan keuangan, akan tetapi juga berorientasi untuk pemberdayaan masyarakat.

Filosofi BUM Desa sebagai kedudukannya menjalankan kewenangan yang dimiliki oleh desa yang tidak dapat diselesaikan oleh perangkat desa. BUM Desa dapat mengelola seluruh atau sebagian aset yang dipisahkan dari pengelolaan APBDes. BUM Desa dapat dilihat dari 3 aspek yaitu ekonomi, sosial dan politik. Dari aspek ekonomi, BUM Desa memiliki usaha yang akan mendatangkan keuntungan (profit) bagi masyarakat. Aspek sosialnya adalah BUM Desa tidak hanya mencari profit semata akan tetapi memberdayakan masyarakat sehingga menekankan manfaat yang dirasakan masyarakat ketika adanya BUM Desa tersebut. Aspek politik, yaitu BUM Desa menjadi ajang demokrasi lokal dalam melibatkan masyarakat.

Keberadaan BUM Desa Binangun Jati Unggul mempunyai misi untuk memotong rantai distribusi dan membeli hasil bumi petani serta mengolahnya sendiri menjadi usaha BUM Desa. BUM Desa dipercaya dapat meningkatkan peran aktif masyarakat dan berorientasi pada pelayanan serta menjadi sumber Pendapatan Asli Desa (PADes). Keterlibatan BUM Desa dapat mengangkat lembaga-lembaga lain seperti Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dan Kelompok Tani sehingga dapat saling bersinergi membangun kelembagaan pertanian. BUM Desa sangat penting dalam membantu desa untuk mengatasi kemiskinan masyarakat dengan membuka lowongan pekerjaan bagi warga lokal, dan peningkatan usaha. Kemajuan BUM Desa dapat menjadi dampak bagi pemuda desa untuk dapat berkarir membangun desa.

BUM Desa masih mengalami kendala terkait Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) atau pihak pengelola BUM Desa itu sendiri. Keberhasilan BUM Desa didasarkan atas sdm yang berkualitas. BUM Desa di Indonesia banyak yang gagal atau mati suri diakibatkan karena pengelolaan yang kurang baik. Pada Tahun 2019 Dari 2.188 BUM Desa tidak beroperasi dan 1.670 BUM Desa beroperasi tapi belum memberikan kontribusi pada pendapatan desa (Anwar, 2019). BUM Desa perlu mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah sehingga BUM Desa yang tidak aktif dapat memberikan kontribusi untuk desa.

Pengembangan BUM Desa dihadapkan pada keterbatasan modal untuk menjalankan unit usahanya. BUM Desa menjadi tidak berkembang karena untuk menutup biaya operasional, gaji dan sebagainya. Dalam memperluas unit usaha

BUM Desa memerlukan modal yang besar, namun sejauh ini modal BUM Desa hanya bersumber dari Dana Desa. Dari segi pemasaran BUM Desa belum berjalan dengan baik, BUM Desa lebih menggunakan sistem manual. Produk-produk yang dipasarkan belum dapat menjangkau pasar yang luas sehingga pemasaran tidak dapat berjalan maju.

Menurut Rapisari (2016), strategi bisnis yang paling relevan dengan kompetisi pasar semakin meningkat adalah mampu memenuhi kebutuhan pasar dan pemanfaatan berbagai sarana dan prasarana yang semakin canggih. Pesatnya perkembangan zaman, dengan hadirnya teknologi dan potensi pemuda desa yang kaya akan inovasi dan kreativitasnya dapat dioptimalkan dengan baik. Pemanfaatan teknologi melalui *e-commerce* pada BUM Desa dalam memperluas pangsa pasar masih belum diterapkan, padahal hal tersebut merupakan kesempatan dan peluang yang seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik, sehingga dari permasalahan tersebut penulis memberikan upaya alternatif berupa ide dan gagasan baru melalui inovasi pengembangan BUM Desa melalui sistem digital marketing berbasis aplikasi.

Teknologi informasi sangat mendukung BUM Desa menjadi lebih pesat dalam memasarkan unit usahanya. Purwana (dalam Rachmawati 2018:2) *Digital marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui *internet*. Penyelenggaraan dengan menggunakan model *Information Communication and Technology (ICT)* berbasis web. Secara keseluruhan mengacu pada keterampilan dan kompetensi BUM Desa dalam memudahkan interaksi dengan masyarakat. Dengan demikian, dapat membantu menjalankan fungsi BUM Desa dalam menjadi efektif dan efisien. Dukungan sistem tersebut ditinjau dari Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Upaya strategis yang tepat untuk mengembangkan pemasaran BUM Desa melalui *digital marketing*. *Digital marketing* sebagai platform dalam melakukan suatu aktivitas transaksi berbasis *online*. BUM Desa yang bergerak dalam memasarkan produk yang memerlukan pasar dengan memenuhi kebutuhan petani sehingga dapat memberikan kemudahan dan menciptakan pasar yang dinamis. Pemasaran melalui digital marketing sangat penting, dan pasar sudah berangsur beralih ke *digital marketing*. Dengan konsep tersebut, penulis menawarkan skema inovatif aplikasi elektronik pasar tani atau e-pasti sebagai media penghubung antara BUM Desa dengan petani dan masyarakat.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rapisari (2016), menyatakan bahwa integrasi strategi *digital marketing* berbasis aplikasi dalam sebuah bisnis memerlukan analisis faktor internal dan eksternal untuk menentukan strategi *digital marketing* yang paling tepat. Strategi tersebut pada intinya merupakan bentuk pemasaran yang menekankan komunikasi merek untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya juga dilakukan Anggraeni (2016), keberadaan BUM Desa tidak dipungkiri membawa perubahan di bidang ekonomi dan sosial. Keberadaan BUM Desa tidak membawa manfaat signifikan bagi peningkatan kesejahteraan warga secara langsung, Permasalahan yang muncul terkait BUM Desa adalah akses masyarakat terhadap air dan akses masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan di BUM Desa.

Penelitian lain dilakukan oleh Nursan dan Utama (2019), kekuatan utama BUM Desa berbasis pertanian yaitu bidang usaha yang dikelola BUM Desa melayani kebutuhan dasar masyarakat sedangkan kelemahan utamanya yaitu kapasitas SDM pengelola BUM Desa berbasis pertanian masih kurang terampil baik administrasi dan keuangan serta belum adanya jaringan pemasaran yang baik. Sedangkan Faktor eksternalnya adalah peluang utama BUM Desa berbasis pertanian dengan adanya dukungan regulasi pemerintah daerah dan pusat. Sedangkan ancaman utama BUM Desa berbasis pertanian yaitu masih kurangnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan BUM Desa berbasis pertanian. Dari penelitian-penelitian sebelumnya penelitian menyoroti pemanfaatan teknologi pada unit usaha BUM Desa belum optimal, maka penelitian ini memfokuskan skema inovatif pemasaran unit usaha BUM Desa berbasis elektronik untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya petani.

II. Metode

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penulis menggunakan metode kualitatif sebagaimana pendapat dari Creswell (2016), mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif menggunakan metode-metode yang dilakukan untuk menelusuri dan mencari jawaban dari beberapa orang yang dianggap berasal dari masalah sosial dan kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya penting seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan.

Penelitian menggunakan metode tersebut sebagai upaya menjabarkan isu permasalahan dalam pengelolaan BUM Desa sehingga dapat memberikan solusi terbaik. BUM Desa Binangun Jati Unggul sebagai objek penelitian berfungsi sebagai penggerak ekonomi desa dan menyejahterakan masyarakat.

Pengumpulan data yang dilakukan melalui data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara dengan perangkat desa, Direktur BUM Desa Binangun Jati Unggul, Petani dan masyarakat Desa Jatirejo. Data sekunder diperoleh dari Peraturan Desa, AD-ART dan Profil BUM Desa Binangun Jati Unggul. Prosedur pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strength* (S), *weakness* (W), *Opportunity* (O), *Threat* (T)) Analisa SWOT dilakukan untuk mendapatkan gambaran permasalahan pada BUM Desa Binangun Jati Unggul dengan mengembangkan strategi 4 tipe, yakni (S-O, W-O, S-T, W-T). Menurut Marimin (dalam Kresna & Hanila, 2019), terdapat tiga tahapan dalam melakukan analisis SWOT, yaitu, Pertama, pengambilan data dengan melakukan evaluasi Eksternal (E) dan Internal (I). Kedua, melakukan matriks internal eksternal dan matriks SWOT, Tahap ketiga pengambilan keputusan.

III. Hasil Dan Pembahasan

III.1. Analisis S.W.O.T

Untuk menyusun rekomendasi maka diperlukan kegiatan analisis data yang hasilnya ditampilkan pada matrix analisis SWOT yang penulis buat dengan melihat kondisi di lapangan. Fungsi dari analisis ini untuk memberikan gambaran terkait kondisi internal dan eksternal. Kondisi internal dapat diketahui melalui tinjauan potensi dan masalah, sementara kondisi eksternal diketahui dengan cara peninjauan dari sisi peluang dan ancaman. Analisis SWOT yang diharapkan mampu mengidentifikasi karakteristik BUM Desa Binangun Jati Unggul. Analisis SWOT meliputi, Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman:

1. Kekuatan

- a) BUM Desa dapat mengatur harga padi para petani dengan cara membeli hasil panen dengan harga yang layak. Hal ini mengakibatkan harga padi para petani menjadi stabil.
- b) Desa Jatirejo memiliki potensi pemuda yang dapat memberikan kontribusi melalui inovasi dan kreativitas.
- c) Memiliki lembaga pertanian seperti gapoktan, dan kelompok tani.
- d) Antusias masyarakat yang tinggi dalam mengembangkan unit usaha BUM Desa.
- e) Dukungan yang diberikan melalui kerjasama antara pihak swasta/pemerintah. Adanya Mou dalam melakukan penjualan produk beras.

2. Kelemahan

- a) BUM Desa Binangun Jati Unggul mengalami keterbatasan modal dalam membeli padi petani.
- b) Banyak para pemuda yang merantau.
- c) Lembaga pertanian yang pasif.
- d) Minimnya pengetahuan masyarakat dalam mengelola BUM Desa
- e) Pemasaran BUM Desa memiliki cakupan pangsa pasar yang masih lokal dan terbatas. Hal ini membuat BUM Desa sulit untuk memajukan unit usahanya.

3. Peluang

- Kesejahteraan petani meningkat.
- Para pemuda yang masih memiliki produktifitas tinggi dalam membangun daerah sendiri. BUM Desa dapat menciptakan lapangan pekerjaan.
- Sinergitas antar lembaga semakin rukun dan membuat masyarakat aktif dalam kegiatan apapun.
- Masyarakat memiliki jiwa *entrepreneurship*.
- Pangsa pasar semakin luas melalui teknologi.

4. Ancaman

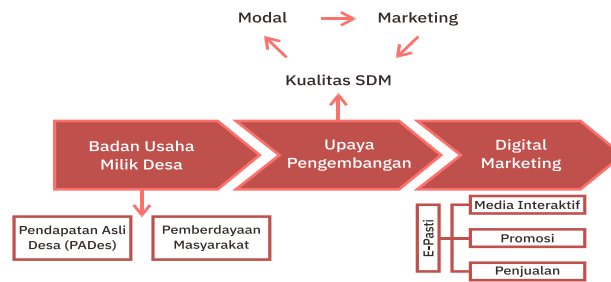
- Keberadaan BUM Desa Binangun Jati Unggul terdapat perselisihan antara BUM Desa dengan mafia tengkulak. Para tengkulak mengatasnamakan organisasi yang dijalankan oleh segelintir orang berusaha menahan BUM Desa untuk tidak membeli hasil padi petani.
- BUM Desa tidak berjalan dengan optimal karena kurangnya inovasi baru.
- Mindset* petani masih menjual pada tengkulak.
- Tidak pedulinya masyarakat dalam memajukan unit usaha BUM Desa.
- Keterbatasan pengguna dalam menggunakan teknologi.

Tabel 1. Matriks S.W.O.T

E/I	S	W
	Strategi S-O	Strategi W-O
O	<ol style="list-style-type: none"> Kerjasama antar BUM Desa dengan Petani. Kolaborasi antar lembaga dalam mengadakan kegiatan-kegiatan festival dalam mengangkat potensi lokal. Pelibatan kegiatan pertanian dengan lembaga pertanian di desa. Melakukan pendampingan terhadap UMKM. Peningkatan fasilitas, sarana dan prasarana penunjang operasional. 	<ol style="list-style-type: none"> Upaya meningkatnya modal BUM Desa melalui pengajuan proposal dana hibah yang diselenggarakan pemerintah. Pemberian kesempatan kerja bagi para pemuda agar tidak merantau. Pendampingan terhadap kelembagaan pertanian. Pelatihan atau <i>workshop</i> dan studi banding bagi para pengelola BUM Desa Menyusun Bisnis Plan dan pemasaran melalui <i>e-commerce</i>.
T	<ol style="list-style-type: none"> Penguatan Regulasi hukum terhadap para tengkulak. Mengadakan kegiatan lomba kreativitas dan inovatif BUM Desa Meningkatkan kepercayaan hubungan BUM Desa terhadap para petani agar tidak menjual padi ke tengkulak. Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> kepada masyarakat. Kerjasama dalam pembuatan sistem aplikasi dengan pihak swasta. 	<ol style="list-style-type: none"> Pengumpulan saham masyarakat untuk meningkatkan kapasitas dalam mengembangkan bisnis usaha. Memberikan wadah ruang diskusi bagi para pemuda dalam menunjukkan kemampuan dalam berinovasi mengembangkan BUM Desa. Mengadakan pertemuan rutin lembaga pertanian. Penataan struktur organisasi BUM Desa Pendampingan dan sosialisasi terhadap penggunaan aplikasi elektronik pasar tani e-pasti kepada masyarakat.
	Strategi S-T	Strategi W-T

III.2. Model Pengembangan BUM Desa Berbasis Digital Marketing

BUM Desa sulit untuk berkembang maju karena pemasaran BUM Desa yang masih stagnan. Pemasaran BUM Desa yang pasif membuat barang produk yang dijual tidak mengalami kenaikan yang signifikan. BUM Desa perlu melakukan penyesuaian terhadap perkembangan zaman yang serba canggih. Peluang BUM Desa untuk berkembang pesat dapat mengoptimalkan peran pemuda desa dan masyarakat yang penuh dengan kreativitas, inovasi dan cepat beradaptasi dengan teknologi baru dalam mewujudkan masyarakat ekonomi modern memiliki daya saing yang kuat. Berikut model pengembangan BUM Desa berbasis *digital marketing*:



Gambar 1. Model Pengembangan BUM Desa Berbasis Digital Marketing

III.2.1. Kontribusi BUM Desa terhadap desa

BUM Desa yang sukses dilatar belakangi atas tujuan mengatasi permasalahan kompleks pada kehidupan masyarakat. Banyak BUM Desa yang didirikan tidak atas dasar permasalahan yang ada di masyarakat. Jika BUM Desa berdiri berdasarkan permasalahan maka akan mendapatkan *support* dari masyarakat dan pemerintah desa yang memiliki keinginan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Pada hakikatnya kontribusi BUM Desa dalam meningkatkan ekonomi pedesaan sangat besar, namun masih banyak desa yang belum menyadari hal tersebut. Kontribusi BUM Desa terhadap desa diantaranya sebagai berikut:

a. Sumber Pendapatan Asli Desa (PADes)

Peran BUM Desa menyelenggarakan pelayanan dan menjadi sumber penghasilan asli desa (PADes). Peran sentral BUM Desa sangat penting dalam meningkatkan pendapatan para petani serta BUM Desa akan menjadi kekuatan sumber pendapatan asli desa. BUM Desa dapat memberikan persentase keuntungan yang diperoleh untuk PADes sesuai dengan AD-ART BUM Desa masing-masing.

BUM Desa dapat maju atas dasar kontribusi dari pemerintah yang memberikan dukungan dalam menjalankan sebagian wewenang yang diberikan. Dalam pengelolaan unit usaha, BUM Desa dapat mengelola aset pemerintah desa agar dapat bermanfaat bagi masyarakat setempat. Kekayaan aset yang dimiliki pemerintah desa dikelola oleh BUM Desa sehingga menjadi keuntungan sumber Pendapatan Asli Desa.

b. Pemberdayaan Masyarakat

Sistem pengelolaan BUM Desa harus benar-benar diterapkan sesuai filosofi BUM Desa. Pada dasarnya BUM Desa dikembangkan bukan hanya untuk mengejar aspek keuntungan atau *profit oriented* sehingga penting dalam berorientasi pada pemberdayaan masyarakat setempat. Unit usaha BUM Desa dapat menyerap tenaga kerja yang berasal dari pekerja desa itu sendiri sehingga perekonomian desa dapat meningkat. Langkah strategis yang ditempuh adalah memberdayakan masyarakat khususnya pemuda dalam upaya meningkatkan *knowledge* dan *skill* yang dimiliki. Pemberdayaan masyarakat bertujuan membentuk karakter masyarakat yang berjiwa wirausaha (*entrepreneur*) sebagai modal membangun kelembagaan ekonomi pertanian.

Pembangunan ekonomi pada hakikatnya mencari pemerataan pembangunan antar generasi pada masa kini maupun mendatang. BUM Desa mempunyai tujuan memberdayakan masyarakat tertinggal dan berpenghasilan rendah, memperluas kesempatan berusaha, meningkatkan kesejahteraan dan membuka lapangan kerja. BUM Desa dapat menjadi penggerak dan memberikan dukungan terhadap Gabungan kelompok tani (gapoktan), kelompok tani dan karang taruna untuk lebih aktif. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kerjasama antar lembaga desa. Koordinasi dalam kegiatan-kegiatan pemberdayaan seperti pelatihan dan pendampingan UMKM dapat dijalankan dengan baik.

III.2.2. Upaya Pengembangan BUM Desa

a. Pelatihan bagi pengurus dan karyawan BUM Desa

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) sangat penting dalam meningkatkan *Soft Skill* dan *Hard Skill* bagi para pelaku usaha. Pengurus dan karyawan BUM Desa

notabene tidak memiliki latar belakang di bisnis. Banyak karyawan BUM Desa yang berasal dari masyarakat biasa yang belum biasa sehingga belum terbiasa untuk melakukan kegiatan pelayanan. Hal ini perlu untuk melakukan pembekalan bagi pelaku usaha BUM Desa.

Pengelolaan BUM Desa membutuhkan komitmen bagi para pengurus maupun karyawan dalam bekerja penuh waktu (*full time*), dengan tidak menjadikan BUM Desa sebagai pekerjaan sampingan. Profesionalisme dalam berbisnis akan cepat memajukan BUM Desa. Dalam meningkatkan skill dengan kegiatan sosialisasi, pelatihan, *workshop*, studi banding dan kegiatan-kegiatan pendampingan dapat diterapkan. Hal ini bertujuan agar pelaku usaha dapat membawa perubahan positif dalam membangun BUM Desa yang profesional.

b. Peningkatan Modal Unit Usaha BUM Desa

Pengembangan BUM Desa merupakan upaya dalam meningkatkan kesejahteraan para petani dan masyarakat. Keberadaan BUM Desa sangat penting dalam menggali potensi dan peluang masa depan perekonomian desa. Pemerintah pusat pada dasarnya mendorong perekonomian desa melalui program bantuan dana desa. Modal utama dalam menjalankan unit usaha BUM Desa sepenuhnya berasal dari pemerintah desa melalui dana desa. BUM Desa berhak mendapatkan modal dari dana desa guna mengembangkan unit usahanya dan berkontribusi dalam pengelolaan BUM Desa. Dana desa yang bersumber dari APBN diperuntukkan bagi desa yang ditransfer melalui APBD kabupaten/kota dengan prioritas peruntukannya adalah pelaksanaan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat desa.

Menurut Undang-Undang No. 6 tahun 2014 tentang Desa, tujuan dari dana desa, antara lain: (1) meningkatkan pelayanan publik di desa; (2) mengentaskan kemiskinan; (3) memajukan perekonomian desa; (4) mengatasi kesenjangan pembangunan antar desa; dan (5) memperkuat masyarakat desa sebagai subyek dari pembangunan. Penyaluran dana desa melalui Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) akan berpengaruh dalam memajukan BUM Desa. Hal ini perlu untuk melakukan pembenahan diri internal BUM Desa selain dana desa difokuskan untuk pengembangan unit usaha, perlu peningkatan kualitas SDM, dan pembangunan sarana dan prasarana yang memadai.

Penyertaan modal BUM Desa dapat mengoptimalkan program pemerintah seperti dana hibah yang diberikan oleh dari kementerian maupun pihak tingkat kabupaten, provinsi dan pusat. Keterbatasan modal menjadi hambatan BUM Desa dalam mengembangkan usahanya. BUM Desa dapat melakukan upaya pengumpulan modal yang dilakukan dari masyarakat sebagai investor. BUM Desa dapat mewajibkan dari pihak pengurus desa untuk memulai dan yakin membangun usaha untuk ditujukan kepada masyarakat bahwa BUM Desa mampu untuk maju dan mendatangkan hasil yang baik.

Pemerintah desa dapat menanamkan rasa memiliki dan membangun BUM Desa dengan mengajak tokoh masyarakat, kepala dusun ketua RT/RW agar ikut melakukan pengumpulan modal investasi dengan bentuk saham masyarakat. Hal ini sebagai langkah untuk meyakinkan masyarakat untuk dapat melakukan hal yang sama dilakukan oleh para perangkat desa untuk berinvestasi membangun BUM Desa.

c. Pemasaran

Pemasaran secara manual sudah tidak relevan lagi untuk diterapkan. Saat ini banyak perusahaan-perusahaan yang berdiri seperti startup atau perusahaan rintisan dan *e-commerce* mengandalkan pemasaran secara *online*. Hal ini menyesuaikan kebutuhan masyarakat yang saat ini menginginkan hal yang praktis dan mudah maka dengan demikian pemasaran secara online sangat tepat untuk digunakan oleh BUM Desa. Pemasaran BUM Desa meningkatkan interaksi dan menjangkau pasar lebih luas.

III.2.3. Digital Marketing

Digital marketing merupakan upaya pengembangan sistem pemasaran produk berbasis *online*. Penerapan teknologi digital membentuk saluran penghubung antara pembeli dan penjual dalam suatu pasar. Digital marketing yang berbasis aplikasi dapat berguna bagi masyarakat sehingga proses kegiatan jual beli dapat dilakukan dimana

saja dan kapan saja tanpa ada batasan waktu. Hal ini BUM Desa perlu mencontoh beberapa *e-commerce* yang berkembang pesat.

Teknologi menghasilkan sarana yang semakin canggih mengakibatkan pemasaran menjadi cepat dan mudah. Tujuannya agar dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan pelayanan. *Digital marketing* dapat membranding produk unggulan yang dimiliki oleh BUM Desa, sehingga tidak kalah bersaing dengan produk kompetitor. Adapun tujuan dari adanya penerapan digital marketing pada BUM Desa adalah:

a. Media Interaksi

Digital marketing telah memberikan wadah interaksi berupa media komunikasi. Pemasaran berbasis *online* akan membuat para pelaku usaha dan masyarakat khususnya petani akan semakin aktif sehingga hubungan akan terjalin dengan baik. Sebagai media *digital marketing* dapat melihat pasar, pangsa pasar yang menjadi targetnya.

b. Promosi

Pemasaran pariwisata merupakan elemen sangat penting dalam mengenalkan produk BUM Desa. BUM Desa pada saat ini berusaha menjalin kerjasama dan berlomba-lomba dalam mengenalkan produk pada masyarakat. Jika produk dapat dikenal luas oleh masyarakat akan mendatangkan nilai positif bagi penjualan BUM Desa.

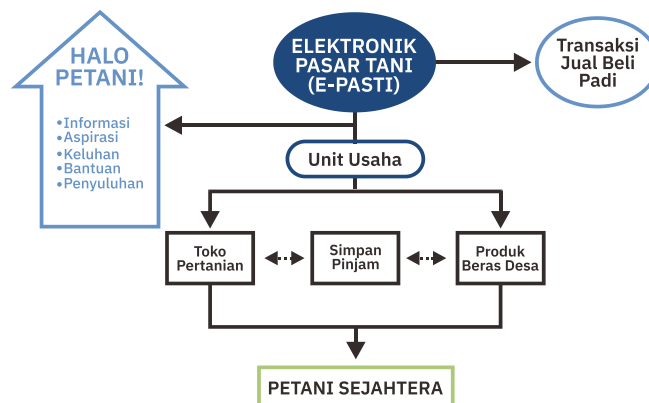
c. Penjualan

Pemasaran melalui digital marketing akan mempercepat dan memperluas proses penjualan produk unit usahanya. Masyarakat tinggal memilih produk-produk pada katalog sampai dengan membayar produk tersebut melalui aplikasi e-pasti dan produk dapat dikirim bahkan dengan biaya bebas ongkos kirim. Sistem digital marketing sangat tepat untuk diterapkan masa kini karena dapat memperluas pangsa pasar produk BUM Desa dalam melakukan interaksi dengan masyarakat, melakukan kegiatan promosi dan penjualan.

III.3. Skema Inovatif Aplikasi Elektronik Pasar Tani (E-pasti)

Peran aktif dari pemerintah dan petani sangat diperlukan dalam menarik minat pemuda mengembangkan bidang usaha bisnis pertanian. Keikutsertaan pemuda diharapkan dapat membawa perubahan positif bagi kehidupan para petani. Potensi pemuda dan teknologi harus dapat mengoptimalkan pemasaran BUM Desa melalui penerapan *digital marketing* sebagai alat pemasaran. Dengan adanya sistem penjualan yang berbasis *online* diharapkan dapat memperluas segmen pasar produk BUM Desa yang tidak hanya pada skala lokal tetapi meningkat sampai skala nasional bahkan internasional.

Inovasi aplikasi elektronik pasar tani atau e-pasti merupakan alat pemasaran yang menggunakan aplikasi berbasis web. Dalam mengoperasikan aplikasi tersebut perlu menggunakan akses jaringan. Pasar tani sebagai tempat media penghubung antara BUM Desa dengan para petani dalam memenuhi kebutuhan pertanian. Aktivitas pemasaran melalui *online* dapat jangkauan dalam berinteraksi semakin luas. Berikut skema pemasaran melalui aplikasi e-pasti:



Gambar 2. Skema Aplikasi e-Pasti

Penggunaan *digital marketing* sebagai sistem pemasaran ekonomi modern dianggap efektif dan efisien pada era masa kini. Pelopor pemuda sebagai *agent of change* diharapkan membawa perubahan positif dalam mengatasi permasalahan para petani dengan mengembangkan BUM Desa dengan menerapkan aplikasi e-pasti. Komponen yang ada pada e-pasti merupakan kebutuhan petani yang memiliki keterkaitan satu sama lain. Penjelasan komponen dari aplikasi e-pasti dapat dilihat sebagai berikut:

1. Transaksi jual beli padi

Keberadaan BUM Desa sangat kuat dalam mengatur harga pasar padi agar tetap stabil. Upaya tersebut untuk memutus distribusi padi oleh para tengkulak yang membeli padi petani dengan harga rendah, lalu menjualnya lagi dengan harga tinggi. Oleh karena itu, dengan memberantas para tengkulak padi maka harga jual padi petani memiliki harga jual yang tinggi. BUM Desa sebagai penyedia sarana atau tempat bagi para petani dalam menjual hasil panen padi yang melimpah. Komponen transaksi jual beli padi yang ada di aplikasi e-pasti merupakan sarana bagi para petani dalam menjual hasil panen pada BUM Desa sehingga dalam prosesnya menjadi mudah dan cepat.

Petani yang ingin menjual padi atau gabahnya dapat menginformasikan atau memanggil pihak BUM Desa untuk dapat meninjau padi yang akan dijual melalui E-pasti karena memiliki jaringan yang lebih luas. Meskipun pada akhirnya proses jual beli padi dilakukan secara langsung atau manual akan tetapi pihak petani dan BUM Desa dapat saling terhubung melalui aplikasi tersebut.

2. Halo petani

Halo petani merupakan wadah dalam meningkatkan partisipasi petani. Petani dapat mengkonsultasikan terkait permasalahan dalam mengelola pertaniannya. Hal ini agar aspirasi petani dapat terwadahi melalui BUM Desa. E-pasti memberikan layanan bagi petani atau masyarakat dalam melakukan diskusi dan *sharing* terkait kondisi pertanian di wilayahnya. Halo petani meliputi layanan aspirasi, keluhan, bantuan dan informasi serta penyuluhan dalam mengelola pertanian dengan baik serta kegiatan pemerintah desa dan BUM Desa dapat disampaikan melalui aplikasi e-pasti dengan cepat.

3. Unit Usaha BUM Desa

Unit usaha BUM Desa bergerak pada bidang pertanian sepenuhnya memiliki peran dalam mengangkat potensi desa. Unit usaha dapat saling berkesinambungan memenuhi kebutuhan para petani. Pengembangan unit BUM Desa berfokus pada pengembangan toko pertanian, simpan pinjam dan produk beras. Aplikasi e-pasti berperan sebagai media interaksi dalam menjembatani antara BUM Desa dengan petani melalui layanan sebagai berikut:

Tabel 2. Pengembangan Unit Usaha BUM Desa

Unit Usaha	Rincian Produk
Toko Pertanian	Pembagian pupuk gratis
	Penyemprotan hama gratis
	Pupuk
	Pupuk bersubsidi
	Obat pembasmi hama
	Peralatan pertanian
	Penyewaan alat pertanian: traktor, mesin pompa air, penggiling gabah.
Simpan Pinjam	Tabungan Masyarakat
	Kredit modal usaha petani
	Bunga 1 %
Produk Beras	Kredit tanpa agunan
	Beras berkualitas
	Subsidi beras murah

Dari tabel diatas, dapat dilihat pengembangan pada unit usaha BUM Desa dengan rincian produk sebagai upaya menjawab permasalahan masyarakat. Upaya yang dilakukan dalam mengembangkan unit usaha BUM Desa yaitu dengan menerapkan sistem pemasaran *online* melalui aplikasi e-pasti sebagai berikut:

1. Toko pertanian

Toko pertanian sebagai upaya mengatasi permasalahan petani dalam mengelola padi dari mulai perawatan dan sebagainya tentu diharapkan melalui toko pertanian dapat membantu petani. Jenis usaha BUM Desa menjual alat pertanian, obat pembasmi hama dan penyakit tanaman, pupuk dan benih serta program subsidi pupuk kepada petani.

2. Simpan pinjam

Simpan pinjam sebagai unit usaha BUM Desa yang bergerak di bidang jasa keuangan. Simpan pinjam dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menabung. Selain itu, simpan pinjam berperan dalam memenuhi kebutuhan para petani, khususnya bagi petani yang memiliki keterbatasan modal dalam mengembangkan usahanya. Unit usaha simpan pinjam memiliki keunggulan yang lebih unggul dari pada masyarakat menabung atau meminjam uang di Bank. Persyaratan yang diberlakukan pada unit usaha simpan pinjam BUM Desa dapat lebih mudah dan tanpa ribet serta bunga yang rendah. Simpan pinjam mengedepankan asas kekeluargaan, gotong royong dan ekonomi kerakyatan sehingga masyarakat dapat terbantu dengan unit usaha tersebut.

3. Produk beras desa

Produk beras desa merupakan jenis usaha koperasi yang dijual *offline* dan *online* melalui aplikasi e-pasti dalam menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. BUM Desa mengolah hasil pembelian padi dari para petani menjadi produk beras desa karena lebih tinggi nilai jualnya. Proses produksi beras mulai dari penggilingan, pengepakan dan pemasaran produk beras desa dengan melibatkan petani, masyarakat atau ibu rumah tangga, maka akan terciptanya *home industry* yang menjadi sumber pendapatan baru bagi masyarakat.

Upaya dalam menerapkan aplikasi e-pasti dinilai sangat tepat untuk memasarkan produk-produk pertanian menjadi semakin luas. Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat semua transaksi jual beli sangat cepat dilakukan. E-pasti sebagai suatu wadah dalam menciptakan masyarakat ekonomi modern. Terciptanya masyarakat ekonomi modern maka kesejahteraan petani padi dapat tercapai.

Kelemahan dalam menerapkan sistem tersebut terletak pada jaringan internet yang minim, menghambat proses transaksi aplikasi tersebut. Peran masyarakat atau petani yang masih memiliki kendala terhadap gagap teknologi (*gaptek*), masyarakat belum terbiasa terhadap sistem yang baru dan memerlukan waktu untuk beradaptasi. Hal ini diperlukannya pendampingan dan sosialisasi mendalam pada masyarakat sehingga dapat dapat memahami dan menjalankan aplikasi tersebut dengan baik.

IV. Kesimpulan

Permasalahan yang dihadapi di Desa Jatirejo mengarah pada pengelolaan potensi pertanian yang belum optimal. Desa Jatirejo membentuk sebuah lembaga desa melalui BUM Desa Binangun Jati Unggul memiliki peran yang sangat strategis dalam membangun potensi daerah, mengurangi kemiskinan, membuka kesempatan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya petani. Lembaga yang sukses akan mampu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh para petani. Dalam perjalanannya BUM Desa sulit untuk berkembang karena berbagai polemik seperti keterbatasan modal, minimnya kualitas sdm dan pemasaran yang kurang efektif.

Salah satu langkah yang strategis, melalui inovasi model pengembangan BUM Desa berbasis digital marketing. Kontribusi BUM Desa sangat diharapkan dapat menjadi sumber pendapatan asli desa, dimana BUM Desa dapat memanfaatkan aset desa untuk kemakmuran masyarakat. BUM Desa sebagai wadah dalam memberdayakan

masyarakat serta mengaktifkan lembaga pertanian lainnya seperti gapoktan, kelompok tani dan karang taruna.

Upaya pengembangan BUM Desa dapat memfokuskan pada peningkatan modal yang bersumber dari selain dana desa yaitu mengajak masyarakat untuk menabung saham di BUM Desa. Hal ini sebagai bentuk kepedulian bersama untuk BUM Desa lebih maju. Kedua, sebagai pihak pengelola BUM Desa perlu mempersiapkan kualitas sdm melalui pendampingan dan pelatihan dalam berbisnis. Pemasaran BUM Desa tidak hanya berfokus pada sistem penjualan manual tetapi perlu untuk memasuki dunia digital sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Digital marketing sebagai sarana BUM Desa sebagai media interaksi bentuk partisipasi dalam membuka ruang publik bagi masyarakat.

E-pasti sebagai alat pemasaran *online* atau *e-commerce* yang tujuannya untuk menghubungkan BUM Desa sebagai pihak pemerintah desa dengan masyarakat. BUM Desa mengoptimalkan produk-produk unit usaha BUM Desa dan menampung aspirasi para petani dan sebagai sarana komunikasi dan informasi terkait pengelolaan pertanian. Unit usaha yang dikembangkan memiliki hubungan yang saling berkaitan yaitu pertama, unit usaha toko pertanian menjawab permasalahan petani dalam mengelola usaha pertaniannya, kedua, unit usaha simpan pinjam sebagai upaya dalam mengatasi keterbatasan modal petani, ketiga produk beras desa sebagai pemenuhan kebutuhan makanan pokok sehari-hari.

Inovasi aplikasi e-pasti sebagai model alternatif yang ditawarkan dalam mengembangkan Unit Usaha BUM Desa. Pertanian masih menjadi sektor yang sangat potensial untuk membangun perekonomian desa. Perhatian khusus pemerintah sangat penting dalam meningkatkan peran partisipasi masyarakat khususnya generasi muda sebagai subyek pembangunan. Kreativitas dan inovasi generasi muda merupakan modal dalam memajukan usaha bisnis pertanian melalui teknologi.

Ucapan Terima Kasih

Penulis Mengucapkan terimakasih kepada seluruh Perangkat Desa, BUM Desa Binangun Jati Unggul, dan Masyarakat Desa Jati Rejo yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data penelitian.

Daftar Referensi

- Akbar, M. Faisal. (2017). "Analisa Kontribusi Sektor Pertanian Terhadap Perekonomian Indonesia". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. <https://ejournal.unmus.ac.id/index.php/ekosos/article/view/649>
- Anggraeni, Maria Rosa Ratna Sri. Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Pada Kesejahteraan Masyarakat Pedesaan Studi Pada Bumdes Di Gunung Kidul, Yogyakarta. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. <https://doi.org/10.24002/modus.v28i2.848>
- Anwar. Muhammad Choirul. (2019). Jokowi Geram Ribuan BUM Desa Mangkrak, Ini Kata Kakak Cak Imin. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20191211170236-4-122287/jokowi-geram-ribuan-BUM-Desa-mangkrak-ini-kata-kakak-cak-imin>
- Badan Pusat Statistik. Tenaga Kerja Informal Sektor Pertanian 2018-2020. <https://www.bps.go.id/indicator/6/1171/1/persentase-tenaga-kerja-informal-sektor-pertanian.html>
- Creswell, John W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. <https://pustakapelajar.co.id/buku/research-design-pendekatan-metode-kualitatif-kuantitatif-dan-campuran-ed-4/>
- Hamka, Abdul Wahid Al Mubarraq. Irwanti Said dan Sakaruddin. "Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUM DESA) dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Terapung". *Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam*. Makasar: UIN Alauddin Makasar.
- Hutabarat, Hermanto. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Petani Dalam Penjualan Padi Ke Tengkulak di Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas*. Banyumas: Akademi Pertanian HKTI Banyumas. <https://media.neliti.com/media/publications/42068-ID-analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-petani-dalam-penjualan-padi-ke-tengkulak.pdf>
- Keputusan Kepala Desa Jatirejo Nomor 8 Tahun 2006 tentang Pendirian Lembaga Keuangan Mikro Binangun Jatirejo
- Keumala, Cut Muftia dan Zamzami Zainuddin. (2018). Indikator Kesejahteraan Petani melalui Nilai Tukar Petani (NTP) dan Pembiayaan Syariah sebagai Solusi. *Jurnal Ekonomi Islam*. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/download/2108/1721>
- Kresnawati & Hanila, S. (2019). Strategi Inovasi Bumdes Dalam Meningkatkan Potensi Dan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Pesisir Kabupaten Seluma Dengan Metode Criterium Plus – AHP. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. <https://doi.org/10.33369/insight.14.2.195-209>

- Nursan, Muhammad. Utama, Aeko Fria. (2019). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Berbasis Pertanian di Kabupaten Sumbawa Barat. Universitas Mataram. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jsea/article/download/37726/75676584533>
- Peraturan Bupati Kulon Progo Nomor 54 Tahun 2015 tentang Pedoman Tata Cara Pendirian dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/21287>
- Peraturan Desa Jatirejo Nomor 5 Tahun 2007 tentang Pemisahan Kekayaan Desa untuk Modal Pendirian Lembaga Keuangan Mikro (LKM).
- Peraturan Desa Nomor 4 Tahun 2016 tentang Badan Usaha Milik Desa Binangun Jati Unggul Jatirejo
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi No 4 Tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa. https://jdih.kemendes.go.id/index.php?katalog/peraturan_menteri_desa_pembangunan_daerah_tertinggal_dan_transmigrasi_nomor_4_tahun_2015
- Rachmawati, Fitri. (2018). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. http://digilib.uinsby.ac.id/26290/2/Fitri%20Rachmawati_B96214120.pdf
- Rapitasari, Diana. (2016). Digital marketing berbasis aplikasi sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. Surabaya: Universitas Bhayangkara. <http://cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/download/36/35>
- Satya, Venti Eka. (2016). "Anomali Fluktuasi Harga bahan Pangan di Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPRRI. https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info%20Singkat-VIII-3-I-P3DI-Februari-2016-80.pdf
- Sejarah BUM Desa Binangun Jati Unggul. <https://BUMDesajatiunggul.id/tentang-BUMDesa-binangun-jati-unggul/> (diakses pada tanggal 4 September 2020).
- Sembiring, Sentosa. (2017). Keberadaan Badan Usaha Milik Desa Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa. *Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum*. Bali: Universitas Udayana. https://www.researchgate.net/publication/319060513_KEBERADAAN_BADAN_USAHA_MILIK_DESA_DALAM_MENINGKATKAN_PENDAPATAN_ASLI_DESA/link/598dae7b458515c333afe144/download
- Syahza, Almasdi. (2003). *Paradigma Baru: Pemasaran Produk Pertanian Berbasis Agribisnis di Daerah Riau*. (PPKPEM) Universitas Riau. <https://repository.unri.ac.id/jspui/bitstream/123456789/3006/1/almasdi9.pdf>
- Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. https://www.kpk.go.id/images/pdf/uu%20pip/UU_ITE%20no%2011%20Th%202008.pdf
- Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. <https://e-ppid.kemenkeu.go.id/api/Medias/8d36d678-0378-47d3-95be-0ae66745d562>
- Undang-Undang No. 6 tahun 2014 tentang Desa. https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU_2014_6.pdf