

STRATEGI PENGELOLAAN PASAR DESA OLEH BADAN USAHA MILIK DESA GALUH RAHAYU DI DESA RAKSABAYA KECAMATAN CIMARAGAS KABUPATEN CIAMIS

Rida Veronika¹, Tatang Parjaman², Lina Marliani³

Universitas Galuh Ciamis^{1,2,3}
E-mail : ridaveronika2000@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi dengan belum optimalnya Strategi Pengelolaan Pasar Desa oleh Badan Usaha Milik Desa Galuh Rahayu di Desa Raksabaya Kecamatan Cimaragas Kabupaten Ciamis. Hal ini diketahui dari masih minimnya pengetahuan dari pihak pengelola pasar, sistem manajemen pasar yang dikelola BUMDes belum benar-benar terpisah dengan pemerintah desa, dan belum adanya inovasi produk yang dilakukan oleh BUMDes. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Strategi Pengelolaan Pasar Desa oleh Badan Usaha Milik Desa Galuh Rahayu di Desa Raksabaya Kecamatan Cimaragas Kabupaten Ciamis. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi. Sumber data terdiri dari data primer dengan 8 orang informan dan data sekunder. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Strategi Pengelolaan Pasar Desa oleh Badan Usaha Milik Desa Galuh Rahayu yang diukur dengan empat dimensi, belum dapat berjalan optimal. Hal tersebut terjadi karena masih terdapat beberapa hambatan, yaitu kurangnya pengetahuan dari pengurus BUMDes dalam menguasai dunia usaha, sedikitnya kepercayaan masyarakat sehingga sulit untuk memperluas pasar desa, kurangnya keterampilan dalam mengembangkan teknologi komunikasi untuk membantu promosi. Untuk mengatasi hambatan tersebut dilakukan dengan memprioritaskan memilih pengelola BUMDes yang mengetahui dunia usaha, menjalin kemitraan bersama agar bisa memperluas pasar desa sehingga mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, melakukan pelatihan dalam mengembangkan teknologi untuk membantu promosi.

Kata Kunci : Strategi, Pengelolaan, Pasar Desa.

PENDAHULUAN

Pemerintah kali ini memperkenalkan strategi dengan konsep baru yang dapat mengakselerasi dan meningkatkan ekonomi di pedesaan yaitu terciptanya lembaga ekonomi yang sepenuhnya dikelola

oleh masyarakat yaitu masyarakat pedesaan yakni Badan Usaha Milik Desa. BUMDes salah satu program yang pada tahun 2017 menjadi fokus Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (DPDTT) untuk mewujudkan desa

mandiri dan sejahtera. Kebijakan pemerintah terhadap BUMDes tertuang dalam UU Desa No. 6, Pasal 87 Tahun 2014, dimana desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang dapat melakukan usaha komersil yang dijalankan secara gotong royong dengan semangat.

Di Desa Raksabaya sendiri telah ada Badan Usaha Milik Desa yang bernama Galuh Rahayu. Dimana salah satu unit usahanya yaitu Pasar Desa Raksabaya yang dalam pengelolaannya melibatkan BUM Desa Galuh Rahayu, Pemerintah Desa dan masyarakat sekitar. Guna meningkatkan Pendapatan Desa, Pasar Desa Raksabaya mempunyai luas lahan 1.500 m². harga sewa kios ukuran besar seharga Rp. 4.000.000 / tahun, sedangkan kios ukuran kecil seharga Rp. 3.000.000 / tahun. Untuk harga sewa los seharga Rp. 5.000/ hari.

Pasar Desa Raksabaya dalam pengelolaannya masih memiliki beberapa permasalahan seperti sarana dan prasarana yang kurang memadai, keterbatasan anggaran yang dimiliki Pemerintah Desa untuk pengembangan pasar desa, kios pedagang yang belum tertata, dan adanya pasar modern atau pasar yang dimiliki oleh pribadi. Dalam mengatasi permasalahan tersebut, maka strategi yang tepat perlu dilakukan untuk pasar desa Raksabaya agar dapat berkembang dan mampu bersaing dengan pasar modern. Perlunya penyesuaian strategi pengelolaan pasar desa dimana strategi tersebut dapat sesuai dengan kondisi di lingkungan

pasar Desa Raksabaya yang dapat berguna dalam mengatasi dan mencegah masalah yang timbul di masa yang datang. BUM Desa Galuh Rahayu telah menyusun beberapa strategi yang berkaitan dengan pengelolaan pasar desa Raksabaya, namun dalam pelaksanaannya masih belum optimal karena ada beberapa faktor yang menjadi kendala.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan, diketahui bahwa Strategi Pengelolaan Pasar Desa oleh Badan Usaha Milik Desa Galuh Rahayu belum optimal, hal itu terlihat dari adanya beberapa indikator sebagai berikut :

1. Minimnya pengetahuan dari pihak pengelola pasar. Hal ini terlihat dari tidak adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas dari Pemerintah Desa dan pengelola belum mengetahui mengenai siklus pembukuan atau hal lain yang berhubungan dengan akuntabilitas keuangan pasar desa.
2. Sistem manajemen pasar yang dikelola BUMDes belum benar-benar terpisah dengan pemerintah desa, sehingga perangkat desa masih kurang paham tentang pengelolaan BUMDes karena masih menyatu dengan pemerintahan desa
3. Belum adanya inovasi produk yang dilakukan oleh BUMDes. Terlihat dari kurang beragamnya barang yang dijual sehingga masyarakat lebih tertarik membeli barang di pasar modern/ warung grosir serta kurangnya minat masyarakat untuk

ikut andil dalam mengembangkan pasar sehingga mengakibatkan pasar tidak berkembang dengan optimal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Pengelolaan Pasar Desa oleh Badan Usaha Milik Desa Galuh Rahayu di Desa Raksabaya Kecamatan Cimaragas Kabupaten Ciamis?

METODE PENELITIAN

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan dan studi lapangan yang terdiri dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu siapa subjek yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan (Silalahi, 2012).

Adapun informan yang dilibatkan dalam penelitian ini terdiri dari 8 informan yaitu Kepala Desa Raksabaya, Sekretaris Desa, BPD, Ketua BUMDes, Pengurus BUMDes, 2 Tokoh Masyarakat, Tokoh Pemuda. Selanjutnya setelah data diperoleh maka dilakukan pengolahan data melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun untuk mengetahui Strategi Pengelolaan Pasar Desa oleh Badan Usaha Milik Desa Galuh Rahayu di Desa Raksabaya Kecamatan

Cimaragas Kabupaten Ciamis dapat diukur menggunakan Analisis SWOT menurut Sedarmayanti (2021: 109) yakni *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan) lingkungan internal, *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) lingkungan eksternal, yang dijadikan sebagai dimensi atau tolak ukur dalam penelitian ini.

1. Strengths (kekuatan)

Kekuatan merupakan sumber daya/kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya.

Dalam penelitian dimensi *Strengths* (Kekuatan) terdapat 5 indikator yang digunakan yaitu letak lokasi pasar desa yang strategis, sumber daya manusia yang memadai dan handal, pengunjung relatif stabil, daya tarik pasar desa yang tinggi, potensi berkembang cukup tinggi

Hasil penelitian dalam dimensi *Strengths* (Kekuatan) diatas sejauh ini belum berjalan dengan optimal. Dilihat dari kelima indikator di atas, terdapat tiga indikator yang sudah optimal yaitu pada strategi letak lokasi pasar yang strategis, daya tarik pasar desa, dan potensi pasar yang berkembang. Namun terdapat dua indikator belum optimal yang masih terkendala dalam pelaksanaannya, seperti pada upaya pihak BUMDes agar tersedianya sumber daya manusia yang memadai dan handal karena tidak memiliki kemampuan untuk bekerja dalam tim

atau berkomunikasi dengan baik dengan pengurus lain. Sehingga terjadi mis komunikasi dalam mengurus pasar desa dan pengunjung yang datang ke pasar desa kurang begitu stabil.

Adapun yang menjadi hambatan dalam hal ini yaitu kurangnya profesionalisme dari pengelola karena budaya organisasi yang tidak mendukung nilai-nilai profesionalisme, maka pengelola beranggapan bahwa tidak ada yang salah dengan perilaku yang tidak profesional dan rendahnya minat atau keterlibatan dari pedagang lokal karena pasar desa belum cukup dikenal atau kurang dipromosikan.

Untuk mengatasi hambatan tersebut yakni dengan melakukan evaluasi kerja agar lebih produktif, terampil dan berkompeten dan melakukan promosi pasar yang intensif juga menjalin hubungan yang baik dengan membangun kepercayaan dan kesetiaan pelanggan pada pasar sehingga dapat membantu mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke pasar desa.

Hal tersebut tidak sesuai dengan pendapat yang disampaikan Siagian (2019:172) bahwa: “Faktor- faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilihan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada

pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.”

Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian bahwa dimensi *Strengths* (kekuatan) belum bisa berjalan optimal karena pihak BUMDes belum bisa menggunakan kekuatan dari tersedianya sumber daya manusia yang memadai dan handal karena tidak memiliki kemampuan untuk bekerja dalam tim atau berkomunikasi dengan baik dengan pengurus lain. Sehingga terjadi mis komunikasi dalam mengurus pasar desa dan pengunjung yang datang ke pasar desa kurang begitu stabil.

2. *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan merupakan keterbatasan/kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.

Dalam penelitian dimensi *Weakness* (Kelemahan) terdapat 5 indikator yang digunakan yaitu ketersediaan sarana dan prasarana, jumlah Sumber Daya Manusia yang kurang, sistem manajemen pasar belum terorganisir dengan baik, promosi masih kurang intensif, keberagaman produk kurang.

Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian atas lima indikator dalam dimensi *Weaknesses* (Kelemahan) pihak BUMDes Galuh Rahayu belum optimal dalam

mengatasi kelemahan ketersediaan sarana dan prasarana yang masih kurang, jumlah sumber daya manusia yang kurang, sistem manajemen yang belum terorganisir dengan baik, promosi yang kurang, serta kurangnya keberagaman produk di Pasar Desa Raksabaya.

Adapun hambatan yang dihadapi yaitu keterbatasan dana/anggaran, kurangnya pengetahuan dalam mengelola bisnis dan kurang memperbaiki kualitas produk yang dijual dan kurangnya konsistensi dari inovasi promosi yang dilakukan agar masyarakat tertarik berkunjung ke pasar desa juga persaingan yang ketat dengan pasar modern/ warung grosir yang sudah memiliki pangsa pasar yang besar sehingga menghambat dalam mengembangkan strategi keberagaman produk.

Adapun upaya dalam mengatasi hambatan tersebut yakni dengan mengadakan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat desa, dan pelaku usaha dalam mengembangkan pasar desa, memberikan pelatihan digital marketing kepada para usaha sebagai upaya memberikan keterampilan dalam melakukan inovasi untuk promosi ke depannya, memberikan keleluasan kepada masyarakat untuk bisa mengembangkan produk-produk yang dijual dan masyarakat yang akan berjualan diberikan fasilitas untuk bisa berdagang di pasar.

Hal tersebut didukung dengan pendapat Nur'ani (2023:13) yang

menyatakan bahwa: “Kelemahan pada sebuah organisasi menjadi hal wajar, namun organisasi harus tetap membangun kinerja dan kebijakan untuk meminimalisasi atau menutupi kelemahan pada inti organisasi tersebut karena kelemahan dapat menghambat kinerja perusahaan, seperti kemampuan manajemen, sumber daya keuangan, dan keterampilan pemasaran.”

Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian dapat dianalisis bahwa dimensi *Weakness* (kelemahan) belum dapat berjalan dengan optimal, karena pihak BUMDes Galuh Rahayu belum optimal dalam mengatasi kelemahan ketersediaan sarana dan prasarana yang masih kurang, jumlah sumber daya manusia yang kurang, sistem manajemen yang belum terorganisir dengan baik, promosi yang kurang, serta kurangnya keberagaman produk di Pasar Desa Raksabaya.

3. *Opportunities* (peluang)

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan, kecenderungan utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan/regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli/pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

Dalam penelitian dimensi *Opportunities* (peluang) terdapat 5 indikator yang digunakan yaitu Adanya perkembangan teknologi dalam membantu promosi, daya beli

masyarakat tinggi, pangsa pasar yang luas, minat masyarakat terhadap pasar desa meningkat, adanya pemberian modal kepada pedagang pasar.

Berdasarkan hasil penelitian atas lima indikator dalam dimensi *Opportunities* (Peluang) diatas dapat disimpulkan bahwa pihak BUMDes belum optimal dalam mengambil peluang yang berkaitan dengan adanya perkembangan teknologi dalam membantu promosi, daya beli masyarakat, pangsa pasar yang luas, minat masyarakat yang tinggi, dan adanya pemberian modal kepada pedagang pasar Desa Raksabaya.

Adapun hambatan yang dihadapi seperti sedikitnya kepercayaan masyarakat sehingga sulit untuk meperluas pasar dan belum terlaksana dengan baik, kurangnya kerja sama antara pihak BUMDes dan antar pedagang dalam menarik minat masyarakat. Mereka bekerja secara sendiri-sendiri tidak ada saling dukung antar pedagang

Untuk mengatasi hambatan tersebut dengan dengan cara melakukan terobosan yang bisa membuat minat masyarakat meningkat, salah satunya dengan mengarahkan para pedagang untuk memberikan harga sesuai pasaran dan lebih diperbanyak lagi variasi produknya.

Hal tersebut tidak sesuai dengan yang dikemukakan David (2019:47) bahwa: “Opportunities didefinisikan sebagai suatu kondisi yang menguntungkan perusahaan. Meningkatnya teknologi, semakin

baiknya hubungan perusahaan dengan pembeli menjadi salah satu gambaran opportunities untuk perusahaan.”

Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak BUMDes belum bisa mengambil peluang karena sedikitnya kepercayaan masyarakat sehingga sulit untuk meperluas pasar dan belum terlaksana dengan baik, kurangnya kerja sama antara pihak BUMDes dan antar pedagang dalam menarik minat masyarakat.

4. Threats (ancaman)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Ancaman disini dapat mempengaruhi kelancaran sebuah organisasi. Ancaman dapat mencakup hal-hal dari lingkungan yang tidak bersahabat bagi sebuah organisasi. Jika tidak segera diatasi, ancaman dapat berdampak jangka panjang dan menjadi penghambat atau penghalang pencapaian visi dan misi organisasi.

Dalam penelitian dimensi *Opportunities* (peluang) terdapat 5 indikator yang digunakan yaitu adanya pasar milik pribadi di daerah tersebut, daya tarik pasar milik pribadi, persaingan inovasi teknologi komunikasi, investor tidak tertarik memberikan modal, kurang respon baik dari masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian atas lima indikator dalam dimensi *Threats*

(Ancaman) diatas dapat diketahui bahwa pihak BUMDes Galuh Rahayu sudah optimal dalam mengatasi ancaman berkaitan dengan daya tarik masyarakat, namun belum optimal dalam mengatasi ancaman adanya pasar modern, daya tarik masyarakat, persaingan dalam inovasi teknologi komunikasi, investor yang tidak tertarik memberikan modal dan kurangnya respon masyarakat terhadap pengembangan pasar desa.

Hambatan-hambatan yang dihadapi seperti minat masyarakat yang sudah terlebih dahulu berlangganan ke pasar modern/warung grosir, terbatasnya pasar desa dan potensi pasar desa yang kecil menyebabkan investor kurang tertarik memberikan modal kepada pasar desa karena keuntungan pasar desa yang kecil, tidak adanya kesadaran untuk ikut mendukung dalam pengembangan pasar desa.

Adapun upaya dalam mengatasi hambatan tersebut dengan memfasilitasi warung grosir agar bisa bekerja sama dengan Pasar Desa Raksabaya, meminta bantuan kepada Pemerintah Desa Raksabaya dengan kemitraan yang dimiliki oleh BUMDes Galuh Rahayu dan mengajak masyarakat dalam pengembangan pasar desa.

Hal ini didukung dengan Robinson (2013:157) yang menegaskan bahwa: “Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing

baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli atau pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaruan peraturan dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan suatu perusahaan.”

Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian dapat dianalisis bahwa dimensi *Threat* (ancaman) belum dapat berjalan dengan optimal karena pihak BUMDes belum bisa mengatasi ancaman dari adanya pasar milik pribadi di daerah tersebut sehingga daya tarik pasar milik pribadi lebih tinggi dibanding pasar desa terlebih adanya persaingan inovasi teknologi komunikasi dan investor tidak tertarik memberikan modal juga kurang respon baik dari masyarakat terhadap pengembangan pasar desa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Pengelolaan Pasar Desa oleh Badan Usaha Milik Desa Galuh Rahayu di Desa Raksabaya Kecamatan Cimaragas Kabupaten Ciamis, kurang dilaksanakan dengan optimal hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa dimensi yang belum dilaksanakan dengan optimal. Adapun hambatan-hambatan yang ditemui dalam melakukan Strategi Pengelolaan Pasar Desa, antara lain: kurangnya pengetahuan dari pengurus BUMDes dalam menguasai dunia usaha, kurangnya inovasi produk serta tidak ada jiwa tangguh berwirausaha,

sedikitnya kepercayaan dan kesadaran masyarakat sehingga sulit untuk memperluas pasar desa. kurang melakukan kerjasama dengan masyarakat, tidak adanya pemberian modal, rendahnya minat masyarakat terhadap pasar desa karena lebih berminat ke pasar modern, kurangnya keterampilan dalam mengembangkan teknologi komunikasi untuk membantu promosi, terbatasnya potensi pasar desa sehingga investor kurang tertarik memberikan modal kepada pasar desa.

Adapun upaya-upaya yang sudah dilakukan yaitu: memprioritaskan untuk memilih pengelola BUMDes yang mengetahui dunia usaha, jumlah sumber daya manusia yang sedikit dibekali dengan keandalan dan keterampilan dalam mengelola pasar desa, pihak BUMDes memberikan keleluasaan kepada masyarakat untuk bisa ikut mengembangkan pasar desa, menjalin kemitraan bersama agar bisa memperluas pasar desa sehingga mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, melakukan kerjasama secara intensif dengan semua kemitraan dari BUMDes, pihak BUMDes dan pemerintah desa memfasilitasi bantuan modal dari pemerintah pusat, promosi pasar dilakukan secara intensif, melakukan pelatihan dalam mengembangkan teknologi untuk membantu promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R. 2019. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nur'aini, Fajar. 2023. *Master Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Robinson, Richard B. 2013. *Manajemen Strategis : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sedarmayanti. 2021. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siagian P. Sondang. 2019. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Silalahi. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa.