

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dusun Ciater adalah salah satu dusun yang di Desa Panjalu, Kecamatan Panjalu, Kabupaten Ciamis. Desa Panjalu, khususnya Dusun Ciater, memiliki tingkat kepadatan penduduk yang rendah. Jarak antar RT di dusun ini cukup berjauhan dan dipisahkan oleh area pesawahan dan perkebunan yang luas. Kondisi geografis dan sebaran pemukiman tersebut turut membentuk karakter sosial masyarakat Dusun Ciater yang masih melakukan dan menjaga dengan baik nilai-nilai pelestarian lingkungan, kebersamaan dan budaya gotong royong yang kuat. Namun demikian, di balik kekayaan sosial budaya tersebut, masyarakat Dusun Ciater juga menghadapi tantangan di bidang ekonomi. (Observasi, 5 Mei 2025). Meskipun masyarakat Dusun Ciater masih mempertahankan nilai-nilai sosial yang kuat, kondisi tersebut belum sepenuhnya mampu mengatasi berbagai persoalan ekonomi yang dihadapi masyarakat. Oleh karena itu, pemahaman mengenai konsep dan permasalahan ekonomi menjadi penting untuk mengkaji kondisi sosial-ekonomi masyarakat di wilayah tersebut.

Ekonomi merupakan tindakan yang mesti dilakukan untuk membuat barang atau produk dan jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan yang dimiliki manusia (Solihat & Arnasik, 2018). Masalah ekonomi sering kali muncul akibat ketimpangan distribusi pendapatan, keterbatasan lapangan pekerjaan, serta rendahnya akses terhadap sumber daya ekonomi. Secara umum, pertumbuhan ekonomi yang tidak merata dapat menyebabkan munculnya kesenjangan sosial antarwilayah maupun antarkelompok Masyarakat (Rodríguez-

Pose & Storper, 2020). Selain itu, tidak terjadi peningkatan pendapatan namun kebutuhan semakin meningkat, ini turut memperburuk kondisi ekonomi keluarga (Yulatrilaya & Yamin, 2025). Dalam skala yang lebih luas, persoalan ekonomi juga dapat menimbulkan dampak lain, seperti meningkatnya angka kemiskinan, migrasi ke kota dan tekanan terhadap sektor informal yang semakin padat.

Aspek ekonomi menjadi salah satu indikator yang perlu diperhatikan untuk menilai kesejahteraan masyarakat di suatu wilayah. Di Dusun Ciater, kondisi ekonomi masyarakat secara umum berada pada tingkat menengah. Mayoritas warga menjalankan usaha perdagangan kecil, baik di lingkungan dusun maupun di Pasar Panjalu sebagai pusat kegiatan ekonomi. Meski belum tergolong sebagai wilayah dengan ekonomi mapan, masyarakat Dusun Ciater mampu mencukupi kebutuhan hidupnya secara layak dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam yang ada secara mandiri dan berkelanjutan.

Berdasarkan data dari *Open Data* Jabar mengenai proyeksi jumlah pelaku usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Ciamis, terlihat adanya peningkatan signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2016, jumlah UMKM tercatat sebanyak 139.719 unit dan terus meningkat hingga mencapai 212.697 unit pada tahun 2023 (Jabar Digital Service, 2026). Peningkatan ini menunjukkan bahwa adanya perkembangan yang baik dalam sektor UMKM. Namun, pertumbuhan jumlah UMKM ini tidak selalu diiringi dengan peningkatan kualitas dan daya saing. Banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi digital, kurangnya inovasi produk, minimnya pelatihan kewirausahaan, serta rendahnya literasi keuangan. Kondisi ini

dapat menyebabkan stagnasi dalam perkembangan usaha dan menghambat kontribusi UMKM terhadap perekonomian daerah secara optimal.

Sementara itu, jika dilihat secara lokal oleh peneliti, kondisi UMKM di Dusun Ciater juga menunjukkan geliat pertumbuhan yang positif, meskipun masih dalam skala kecil. Beberapa warga telah memulai usaha mandiri seperti perdagangan makanan khas desa, hasil pertanian, serta jasa penyewaan alat pesta yang dijalankan oleh kelompok pemuda. Namun, pertumbuhan ini belum dibarengi dengan pemahaman yang cukup mengenai strategi pengelolaan usaha yang baik. Salah satu persoalan utama adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk. Sebagian besar pelaku usaha kecil dan mikro masih menggunakan metode promosi dari mulut ke mulut dan penjualan langsung secara konvensional. Selain itu, belum tersedianya pelatihan kewirausahaan dan akses pembinaan usaha yang berkelanjutan menjadi tantangan tersendiri dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal.

Dusun Ciater yang merupakan bagian dari Desa Panjalu ini, berdasarkan hasil observasi di lapangan, menunjukkan dinamika ekonomi lokal yang cukup aktif, khususnya dalam sektor usaha mikro dan kecil. Meskipun belum tersentuh sepenuhnya oleh modernisasi teknologi, masyarakat di Dusun Ciater mulai menunjukkan semangat kewirausahaan yang tinggi. Beberapa warga telah menjalankan usaha rumahan seperti produksi makanan khas yaitu comet (combro lemet), pengolahan hasil kebun, serta jasa penyewaan alat pesta yang dikelola oleh Himpunan Pemuda Ciater. Keunikan yang ditemukan adalah bahwa semangat gotong royong dan nilai kebersamaan tetap menjadi landasan utama dalam

menjalankan usaha. Banyak usaha dijalankan secara kolektif atau berbasis kelompok kecil dengan keterlibatan keluarga dan tetangga terdekat. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun UMKM di Dusun Ciater masih berada dalam skala sederhana, namun potensi pertumbuhannya cukup besar apabila didukung dengan pelatihan, pendampingan usaha dan akses terhadap digitalisasi pemasaran.

Kegiatan pemberdayaan menjadi salah satu langkah strategis yang diharapkan mampu memberikan perubahan nyata dalam peningkatan kualitas hidup Masyarakat (Muhamad Khair dkk., 2020, hlm. 45). Potensi ekonomi masyarakat di Dusun Ciater melalui UMKM sebenarnya cukup besar, namun masih memerlukan dorongan dari segi pengetahuan, keterampilan dan akses teknologi. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan pemberdayaan menjadi sangat relevan untuk menjawab kebutuhan tersebut. Salah satu model pemberdayaan yang dapat diterapkan ialah PKM SISDAMAS (Berbasis Pemberdayaan Masyarakat), yang mengintegrasikan data, potensi, serta partisipasi masyarakat dalam sebuah sistem yang terstruktur. Dengan pendekatan ini, strategi pemberdayaan dapat dilakukan secara lebih terarah, mulai dari pendataan pelaku UMKM, pemetaan potensi usaha, hingga penyusunan program pelatihan yang sesuai kebutuhan. Harapannya, melalui model ini, kemandirian ekonomi masyarakat Dusun Ciater dapat tercapai secara bertahap dan berkelanjutan, dengan tetap mempertahankan nilai-nilai kebersamaan dan kekompakan yang menjadi ciri khas masyarakatnya.

Minimnya pengetahuan dan kemampuan dalam bidang digital marketing merupakan permasalahan yang cukup berdampak bagi perkembangan UMKM, khususnya di wilayah pedesaan seperti Dusun Ciater. Minimnya pemahaman

pelaku usaha terhadap penggunaan media digital menyebabkan pemasaran produk hanya dilakukan secara biasa atau tradisional dan terbatas pada lingkungan sekitar. Kondisi ini membuat pelaku UMKM kesulitan dalam penyebaran pasar yang lebih luas dan bersaing di tengah era ekonomi digital. Selain memengaruhi pendapatan, keterbatasan ini juga berdampak pada stagnasi usaha dan kurangnya inovasi dalam strategi penjualan. Jika tidak ditangani dengan baik, hambatan ini akan memperlambat proses kemandirian ekonomi masyarakat dan menghambat pertumbuhan UMKM lokal secara berkelanjutan.

Selain keterbatasan akses kepada pelatihan dan pendampingan, yang melatarbelakangi lambatnya perkembangan UMKM di Dusun Ciater adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat akan pentingnya digital marketing dalam menjalankan usaha. Beberapa pelaku UMKM sebenarnya pernah mendapatkan informasi atau sosialisasi terkait pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce. Namun, edukasi tersebut belum berdampak secara signifikan karena minimnya pendampingan lanjutan dan keterbatasan kemampuan teknis masyarakat. Bahkan ketika mereka sudah mengetahui pentingnya promosi digital, banyak yang masih bingung dalam praktiknya, seperti bagaimana membuat konten, memilih platform yang tepat, atau mengelola transaksi secara daring. Hal ini membuat sebagian besar pelaku UMKM tetap bertahan dengan metode pemasaran tradisional, yang kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Dalam kegiatan penelitian ini, digunakan pendekatan pemberdayaan melalui model PKM SISDAMAS, yang dirancang untuk membuka ruang

partisipasi seluas-luasnya bagi masyarakat Dusun Ciater. Melalui model ini, masyarakat didorong untuk melakukan perubahan berdasarkan inisiatif mereka sendiri, sehingga setiap langkah pembangunan benar-benar tumbuh dari kesadaran dan kebutuhan warga. Pendekatan ini sangat sesuai dengan karakter masyarakat Dusun Ciater yang dikenal aktif, kompak dan memiliki semangat gotong royong yang tinggi dalam menjalankan kegiatan bersama.

Perihal mengkaji persoalan tersebut, penelitian ini menggunakan teori implementasi program yang menitikberatkan pada bagaimana suatu program dijalankan secara nyata di lapangan. Dalam hal ini, penelitian mengacu pada pandangan Charles O. Jones yang menekankan pentingnya pengorganisasian, penafsiran kebijakan dan penerapan prosedur kerja dalam proses implementasi program (Jones, 1977). Pendekatan ini digunakan untuk melihat sejauh mana program pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui digitalisasi marketing dapat berjalan efektif dan sesuai dengan kebutuhan lokal di Dusun Ciater.

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan mampu mendorong terjadinya perubahan dalam kehidupan masyarakat, meskipun perubahan tersebut berlangsung secara bertahap dan memerlukan kesinambungan. Melalui model PKM SISDAMAS, proses pemberdayaan dilakukan dengan sejumlah tahapan yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat, termasuk dalam pengambilan keputusan. Pada siklus pertama, yaitu melalui forum rembuk warga, teridentifikasi bahwa salah satu permasalahan utama di Dusun Ciater adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menerapkan digitalisasi dalam pemasaran produk

UMKM. Masalah ini menjadi fokus yang perlu segera ditangani untuk mendorong kemajuan ekonomi lokal.

Permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini mengacu pada data yang telah diuraikan sebelumnya, yaitu rendahnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat Dusun Ciater dalam memanfaatkan digitalisasi untuk pemasaran produk UMKM. Kondisi ini justru memicu inisiatif masyarakat untuk mulai mencoba pendekatan baru dalam meningkatkan kapasitas ekonomi lokal, yaitu dengan memanfaatkan pelatihan dan pendampingan digital marketing yang berbasis pada potensi lokal.

Digitalisasi marketing sendiri mulai dikenal luas sebagai strategi modern dalam memperluas jangkauan pasar UMKM, terutama setelah perkembangan teknologi yang semakin pesat. Pemerintah daerah dan beberapa komunitas kewirausahaan pun sejak beberapa tahun terakhir mulai mendorong program-program pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat. Langkah ini dinilai efektif karena mampu menghubungkan produk lokal dengan pasar yang lebih luas, termasuk pasar digital atau *e-commerce*.

Penerapan digitalisasi marketing juga membawa banyak manfaat, seperti peningkatan daya saing produk, efisiensi biaya promosi, serta kemudahan dalam membangun merek atau branding usaha. Melalui pemanfaatan teknologi, pelaku UMKM di Dusun Ciater diharapkan dapat mengelola usahanya secara lebih profesional dan mandiri. Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi masyarakat

melalui digitalisasi UMKM menjadi salah satu strategi penting untuk menciptakan kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal.

Dalam proses pemberdayaan, masyarakat Dusun Ciater senantiasa menunjukkan partisipasi aktif dalam setiap tahap kegiatan. Dalam hal ini, pelaksanaan program digitalisasi marketing sebagai upaya peningkatan kapasitas UMKM disepakati bersama dalam salah satu siklus pemberdayaan berbasis partisipatif. Tepat pada bulan Agustus, perencanaan dan pelaksanaan program digital marketing mulai dijalankan oleh tokoh masyarakat bersama pelaku UMKM di Dusun Ciater, Desa Panjalu.

Penelitian ini meneliti implementasi program pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui digitalisasi marketing berbasis model PKM SISDAMAS di Dusun Ciater, Desa Panjalu, Ciamis. Fokus utamanya mencakup proses pemberdayaan yang melibatkan tahapan, mekanisme dan partisipasi masyarakat; tingkat pemahaman serta keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan digital marketing; serta dampak pelaksanaan program terhadap perkembangan UMKM lokal dan kemandirian ekonomi masyarakat. Penelitian ini penting dilakukan karena adanya masalah nyata di lapangan, yaitu masih minimnya pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM sehingga pemasaran produk terbatas pada cara konvensional, ditambah dengan keterbatasan pendampingan yang selama ini hanya berupa sosialisasi tanpa adanya pembinaan berkelanjutan. Padahal, UMKM lokal seperti produksi makanan khas, hasil pertanian dan jasa berbasis komunitas memiliki potensi besar untuk berkembang jika didukung dengan strategi pemasaran digital yang tepat. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah model pemberdayaan yang

relevan, seperti PKM SISDAMAS, untuk meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat berbasis partisipasi aktif. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi konkret bagi masyarakat Dusun Ciater dalam mengembangkan UMKM melalui pemanfaatan digital marketing sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan daya saing. Secara akademis, penelitian ini akan memperkaya khazanah ilmu tentang implementasi program pemberdayaan ekonomi, khususnya terkait integrasi antara partisipasi masyarakat, UMKM dan teknologi digital. Sementara secara strategis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pemerintah, akademisi dan praktisi dalam merancang model pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan yang kontekstual, partisipatif dan berkelanjutan. Adapun judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah: **“IMPLEMENTASI PROGRAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI DIGITAL MARKETING; Berbasis Pemberdayaan Masyarakat di Panjalu Ciamis.”**

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini diarahkan pada implementasi program ekonomi masyarakat yang dikembangkan melalui pemanfaatan digital marketing di Dusun Ciater. Melalui program ini, masyarakat diharapkan mampu meningkatkan keterampilan, memperluas jaringan pemasaran, serta memperkuat perekonomian lokal. Oleh karena itu, penelitian ini untuk menguraikan fokus pada beberapa aspek utama, sebagai berikut:

1. Bagaimana pengorganisasian program ekonomi masyarakat melalui digital marketing di Dusun Ciater?

2. Bagaimana interpretasi program ekonomi masyarakat melalui digital marketing di Dusun Ciater?
3. Bagaimana penerapan program ekonomi masyarakat melalui digital marketing di Dusun Ciater?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengorganisasian program ekonomi masyarakat melalui digital marketing di Dusun Ciater.
2. Mengetahui interpretasi program ekonomi masyarakat melalui digital marketing di Dusun Ciater.
3. Mengetahui penerapan program ekonomi masyarakat melalui digital marketing di Dusun Ciater.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan keilmuan, khususnya dalam pengukuhan mata kuliah Teori Pembangunan dan Pengembangan Masyarakat, yang di dalamnya mencakup kajian-kajian tentang pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini juga relevan dengan mata kuliah Sistem Ekonomi Islam, karena mengulas aspek ekonomi masyarakat yang berbasis nilai-nilai keadilan dan keberlanjutan, serta mata kuliah Teori Perubahan Sosial yang menyoroti dinamika transformasi sosial akibat masuknya teknologi digital dalam aktivitas ekonomi. Selain itu, penelitian ini memiliki keterkaitan dengan mata kuliah Pekerjaan dan Pelayanan Sosial, mengingat pelatihan digital marketing merupakan bentuk pelayanan sosial yang bertujuan

meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat pedesaan. Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan referensi ilmiah mengenai praktik pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pendekatan partisipatif dan teknologi digital, terutama dalam hal digitalisasi marketing untuk pelaku UMKM sebagaimana yang terdapat di mata kuliah Media Digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkaya khazanah keilmuan dalam ranah pemberdayaan ekonomi masyarakat dan menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan model-model pemberdayaan yang kontekstual, terutama di lingkungan masyarakat pedesaan seperti Dusun Ciater.

2. Secara Praktis

Adapun manfaat praktis mengenai Implementasi Pemberdayaan Ekonomi Melalui Digital marketing di dusun Ciater desa Panjalu kecamatan Panjalu kabupaten Ciamis, diantaranya:

a. Bagi Kelompok

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memahami secara langsung proses implementasi pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya melalui pendekatan digitalisasi marketing. Selain itu, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam menerapkan model SISDAMAS pada konteks pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi digital.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana motivasi dan pembelajaran bagi masyarakat Dusun Ciater agar lebih aktif dalam mengembangkan potensi usaha lokal. Melalui pemanfaatan digital marketing, masyarakat diharapkan

mampu meningkatkan kapasitas UMKM, memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan pendapatan secara mandiri dan berkelanjutan.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah, khususnya dinas atau lembaga terkait, dalam menyusun program pemberdayaan ekonomi yang relevan dan berbasis digital. Temuan dalam penelitian ini juga dapat menjadi masukan untuk merancang kebijakan atau pelatihan yang mendukung penguatan UMKM lokal melalui teknologi informasi dan pemasaran digital.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoritis

a. Implementasi Program

Implementasi program pada hakikatnya merupakan jembatan krusial yang menghubungkan antara idealisme sebuah regulasi tertulis dengan realitas pencapaian hasil di lapangan, di mana kegagalan pada tahap ini akan membuat sebuah kebijakan kehilangan maknanya. Dalam khazanah studi kebijakan publik, para ahli seperti Charles O. Jones mengonseptualisasikan implementasi bukan sebagai satu peristiwa tunggal yang statis, melainkan sebuah rangkaian aktivitas multistap yang dinamis, yang secara garis besar melibatkan tiga pilar utama: organisasi, interpretasi, dan aplikasi. Pilar organisasi menuntut adanya penataan dan pengorganisasian kembali sumber daya manusia, unit-unit kerja, serta metode operasional agar program memiliki wadah yang fungsional. Dalam konteks organisasi modern, instrumen ini kerap bersinggungan erat dengan struktur birokrasi, yang oleh Max Weber dipandang sebagai bentuk ideal organisasi legal-

rasional yang dicirikan oleh adanya pembagian kerja sistematis, tata jenjang otoritas yang rigid, serta kualifikasi metodis yang ketat guna memastikan efisiensi dan predibilitas kinerja. Meskipun birokrasi sering kali distigmakan secara negatif sebagai sistem yang kaku dan lamban, pandangan kontemporer seperti yang diutarakan Chapman justru menegaskan bahwa fungsi regulatif dan prosedural dari birokrasi sangat esensial untuk menjaga keteraturan, mencegah penyimpangan, serta menjamin keadilan dalam distribusi program publik.

Keberhasilan dari seluruh rangkaian aktivitas tersebut sangat dipengaruhi oleh bagaimana para pelaksana di lapangan melakukan interpretasi atau penerjemahan pesan kebijakan yang abstrak menjadi petunjuk teknis yang operasional. George C. Edwards III mengingatkan bahwa ketidakjelasan instruksi atau adanya ambiguitas dalam dokumen perencanaan dapat memicu distorsi pemahaman, yang pada gilirannya membuka celah bagi pelaksana tingkat bawah (*street-level bureaucrats*) untuk menciptakan diskresi secara sepihak yang melenceng dari tujuan awal program. Guna meminimalisasi risiko tersebut, Theodore J. Lowi melalui doktrin *the rule of law* menekankan pentingnya penetapan standar, indikator keberhasilan, dan koridor hukum yang jelas sebagai kompas bagi implementator. Kompleksitas ini kemudian dirangkum secara lebih komprehensif oleh Mazmanian dan Sabatier ke dalam tiga kelompok variabel penentu, yakni tingkat kesulitan masalah yang dihadapi (*tractability of the problem*), kemampuan draf kebijakan untuk menstrukturkan proses pelaksanaan secara sistematis (*ability of statute to structure implementation*), serta variabel non-hukum yang mencakup dinamika sosial-ekonomi dan komitmen politik lingkungan

sekitar. Sebagai alternatif yang lebih praktis untuk memetakan dinamika ini, David C. Korten menawarkan model keselarasan (*fit model*) yang menyederhanakan fokus analisis pada interaksi timbal-balik dan tingkat kecocokan antara tiga komponen inti, yaitu karakteristik program itu sendiri, kapasitas organisasi yang mengeksekusinya, dan kebutuhan serta profil nyata dari kelompok sasaran yang menjadi penerima manfaat.

b. SISDAMAS

Sistem Pemberdayaan Masyarakat (SISDAMAS) merupakan sebuah manifestasi konseptual dari pergeseran paradigma pembangunan yang menolak keras pendekatan konvensional yang bersifat sentralistik dan *top-down* (dari atas ke bawah). Model pembangunan tradisional yang menempatkan masyarakat sekadar sebagai objek pasif atau konsumen kebijakan terbukti gagal menciptakan kemandirian dan sering kali melahirkan ketergantungan kronis terhadap pihak luar karena program yang dirancang tidak selaras dengan realitas kebutuhan di tingkat akar rumput. Sebagai antitesis dari kegagalan tersebut, SISDAMAS menempatkan masyarakat secara terhormat sebagai subjek atau aktor utama pembangunan yang memegang kendali penuh atas nasib kolektif mereka sendiri. Menurut perspektif yang dikembangkan oleh para akademisi, sistem ini mengutamakan penumbuhan kesadaran kritis masyarakat agar mereka mampu melakukan refleksi mandiri untuk mengenali akar permasalahan yang mereka hadapi, mengeksplorasi potensi yang terpendam, serta merumuskan sendiri strategi penyelesaian masalah yang paling kontekstual. Dalam pola hubungan ini, kehadiran pihak eksternal seperti agen pemerintah, akademisi, maupun fasilitator lapangan tidak lagi bertindak sebagai

instruktur atau penguasa yang mendikte, melainkan memposisikan diri secara setara sebagai mitra dialog, katalisator, dan pendamping yang bertugas memfasilitasi serta mempercepat proses transformasi sosial tersebut.

Kekuatan utama dari model pemberdayaan partisipatif ini terletak pada internalisasi prinsip-prinsip dasarnya yang meliputi aspek partisipasi menyeluruh, kesetaraan kedudukan, kemandirian mutlak, keberlanjutan jangka panjang, dan kolaborasi lintas sektor yang inklusif. Partisipasi yang dikehendaki dalam kerangka ini bukanlah partisipasi semu yang hanya memobilisasi kehadiran fisik warga pada saat seremonial program, melainkan keterlibatan substantif dan bermakna di setiap jengkal tahapan pembangunan, mulai dari proses identifikasi masalah, pengambilan keputusan, penyusunan anggaran, pengorganisasian, pelaksanaan teknis, hingga monitoring dan evaluasi bersama. Keterlibatan yang mendalam inilah yang nantinya akan menumbuhkan rasa memiliki (*sense of ownership*) dan rasa tanggung jawab yang kuat di dalam sanubari masyarakat terhadap keberlangsungan program, sehingga ketika masa pendampingan formal telah berakhir, masyarakat memiliki motivasi internal untuk merawat dan mereplikasi hasil-hasil pembangunan secara mandiri. Selain itu, SISDAMAS secara metodologis mengadopsi pendekatan berbasis aset (*asset-based approach*) yang membedakannya secara radikal dari pendekatan berbasis masalah atau kebutuhan (*needs-based approach*). Jika pendekatan konvensional selalu memulai program dengan mendaftar kekurangan, kelemahan, dan kemiskinan masyarakat sehingga memicu mentalitas ketidakberdayaan, maka pendekatan berbasis aset secara optimis berfokus pada pemetaan dan pemanfaatan modal sosial, kapasitas sumber daya manusia, kearifan

lokal, jaringan komunitas, serta modal alam yang sudah ada di dalam masyarakat untuk dijadikan daya dorong utama dalam mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan.

2. Landasan Konseptual

Berangkat dari keterbatasan pengetahuan peneliti mengenai kondisi sosial dan ekonomi masyarakat di lapangan, analisis terhadap potensi lokal, permasalahan yang dihadapi, serta harapan masyarakat menjadi landasan penting dalam merumuskan langkah-langkah strategis pemberdayaan berikutnya. Dusun Ciater di Desa Panjalu merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal, khususnya pada sektor usaha mikro dan rumah tangga. Namun, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk masih sangat terbatas. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pengembangan kapasitas masyarakat melalui pendekatan digitalisasi marketing. Penelitian ini dirancang dalam bentuk riset aksi partisipatoris yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui pelatihan dan implementasi strategi pemasaran digital, serta untuk mengukur sejauh mana tingkat pengetahuan dan kesiapan masyarakat dalam mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Meskipun identifikasi terhadap potensi, permasalahan, dan harapan masyarakat telah dilakukan, langkah tersebut belum sepenuhnya mampu menjawab kebutuhan aktual masyarakat. Oleh karena itu, strategi pemberdayaan masyarakat perlu dilakukan secara sistematis melalui tahapan yang terstruktur. Dalam pandangan Charles O. Jones, terdapat tiga komponen penting dalam proses implementasi kebijakan, yaitu organisasi, interpretasi, dan aplikasi (implementasi).

Pengorganisasian merujuk pada pembentukan struktur kelembagaan dan pembagian peran yang jelas. Interpretasi berkaitan dengan bagaimana kebijakan dipahami dan dimaknai oleh pelaksana di lapangan. Sementara itu, penerapan adalah tindakan nyata dalam mewujudkan kebijakan tersebut. Ketiga aspek ini menjadi landasan penting sebelum memasuki tahapan-tahapan teknis di lapangan. Untuk memberikan arah analisis yang jelas dalam menerjemahkan aspek-aspek tersebut, berikut ini dipaparkan landasan konseptual yang menjadi pilar teoretis dalam penelitian ini:

a. Definisi Pemberdayaan Ekonomi

Pemberdayaan ekonomi pada hakikatnya merupakan suatu proses terencana dan sistematis untuk meningkatkan kapasitas serta kapabilitas individu maupun kelompok masyarakat agar mereka mampu mengelola sumber daya ekonomi secara mandiri, produktif, dan berkelanjutan demi tercapainya peningkatan kesejahteraan hidup yang berkeadilan. Konsep ini menolak model bantuan sosial pasif yang bersifat karitatif (kedermawanan sesaat) karena cenderung melahirkan ketergantungan baru; sebaliknya, pemberdayaan ekonomi berfokus pada transformasi struktural yang membekali masyarakat lapisan bawah dengan instrumen-instrumen produktif. Instrumen tersebut mencakup penguatan hak akses terhadap modal, penguasaan teknologi tepat guna, peningkatan kualitas keahlian melalui pelatihan terstruktur, pengembangan kelembagaan lokal, hingga pembukaan interkoneksi jaringan pasar yang lebih adil. Dalam konseptualisasi pembangunan kontemporer, pemberdayaan ekonomi diposisikan sebagai pilar utama pengentasan kemiskinan berbasis partisipasi aktif (*participatory*

development), di mana orientasi utamanya adalah memindahkan posisi masyarakat dari sekadar objek atau penerima manfaat kebijakan yang pasif (*beneficiaries*) menjadi subjek atau aktor utama yang berdaulat atas keputusan ekonomi mereka sendiri.

Sejalan dengan perspektif tersebut, khazanah literatur mengonfirmasikan bahwa esensi pemberdayaan ekonomi bertumpu pada penyediaan akses yang setara terhadap elemen-elemen produksi guna mendorong pendapatan secara mandiri. Sebagaimana dirumuskan dalam studi klasik Rosenfeld (1997), keberhasilan penguatan ekonomi lokal sangat ditentukan oleh bagaimana sebuah intervensi mampu mengintegrasikan akses pelatihan keterampilan dengan adopsi teknologi modern dan pemetaan pasar agar masyarakat tidak mengalami stagnasi pascaproduksi. Sisi penguatan kapasitas ini juga dipertegas oleh Wilson (1996) yang mengaitkan pemberdayaan ekonomi dengan akumulasi modal intelektual (*intellectual capital*) warga melalui proses pendampingan yang intensif dan berkelanjutan, sehingga terjadi internalisasi pengetahuan yang melembaga di dalam komunitas. Di era modern, dinamika pemberdayaan ini mengalami perluasan spektrum seiring dengan maraknya inklusi keuangan digital; dalam studi terbaru oleh Akkas (2025), ditekankan bahwa digitalisasi serta integrasi teknologi finansial (*fintech*) syariah telah membuka ruang baru yang revolusioner bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat kelas bawah dengan memotong jalur birokrasi keuangan konvensional yang rumit, memberikan kemudahan akses modal usaha yang inklusif, serta menyediakan platform transaksi yang aman dan berbasis prinsip keadilan.

b. Berbasis Pemberdayaan Masyarakat

Kerangka operasional berbasis pemberdayaan ekonomi tidak dirancang sebagai intervensi parsial yang instan, melainkan sebuah siklus metodologis terstruktur dan berkesinambungan yang memadukan teori implementasi kebijakan dengan pendekatan riset aksi partisipatoris di lapangan. Pengondisian kerangka ini menyerap pemikiran Charles O. Jones (1977) mengenai tiga pilar vital dalam implementasi program, yakni komponen organisasi sebagai wadah penataan sumber daya dan pembagian peran, komponen interpretasi sebagai proses penerjemahan bahasa regulasi makro menjadi petunjuk teknis yang dapat dipahami bersama, serta komponen aplikasi sebagai manifestasi tindakan nyata di lapangan. Guna mengoperasionalkan pilar-pilar tersebut ke dalam aksi pemberdayaan masyarakat yang transformatif, diadopsi model pengabdian masyarakat berbasis partisipasi aktif melalui empat siklus berurutan yang saling mengunci secara kronologis. Siklus awal dimulai dari tahap pembangunan kepercayaan (*trust building*), sosialisasi dasar, rembug warga, dan refleksi sosial yang bertujuan menyamakan persepsi, menjalin hubungan emosional yang harmonis dengan komunitas lokal, serta memantik kesadaran kritis warga untuk mengidentifikasi akar permasalahan internal dan merumuskan harapan kolektif mereka tanpa adanya dominasi atau dikte dari pihak luar.

Siklus kedua melangkah pada pemetaan sosial (*social mapping*) dan pengorganisasian masyarakat, di mana seluruh data awal diolah secara partisipatif untuk memetakan sebaran masalah, potensi aset lokal yang terpendam, serta sarana pendukung lapangan melalui metode seperti *transect walk* (penelusuran wilayah).

Hasil pemetaan ini menjadi fondasi bagi pembentukan atau penguatan lembaga penggerak lokal yang berbasis komunitas sebagai pemilik sah dari program pemberdayaan tersebut agar keberlanjutan agenda pascapendampingan dapat terjamin. Selanjutnya, siklus ketiga berfokus pada perencanaan partisipatif dan sinergi program, sebuah fase krusial di mana masyarakat bersama fasilitator dan aparat kelembagaan lokal secara demokratis merancang kurikulum kegiatan, menentukan skala prioritas, memilih jenis teknologi yang akan diadopsi, serta menyusun skema pendampingan teknis yang benar-benar sesuai dengan tingkat literasi dan kebutuhan riil kelompok sasaran. Rangkaian ini bermuara pada siklus keempat yang mencakup pelaksanaan program secara nyata di lapangan yang dibarengi dengan mekanisme monitoring dan evaluasi berkala oleh lembaga lokal yang telah dipercaya, guna menilai deviasi pelaksanaan, mengawasi ketercapaian target, serta merumuskan tindakan korektif secara cepat demi menjamin kelancaran dan efektivitas program pemberdayaan secara holistik.

c. Indikator Keberhasilan Pemberdayaan Ekonomi

Pengukuran terhadap keberhasilan suatu program pemberdayaan ekonomi tidak dapat didasarkan pada asumsi subjektif atau penyerapan anggaran semata, melainkan harus bersandar pada pemenuhan indikator-indikator substantif yang mencerminkan adanya keselarasan mutlak antara perencanaan ideal dengan realitas aplikasi praktis di lapangan. Dalam teori keterpaduan implementasi yang dikembangkan oleh David C. Korten (1988), keberhasilan sebuah program pembangunan sangat ditentukan oleh tingkat kecocokan (*fit model*) yang harmonis antara tiga dimensi utama: spesifikasi program yang ditawarkan, kapasitas

organisasi yang mengeksekusinya, dan kebutuhan aktual dari kelompok sasaran yang diintervensi. Ketika ketiga elemen ini berada dalam posisi selaras, maka dampak positif dari intervensi tersebut akan terwujud ke dalam perubahan konkret yang dapat diamati melalui tiga lapis indikator keberhasilan yang komprehensif, yakni transformasi pengetahuan, adaptasi perilaku operasional usaha, serta perbaikan kondisi ekonomi yang dinilai secara longitudinal melalui perbandingan kondisi sebelum (*before*) dan sesudah (*after*) pelaksanaan program.

Secara spesifik, indikator pertama berfokus pada peningkatan kapasitas digital pelaku usaha, yang diukur melalui parameter kognitif dan psikomotorik berupa kemampuan mandiri dalam mengoperasikan alat-alat pemasaran modern, keaktifan membangun identitas digital melalui pembuatan akun bisnis, konsistensi manajemen konten, serta penguasaan teknik komunikasi persuasif di ruang digital. Indikator kedua mengamati dampak ekonomi yang dirasakan, yang dieksplorasi melalui narasi kualitatif mendalam mengenai perluasan jangkauan penetrasi pasar, peningkatan volume penjualan, diversifikasi jenis pelanggan, hingga peningkatan pendapatan yang dirasakan langsung oleh partisipan. Adapun indikator ketiga mengukur stabilitas dan keberlanjutan usaha secara kualitatif, seperti meningkatnya frekuensi pesanan secara teratur, tata kelola inventori barang yang lebih sistematis, efisiensi pola komunikasi transaksi, serta kepuasan pelanggan yang dibuktikan melalui rekam jejak digital. Guna menjamin validitas ilmiah bahwa perubahan-perubahan positif tersebut merupakan dampak langsung dari intervensi pemberdayaan, bukan karena anomali faktor eksternal—digunakan metode triangulasi sumber (membandingkan data dari pelaku usaha, tokoh masyarakat, dan

fasilitator) serta triangulasi waktu (pengumpulan data berkala sebelum, selama, dan setelah program) untuk menghasilkan potret perubahan yang utuh, akurat, dan kronologis.

d. Digitalisasi Marketing

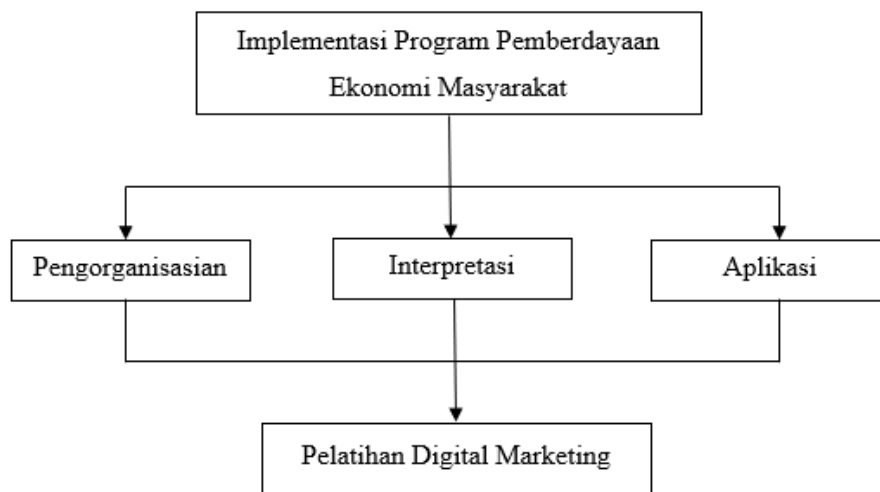
Transformasi lanskap bisnis di era ekonomi digital menuntut adanya restrukturisasi radikal dalam cara pelaku usaha mengomunikasikan dan mendistribusikan produk mereka kepada konsumen. Teknologi, sebagaimana didefinisikan secara komprehensif oleh Grewal dkk. (2020), bukan lagi sekadar alat bantu operasional yang bersifat opsional, melainkan sebuah ekosistem inovasi yang mengintegrasikan perangkat keras, perangkat lunak, aplikasi, dan solusi digital canggih untuk memicu otomatisasi, efisiensi rantai pasok, serta personalisasi interaksi bisnis yang presisi. Perkembangan ini melahirkan pergeseran paradigma pemasaran (*marketing*) kontemporer; pemasaran tidak lagi diartikan secara sempit sebagai aktivitas penjualan atau periklanan yang searah, melainkan sebuah proses strategis jangka panjang untuk menciptakan, mengomunikasikan, menangkap, dan menyampaikan nilai (*value*) yang superior kepada konsumen secara berkelanjutan (Blakeman, 2023). Integrasi antara inovasi teknologi dengan orientasi nilai inilah yang melahirkan konsep *digital marketing*, yaitu suatu proses pemasaran merek, produk, atau layanan yang memanfaatkan saluran media digital berbasis jaringan internet guna menjangkau target pasar secara lebih personal, interaktif, terukur, dan efisien dari segi biaya (Lestari & Saifuddin, 2020).

Kekuatan utama dari digitalisasi pemasaran terletak pada kemampuannya meruntuhkan batasan geografis, sehingga pelaku usaha berskala mikro dan rumah tangga sekalipun memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses pasar global dan bersaing dengan korporasi besar melalui pemanfaatan data analitik secara *real-time* (Kusuma dkk., 2024). Dalam penerapannya, praktik pemasaran digital mencakup berbagai spektrum strategi yang saling mendukung, mulai dari penyusunan konten media sosial yang relevan dengan psikografis konsumen, optimalisasi mesin pencari (SEO), pemanfaatan taktik pemasaran digital dari mulut ke mulut (*e-WOM*), hingga keterlibatan aktif dalam komunitas digital (*digital community marketing*) di berbagai platform komunikasi seperti Facebook, Telegram, dan WhatsApp (Nurlinasari dkk., 2024). Agar potensi teknologi ini dapat diadopsi secara efektif oleh kelompok masyarakat yang memiliki potensi kewirausahaan namun mengalami hambatan literasi teknologi (*digital divide*), maka program pelatihan dan pendampingan digital marketing menjadi instrumen intervensi yang mutlak diperlukan. Melalui pelatihan yang terstruktur, kelompok sasaran dibimbing secara bertahap untuk menguasai teknik pembuatan konten visual, penulisan pesan promosi (*copywriting*), serta manajemen toko virtual di platform *e-commerce*, yang pada agregatnya tidak hanya meningkatkan daya saing ekonomi lokal tetapi juga mempercepat peningkatan literasi digital masyarakat secara berkelanjutan.

3. Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual yang akan dijadikan sebagai konsep utama dan landasan penelitian merujuk pada fokus penelitian yang ada. Merujuk pada pemaparan sebelumnya, secara ilustratif dapat digambarkan dalam kerangka konseptual pada gambar 1.1 sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual



F. Langkah-langkah penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dusun Ciater, Desa Panjalu, Kecamatan Panjalu, Kabupaten Ciamis. Lokasi ini dipilih karena masyarakat di wilayah tersebut memiliki potensi ekonomi lokal, terutama dalam pengembangan usaha mikro dan rumah tangga, namun masih menghadapi kendala dalam aspek pemasaran produk secara luas. Rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran menjadi salah satu faktor yang membatasi pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Kondisi ini menunjukkan bahwa belum terdapat solusi konkret untuk

mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam aktivitas ekonomi masyarakat secara menyeluruh.

Penelitian ini difokuskan pada implementasi pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui digitalisasi strategi pemasaran menggunakan pendekatan studi riset aksi. Tujuannya adalah untuk menjawab tantangan keterbatasan akses terhadap pasar dan teknologi yang dialami oleh pelaku usaha lokal. Melalui pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan platform digital seperti media sosial, marketplace dan aplikasi pemasaran, diharapkan masyarakat Dusun Ciater memperoleh keterampilan yang relevan untuk meningkatkan eksistensi dan daya saing produk mereka. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menjadi solusi terhadap masalah pemasaran yang selama ini dihadapi, serta berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

2. Paradigma dan Pendekatan

Dalam ranah ilmu pengetahuan, paradigma dipahami sebagai suatu kerangka konseptual yang menjadi dasar dalam memahami dan melaksanakan penelitian di bidang tertentu. Paradigma tersebut turut memengaruhi cara manusia memandang realitas serta mengelola informasi yang diperolehnya (McGregor & Murnane, 2010). Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah pragmatisme, yaitu pendekatan filsafat yang menekankan pada aspek praktis, fungsional dan kebermanfaatan nyata dari suatu tindakan atau pengetahuan. Paradigma pragmatisme berangkat dari pandangan bahwa kebenaran bukan sekadar sesuatu yang harus dibuktikan secara teoritis, melainkan sesuatu yang harus mampu

memecahkan persoalan nyata di Masyarakat (Kaushik & Walsh, 2019). Oleh karena itu, penelitian dengan paradigma ini berorientasi pada tindakan, hasil dan dampak nyata yang dihasilkan dari suatu proses penelitian. Hal ini selaras dengan pendekatan riset aksi yang digunakan dalam penelitian ini, di mana tidak hanya melakukan observasi atau analisis, tetapi juga terlibat langsung dalam proses perubahan sosial melalui pelatihan digital marketing kepada masyarakat. Tujuan program pelatihan digital marketing untuk memberikan keterampilan praktis dan membuka akses ekonomi masyarakat ke ranah digital.

Pendekatan partisipatif menjadi metode yang relevan dalam merumuskan kebutuhan pembangunan desa dan daerah, di mana masyarakat ditempatkan sebagai aktor utama dalam proses pembangunan. Pendekatan ini memberikan ruang bagi masyarakat akar rumput untuk turut menyusun dan menetapkan kebijakan di tingkat lokal (Salter dkk., 2010). Mukarom dan Aziz (2023) juga menegaskan bahwa pendekatan partisipatif mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam mengidentifikasi masalah yang dihadapi, merancang program berdasarkan permasalahan tersebut, serta terlibat langsung dalam setiap tahap pelaksanaan program yang telah disepakati secara kolektif.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah PKM SISDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Pemberdayaan Masyarakat). PKM SISDAMAS adalah riset yang dilakukan berdasarkan aksi nyata dengan pengembangan partisipatif masyarakat serta menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam menganalisis masyarakat (Mukarom & Aziz, 2023).

PKM SISDAMAS dilaksanakan melalui empat siklus yang saling berkesinambungan. Siklus pertama diawali dengan rembug warga, sosialisasi awal, dan refleksi untuk membangun kepercayaan, menggali persoalan, serta merumuskan harapan bersama. Siklus kedua kemudian berfokus pada pemetaan sosial dan pengorganisasian masyarakat melalui transect walk serta pembentukan organisasi penggerak pemberdayaan. Siklus ketiga selanjutnya dilakukan melalui perencanaan partisipatif dan sinergi program dengan melibatkan masyarakat dan pemerintah dalam menyusun program peningkatan kapasitas, khususnya di bidang digital. Siklus keempat akhirnya dilaksanakan dalam bentuk pelaksanaan program berdasarkan skala prioritas yang disertai monitoring dan evaluasi oleh organisasi masyarakat sehingga keseluruhan proses PKM SISDAMAS berjalan secara sistematis, partisipatif, dan berkelanjutan.

Merencanakan, merumuskan dan menyelesaikan masalah mereka sendiri dengan mendayagunakan seluruh potensi serta sumber daya yang ada pada metode riset aksi termasuk dalam metodologi penelitian kualitatif, karena data yang diamati dan dikumpulkan tidak hanya data yang berbentuk angka melainkan data yang berbentuk pemahaman berdasarkan suatu fenomena dan persoalan manusia (Glanz, 2014).

4. Jenis data dan Sumber

a. Jenis Data

Data merupakan elemen penting yang berfungsi sebagai dasar pembuktian dalam penyusunan suatu informasi. Sementara itu, informasi adalah output dari proses pengolahan data yang dimanfaatkan untuk tujuan tertentu (Sahir, 2021).

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, yang mencakup proses pelaksanaan pemberdayaan serta hasil yang diperoleh dari implementasi program pemberdayaan tersebut. Jenis data dalam penelitian ini mencakup:

- 1) Proses pengorganisasian program ekonomi masyarakat melalui digital marketing di Dusun Ciater. Data ini bersifat deskriptif dan menjelaskan tahapan awal implementasi, termasuk perencanaan, pembagian tugas, pengelolaan sumber daya, pihak-pihak yang terlibat, serta strategi yang digunakan dalam menyiapkan program. Data diperoleh melalui wawancara, observasi dan pengumpulan keterangan dari pengelola program serta stakeholder setempat.
- 2) Interpretasi terhadap program ekonomi masyarakat melalui digital marketing di Dusun Ciater. Data mencakup pemahaman, persepsi dan cara pandang pelaksana program, peserta pelatihan, serta masyarakat terhadap tujuan, isi dan manfaat program digital marketing. Data ini dihimpun melalui wawancara mendalam dan transect untuk menemukan faktor pendukung, hambatan, serta tingkat kesadaran masyarakat dalam menerima program.
- 3) Penerapan program ekonomi masyarakat melalui digital marketing di Dusun Ciater. Data berupa deskripsi atau narasi yang menjelaskan pelaksanaan langsung kegiatan, hasil yang diperoleh, perubahan yang terjadi dan bentuk pemanfaatan digital marketing dalam aktivitas ekonomi warga. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan

terhadap praktik pemasaran digital yang dilakukan masyarakat serta dokumentasi kegiatan program.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Data primer dalam penelitian ini merujuk pada data yang dikumpulkan secara langsung di lapangan melalui teknik observasi dan wawancara terhadap informan (Sugiyono, 2013). Sumber utama data primer berasal dari Ketua himpunan pemuda Ciater, Ketua wilayah, serta perwakilan Ibu-ibu kader. Pengumpulan data dilakukan oleh kelompok mahasiswa dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang tergabung dalam tim pemberdayaan dan mendapat mandat untuk melaksanakan kegiatan pemberdayaan di dusun Ciater. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dan diskusi bersama dengan pemerintah desa, tokoh masyarakat, serta warga dusun Ciater. Seluruh kegiatan ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai potensi lokal, permasalahan yang dihadapi, serta harapan masyarakat sebagai dasar dalam merumuskan upaya pemberdayaan menuju kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh secara tidak langsung, yaitu melalui studi kepustakaan dan telaah terhadap berbagai sumber informasi seperti literatur ilmiah, jurnal, buku, surat kabar, maupun dokumen relevan lainnya (Sugiyono, 2013). Sumber data sekunder yang digunakan meliputi dokumen resmi

milik dusun Ciater serta data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang berkaitan dengan kondisi demografis dan sosial ekonomi dusun tersebut.

5. Penentuan Informan atau Unit Penelitian

a. Informan dan Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah program pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pelatihan digital marketing yang dijalankan di wilayah Panjalu. Unit analisis ini menjadi fokus kajian untuk melihat bagaimana implementasi program berjalan, strategi yang digunakan, serta dampaknya terhadap peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat.

Informan utama dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Penyelenggara program yaitu PAMBER (Himpunan Pemuda Ciater)
- 2) Peserta pelatihan digital marketing, yaitu masyarakat atau pelaku usaha kecil yang mengikuti program tersebut.
- 3) Tokoh masyarakat setempat yang memahami kondisi sosial ekonomi wilayah Panjalu yaitu pak Agus Misbah sebagai kepala wilayah dusun Ciater.

b. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Kriteria informan ditetapkan sebagai berikut:

- 1) Memiliki keterlibatan langsung dalam pelaksanaan atau penerimaan manfaat dari program pelatihan digital marketing.

- 2) Memiliki pemahaman dan pengalaman yang cukup terkait proses pemberdayaan masyarakat di Panjalu.
- 3) Bersedia memberikan informasi secara terbuka dan mendalam terkait pelaksanaan program.

6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini meliputi beberapa metode sebagai berikut:

a. *Transect*

Teknik *transect* atau penelusuran lokasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengalaman langsung di lapangan dengan cara menyusuri wilayah tertentu berdasarkan rute yang telah dirancang sebelumnya, yang disesuaikan dengan hasil identifikasi awal melalui pemetaan sosial. Tujuan dari teknik ini adalah untuk memperoleh informasi secara menyeluruh dan mendalam mengenai kondisi wilayah, baik dari segi potensi yang dimiliki maupun permasalahan yang dihadapi masyarakat (Mukarom & Aziz, 2023). Dalam konteks penelitian ini, penelusuran dilakukan di Dusun Ciater, Desa Panjalu, sebagai bagian dari upaya untuk memahami situasi aktual di lapangan. Hasil dari proses *transect* ini kemudian digunakan sebagai dasar penyusunan program pemberdayaan masyarakat berbasis digitalisasi marketing, khususnya dalam pelaksanaan kegiatan pada Siklus I dalam pendekatan riset aksi.

b. Wawancara

Metode wawancara digunakan sebagai salah satu teknik pengumpulan data untuk mendukung proses penggalan informasi yang relevan dengan fokus

penelitian. Wawancara dilakukan dalam bentuk interaksi langsung antara peneliti dan informan guna memperoleh data yang akurat dan mendalam (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, wawancara dilaksanakan melalui sesi tanya jawab dengan berbagai pihak yang berperan penting di lingkungan Dusun Ciater, seperti Ketua Himpunan Pemuda Ciater, Ketua Wilayah, serta perwakilan kader Ibu-ibu.

c. *Focus Group Discussion*

Focus Group Discussion (FGD) merupakan salah satu metode pengumpulan data dan informasi yang dilakukan secara sistematis berdasarkan topik yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam penelitian kualitatif, *FGD* diselenggarakan melalui diskusi terfokus yang dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan bersama antara pihak-pihak yang terlibat (Afiyanti, 2008). Dalam penelitian ini, metode *FGD* diterapkan dengan melibatkan pemangku kepentingan lokal, termasuk aparat pemerintah desa, patriot desa, tokoh masyarakat, serta warga di lokasi penelitian, sebagai bagian dari upaya eksplorasi mendalam terhadap kondisi sosial dan kebutuhan masyarakat.

d. Studi Dokumen

Studi dokumen dalam penelitian ini diambil dari buku dan jurnal untuk memperoleh informasi terkait digital marketing. Studi dokumen merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data yang bertujuan untuk memperoleh informasi terkait variabel-variabel penelitian melalui penelaahan terhadap berbagai jenis dokumen, seperti catatan lapangan, transkrip, buku, laporan, maupun media cetak lainnya (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, studi dokumen digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui metode lain, dengan mengkaji dokumen-

dokumen seperti laporan hasil kegiatan riset aksi pemberdayaan, serta dokumen profil resmi Dusun Ciater dan Desa Panjalu.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik untuk memastikan keabsahan data dilakukan guna menjamin bahwa data yang diperoleh selama proses penelitian memiliki tingkat akurasi dan kredibilitas yang tinggi, sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi, yaitu dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber informan serta melakukan verifikasi langsung terhadap aktivitas yang telah dilaksanakan di lapangan. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh konsistensi data dan memperkuat validitas temuan penelitian.

8. Teknik Analisis Data

Sugiyono, (2013) menyatakan bahwa analisis data dalam suatu penelitian harus disesuaikan dengan jenis dan relevansi data yang dikumpulkan. Analisis data merupakan bagian penting dari metode penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan interpretasi yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah serta dapat diuji keabsahannya melalui berbagai sumber, seperti komunikasi, catatan lapangan, maupun dokumen yang tersedia.

Dalam penelitian kualitatif, proses analisis data dilakukan secara berkelanjutan dan berlangsung seiring dengan proses pengumpulan data di lapangan (Sugiyono, 2013). Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data interaktif yang dikembangkan oleh Huberman & Miles, (1983), yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu:

a. Reduksi Data

Setelah proses pengumpulan data di lapangan selesai dilakukan, tahapan berikutnya adalah melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses selektif yang dilakukan untuk menyaring dan merangkum informasi yang dianggap paling relevan dengan fokus dan tujuan penelitian. Tahap ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman terhadap data yang terkumpul serta mengarahkan analisis ke arah yang lebih terfokus. Dalam proses ini, data dapat disempurnakan, disusun ulang, atau bahkan dieliminasi karena tidak memiliki keterkaitan langsung dengan permasalahan penelitian. Pada penelitian ini, data yang diperoleh dari kegiatan riset aksi yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung bersama masyarakat Dusun Ciater akan direduksi dengan cara memilah dan mengelompokkan informasi sesuai dengan fokus utama, yaitu pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui digitalisasi marketing.

b. Display Data

Setelah tahap reduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan data yang telah dipilih secara sistematis. Penyajian data bertujuan agar dapat terlihat pola, hubungan dan kecenderungan yang terjadi di lapangan dengan lebih jelas. Data dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti narasi deskriptif, tabel, grafik, matriks, atau diagram visual lainnya. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi tekstual yang menggambarkan secara rinci proses pemberdayaan masyarakat Dusun Ciater oleh tim mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, khususnya dalam upaya penerapan strategi pemasaran digital untuk mengatasi kendala ekonomi lokal.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Setelah melalui tahapan reduksi dan penyajian data, langkah akhir dalam proses analisis adalah melakukan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Verifikasi dilakukan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil benar-benar didasarkan pada data yang akurat, valid dan konsisten. Proses ini penting agar temuan penelitian memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Kesimpulan yang dianggap kredibel adalah kesimpulan yang didukung oleh bukti-bukti yang kuat dan tetap konsisten ketika dilakukan pengecekan ulang atau konfirmasi di lapangan. Dalam konteks penelitian ini, dilakukan verifikasi dengan menyertakan bukti konkret terkait proses pemberdayaan dan hasil yang dicapai melalui keterlibatan aktif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam program pemberdayaan masyarakat Dusun Ciater. Program ini berfokus pada peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat melalui implementasi strategi digitalisasi pemasaran yang dirancang berdasarkan kebutuhan dan potensi lokal.

9. Lokasi dan Rencana Jadwal Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Dusun Ciater, Desa Panjalu, Kecamatan Panjalu, Kabupaten Ciamis, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

b. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini berlangsung sejak dikeluarkannya izin penelitian kurang lebih 2 (dua) bulan yaitu bulan Desember hingga Januari.