

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital dewasa ini membawa pengaruh besar terhadap berbagai bidang kehidupan, termasuk dunia pendidikan (Kaller, 2016). Di era revolusi industri 4.0, keterampilan dalam mengelola media digital menjadi kebutuhan penting bagi generasi muda agar mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman (Erma Erviandari 2008). Salah satu kemampuan yang banyak dibutuhkan adalah penguasaan strategi pemasaran digital (digital marketing), karena keterampilan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi profesional, tetapi juga menumbuhkan kreativitas, inovasi, dan jiwa kewirausahaan.

Namun di sisi lain, tidak semua lembaga pendidikan memiliki kesempatan yang sama dalam mengembangkan potensi tersebut. Sebagian lembaga pendidikan hanya memanfaatkan media digital untuk mempromosikan lembaganya atau mempublikasikan prestasi akademik, seperti kegiatan organisasi intra sekolah. Padahal, pengembangan potensi dan kreativitas siswa juga perlu dipublikasikan agar dapat menjadi sumber motivasi, kebanggaan, serta daya saing bagi para siswa di lembaga lainnya (Nurjannah, 2023).

Generasi muda saat ini sangat mahir dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama di bidang kewirausahaan (Rinintha Paramswari 2014). Banyak di antara mereka, termasuk siswa sekolah menengah, yang telah berhasil menjalankan usaha melalui media sosial dengan strategi digital

marketing yang kreatif. Mereka memasarkan produk seperti makanan, pakaian, dan kerajinan dengan memanfaatkan konten yang menarik, sehingga mampu memikat konsumen dan meningkatkan hasil penjualan. Fenomena ini menunjukkan bahwa dunia digital telah menjadi ruang ekspresi baru bagi anak muda untuk mengembangkan potensi, berinovasi, dan menunjukkan identitas diri mereka. Melalui kreativitas dalam membuat konten dan mengelola promosi digital, para siswa dapat belajar berpikir kritis, berkomunikasi efektif, serta memahami dinamika pasar secara langsung.

Fenomena tersebut menunjukkan pentingnya pendidikan yang tidak hanya berfokus pada aspek akademik, tetapi juga pada pemberdayaan potensi digital siswa. Salah satu kemampuan yang banyak dibutuhkan adalah penguasaan strategi pemasaran digital (digital marketing), karena keterampilan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi profesional, tetapi juga menumbuhkan kreativitas, inovasi, dan jiwa kewirausahaan.

Desa Ciptasari merupakan salah satu desa di Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang, dengan karakteristik masyarakat yang sebagian besar bekerja di sektor pertanian dan perdagangan kecil. Berdasarkan data dari Pemerintah Desa Ciptasari (2023), jumlah penduduknya mencapai sekitar 3.200 jiwa dengan tingkat pendidikan yang didominasi lulusan sekolah menengah. Akses terhadap teknologi digital di desa ini mulai meningkat seiring dengan ketersediaan jaringan internet dan penggunaan ponsel pintar oleh masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Kondisi ini menjadi peluang besar bagi lembaga pendidikan seperti SMK Cipta

Karya untuk mengembangkan potensi kewirausahaan berbasis digital di lingkungan pedesaan. Sekolah yang berhasil menerapkan nilai tersebut adalah SMK Cipta Karya di Desa Ciptasari, yang telah mengembangkan model kewirausahaan digital berbasis aset lokal.

Selain itu, kemampuan dalam digital marketing juga membentuk karakter kewirausahaan yang kuat, seperti kerja keras, ketekunan, dan tanggung jawab terhadap hasil karya sendiri. Jika potensi ini diarahkan dan difasilitasi dengan baik oleh lembaga pendidikan, maka sekolah tidak hanya menjadi tempat belajar akademik, tetapi juga menjadi pusat pemberdayaan yang menumbuhkan kemandirian ekonomi dan kreativitas generasi muda. Oleh karena itu, penting bagi lembaga pendidikan untuk melihat peluang besar dari kemampuan digital siswa dan menjadikannya bagian dari proses pembelajaran yang kontekstual, kreatif, dan berorientasi pada pengembangan potensi diri.

Inisiatif semacam ini tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga mampu memperkuat ekosistem sekolah yang berdaya secara sosial dan ekonomi. Sekolah yang mampu memfasilitasi kegiatan kewirausahaan digital akan menumbuhkan budaya produktif di kalangan siswa, dimana mereka tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga pencipta dan pengelola peluang. Hal ini menjadi langkah strategis dalam membentuk generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan zaman sekaligus memiliki kesadaran sosial untuk berkontribusi terhadap lingkungan sekitarnya (Yuniawati, n.d.).

Inisiatif lokal tersebut menjadi salah satu bentuk kepemimpinan sosial yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat berbasis pendidikan. Dalam upaya meningkatkan kemandirian siswa, sekolah mengembangkan program kewirausahaan sederhana berupa kegiatan berdagang dan pembuatan konten digital. Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya belajar menjual produk, tetapi juga mengasah kreativitas dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Menariknya, hasil dari kegiatan berdagang ini dikelola secara mandiri oleh para siswa untuk kebutuhan kegiatan sekolah mereka sendiri, mencerminkan semangat “dari mereka, oleh mereka, dan untuk mereka.”

Kondisi ini dapat dilihat di SMK Cipta Karya Desa Ciptasari, sebuah lembaga pendidikan yang berdiri atas dasar kepedulian sosial dari kepala sekolah terhadap anak-anak yang berasal dari keluarga ekonomi menengah ke bawah. Banyak siswa di sekolah ini berasal dari latar belakang keluarga dengan keterbatasan ekonomi, bahkan sebagian besar tidak mampu membayar biaya sekolah. Karena itu, kepala sekolah berinisiatif mendirikan sekolah yang bersifat non-profit, di mana seluruh kegiatan belajar-mengajar diberikan secara gratis. Langkah ini merupakan bentuk nyata kepedulian sosial dan upaya untuk menciptakan pemerataan kesempatan pendidikan bagi seluruh lapisan masyarakat.

Meskipun keterbatasan ekonomi menjadi tantangan utama, siswasiswa di SMK Cipta Karya memiliki semangat belajar, kreativitas, dan potensi yang tinggi. Kepala sekolah kemudian berinovasi untuk mengembangkan program kewirausahaan berbasis digital yang

memungkinkan siswa belajar berdagang sekaligus mempraktikkan keterampilan pemasaran digital. Dalam program ini, siswa diajak untuk membuat produk sederhana, mempromosikannya melalui media sosial, dan mengelola hasil penjualannya secara mandiri. Hasil penjualan tersebut digunakan kembali untuk kepentingan kegiatan siswa, sehingga muncul prinsip dari mereka, oleh mereka, dan untuk mereka. Kegiatan ini tidak hanya menjadi sarana belajar praktik bisnis, tetapi juga menjadi wadah bagi siswa untuk menyalurkan ide-ide kreatif melalui desain konten, video promosi, serta penggunaan platform digital seperti Instagram, dan WhatsApp.

Kegiatan tersebut menunjukkan adanya potensi besar yang dimiliki oleh komunitas sekolah, baik dari aspek keterampilan siswa, semangat gotong royong, maupun dukungan guru dan kepala sekolah sebagai penggerak utama. Potensi dan kekuatan lokal inilah yang dalam pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) disebut sebagai aset komunitas. Pendekatan ABCD berfokus pada pengembangan masyarakat dengan memanfaatkan aset yang sudah ada, seperti keterampilan, pengalaman, jaringan sosial, serta nilai-nilai yang tumbuh di lingkungan tersebut (Knight). Dengan cara ini, proses pemberdayaan tidak berangkat dari kekurangan, tetapi dari kekuatan yang dimiliki masyarakat itu sendiri.

Selain itu, perkembangan teknologi yang begitu cepat menuntut lembaga pendidikan untuk tidak hanya fokus pada peningkatan aspek akademik, tetapi juga pada penguatan soft skills dan kemampuan adaptif siswa terhadap perubahan zaman. Penerapan strategi pemasaran digital di

lingkungan sekolah menjadi salah satu bentuk inovasi pembelajaran yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya mendapatkan pengalaman praktik kewirausahaan, tetapi juga belajar tentang kolaborasi, kepemimpinan, dan tanggung jawab sosial dalam mengelola kegiatan produktif.

Pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) dalam konteks pendidikan dapat menjadi model efektif dalam menumbuhkan kesadaran siswa terhadap potensi dirinya dan lingkungannya. Dengan berfokus pada kekuatan yang telah ada, seperti kreativitas, semangat belajar, dan dukungan komunitas sekolah, pendekatan ini membantu menciptakan lingkungan belajar yang partisipatif dan memberdayakan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan sebagai upaya untuk memperkuat peran sekolah dalam mencetak generasi muda yang tidak hanya cerdas secara akademik, tetapi juga tangguh, kreatif, dan mandiri dalam menghadapi tantangan era digital.

Pendekatan ini sangat sejalan dengan nilai-nilai dalam Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), yang menempatkan manusia sebagai makhluk berpotensi (fitrah) dan memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan dirinya sesuai dengan prinsip amanah, kerja keras, dan kemandirian (Sapari et al., 2025). Dalam Islam, pemberdayaan merupakan bentuk ikhtiar untuk memuliakan manusia agar mampu berdiri di atas kakinya sendiri tanpa bergantung pada pihak lain. Konsep pemberdayaan dalam Islam juga menekankan pentingnya perubahan dari dalam diri manusia. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Ar-Ra'd ayat

11: *“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”* (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019). Ayat ini menjadi landasan moral bahwa perubahan sosial dan peningkatan kesejahteraan harus dimulai dari dalam diri dan potensi yang dimiliki oleh setiap individu maupun komunitas.

Meskipun berbagai sekolah kejuruan telah mulai menerapkan kegiatan kewirausahaan dan pembelajaran berbasis digital, sebagian besar masih berfokus pada aspek teknis pemasaran tanpa memperhatikan potensi dan aset yang dimiliki siswa maupun lingkungan sekolah. Padahal, dalam konteks pemberdayaan, penting untuk mengembangkan strategi pembelajaran yang tidak hanya mentransfer keterampilan, tetapi juga menumbuhkan kesadaran siswa akan kekuatan yang mereka miliki. Selain itu, penelitian terdahulu mengenai penerapan digital marketing di lingkungan pendidikan umumnya menyoroti peningkatan kemampuan teknis promosi produk, namun belum banyak yang mengaitkannya dengan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang berorientasi pada pemberdayaan dan pengembangan potensi lokal. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan (gap) antara praktik pembelajaran digital marketing yang bersifat teknis dengan upaya pemberdayaan siswa yang memanfaatkan aset dan kekuatan komunitas sekolah.

Berdasarkan realitas tersebut, penelitian ini berfokus pada pemberdayaan kreativitas siswa melalui strategi pemasaran digital berbasis

aset dengan menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) di SMK Cipta Karya Desa Ciptasari sesuai dengan teori dari Kretzmann & McKnight 1993. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan bagaimana pemanfaatan potensi dan aset siswa serta lingkungan sekolah mampu menumbuhkan kreativitas, kemandirian, dan daya saing mereka di era digital. Selain itu, penelitian ini juga menjadi bentuk implementasi nyata dari paradigma Pengembangan Masyarakat Islam yang berorientasi pada pemberdayaan, partisipasi, dan keberlanjutan.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan pemahaman teoritis mengenai penerapan pendekatan ABCD di lingkungan pendidikan, tetapi juga menjadi inspirasi nyata dalam mengembangkan kemandirian dan kreativitas siswa berbasis nilai-nilai Islam di era digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan praktik pendidikan berbasis pemberdayaan, dimana siswa diposisikan sebagai subjek aktif dalam menciptakan perubahan sosial di lingkungannya.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka fokus penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Digital Melalui Pemberdayaan Kreativitas Siswa, dari fokus diatas diajukan pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pemberdayaan kreativitas siswa dalam mendukung strategi pemasaran digital?
2. Bagaimana implementasi strategi pemasaran digital di SMK Cipta Karya?

3. Bagaimana penerapan pendekatan *Asset- Based Community Development* (ABCD) mampu mendorong pemberdayaan siswa dalam mengembangkan kreativitas dan kemandirian ekonomi di SMK Cipta Karya Desa Ciptasari?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan proses pemberdayaan kreativitas siswa dalam mendukung strategi pemasaran digital di SMK Cipta Karya.
2. Untuk menganalisis implementasi strategi pemasaran digital yang dilakukan sekolah, khususnya dalam memanfaatkan kreativitas siswa sebagai aset utama.
3. Untuk menganalisis bagaimana penerapan pendekatan *AsetBased Community Development* (ABCD) mampu mendorong pemberdayaan siswa dalam mengembangkan kreativitas dan kemandirian ekonomi di SMK Cipta Karya Desa Ciptasari.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membawakan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penelitian dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), khususnya dalam penerapan pendekatan. *Asset-Based Community Development* (ABCD) di lingkungan pendidikan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi mahasiswa atau peneliti lain yang tertarik mengkaji pemberdayaan siswa melalui strategi pemasaran digital sebagai sarana pengembangan kreativitas dan kemandirian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Sekolah

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi pihak SMK Cipta Karya Desa Ciptasari dalam mengembangkan program pemberdayaan siswa melalui kegiatan kewirausahaan digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu sekolah merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kreativitas, semangat belajar, dan kemandirian ekonomi siswa

b. Bagi Siswa

Penelitian ini diharapkan dapat memotivasi siswa untuk mengenali dan mengembangkan potensi yang mereka miliki, terutama dalam bidang pemasaran digital. Dengan memanfaatkan aset yang ada, siswa dapat belajar menjadi

individu yang kreatif, produktif, dan berjiwa wirausaha, sehingga mampu berkontribusi terhadap kemajuan diri dan lingkungannya.

c. Bagi Masyarakat dan Pemerintah Desa

Hasil penelitian ini dapat menjadi contoh praktik baik (*best practice*) bagi masyarakat dan pemerintah desa dalam mengembangkan program pemberdayaan berbasis pendidikan. Pendekatan *Aset-Based Community Development* (ABCD) dapat diterapkan dalam kegiatan lain untuk membangun masyarakat yang mandiri, inovatif, dan berdaya saing, sesuai dengan nilai-nilai Islam dan semangat gotong royong.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoritis

a. Strategi

Istilah strategi memiliki beragam definisi menurut para ahli dalam literatur masing-masing. Secara etimologis, kata strategi berasal dari bahasa Yunani *Strategos*, yang merupakan gabungan dari *Stratos* (yang berarti tentara) dan *Ego* (yang berarti pemimpin). Dengan demikian, strategi pada dasarnya adalah suatu rancangan atau pola tindakan yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu.

b. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan berasal dari kata dasar “daya” yang artinya kekuatan atau kemampuan. Secara etimologis, pemberdayaan

merupakan terjemahan dari kata *empowerment* yang berarti memberikan daya atau kekuatan kepada pihak yang tidak berdaya. Menurut (Hamid, 2018) pemberdayaan memiliki arti memberikan daya upaya atau kekuatan kepada kelompok yang marjinal atau yang bisa disebut kelompok kemiskinan.

c. Kreativitas Siswa

Kreativitas berasal dari kata *to create* yang artinya mencipta. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kreatif berarti memiliki daya cipta atau kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Sudarma (2013) menyebutkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik berupa ide maupun karya yang konkret.

d. Digital Marketing

Menurut Ridwan Sanjaya (2009) digital marketing ini atau pemasaran digital merupakan strategi pemasaran yang menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau layanan kepada konsumen melalui platform digital.

e. Asset Based Community Development (ABCD)

Pendekatan pengembangan masyarakat berbasis aset (AssetBased Community Development/ABCD) merupakan metode pembangunan yang berfokus pada pemanfaatan kekuatan, potensi, dan aset yang telah dimiliki oleh komunitas sebagai penggerak utama dalam proses pengembangan. Berbeda dari pendekatan berbasis kebutuhan (needs-based approach) yang berangkat dari

permasalahan, ABCD menekankan bahwa setiap komunitas memiliki kekayaan berupa sumber daya, keterampilan, serta jaringan sosial yang dapat dioptimalkan untuk mendorong perubahan positif dan berkelanjutan dari dalam komunitas itu sendiri.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMK Cipta karya RT 03, RW 03 Desa Ciptasari Kecamatan Pamulihan Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena SMK Cipta karya merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berfokus pada pengembangan potensi siswa dari latar belakang ekonomi menengah kebawah. Sekolah ini dikenal dengan wirausaha berbasis digital yang melibatkan para siswa secara aktif dalam kegiatan pemasaran.

Selain itu, SMK Cipta karya memiliki karakteristik yang unik karena mengembangkan kegiatan pemberdayaan siswa melalui pendekatan *AssetBased Community Development* (ABCD), yang dimana aset dan potensi lokal seperti keterampilan siswa, dukungan guru, serta lingkungan sekolah dimanfaatkan untuk menumbuhkan kreativitas dan kemandirian ekonomi.

Maka dengan itu, lokasi ini dinilai relevan untuk meneliti Implementasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Pemberdayaan Kreativitas Siswa sesuai dengan fokus penelitian.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis (interpretatif) yaitu paradigma yang berorientasi pada pemahaman terhadap tindakan sosial berdasarkan perspektif subjek yang terlibat didalamnya. Paradigma ini memandang bahwa realitas sosial ini dibangun melalui interaksi, pengalaman, dan interpretasi individu terhadap lingkungannya. (Creswell, 2014).

Dalam konteks penelitian ini, paradigma konstruktivis digunakan untuk memahami bagaimana para guru, siswa, dan komunitas sekolah di SMK Cipta Karya ini bisa memaknai proses-proses pemberdayaan kreativitas melalui penerapan strategi pemasaran digital berbasis aset. Penelitian ini membantu peneliti menggali pengalaman, persepsi, dan nilai-nilai yang membentuk tindakan sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Setyosari (2010) penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial, dengan cara menggali makna, pandangan dan pengalaman dari subjek penelitian melalui observasi, wawancara, serta analisis terhadap konteks kehidupan mereka.

Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan awal penelitian, yaitu untuk memahami proses pemberdayaan kreativitas siswa melalui strategi pemasaran digital yang dilakukan di SMK Cipta Karya di Desa Ciptasari.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Riset Aksi yang berjenis *Participatory Action Research* (PAR) atau yang sering disebut dengan penelitian aksi partisipatif. Metode ini merupakan metode penelitian yang mengutamakan keterlibatan aktif partisipan (komunitas) dalam seluruh proses penelitian, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan tindakan, pelaksanaan kegiatan, hingga refleksi bersama (Mc Taggart, 1991).

Dalam proses pemberdayaan yang dikaji dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) sebagai kerangka kerja pembangunan program.

Menurut Kretzmann & McKnight (1993), pendekatan ABCD terdiri atas lima tahapan utama yang dikenal dengan 5D, masing-masing tahapan tersebut mempunyai fungsinya masing-masing untuk membantu komunitas menggali aset, merumuskan mimpi bersama, merancang strategi, menentukan prioritas, serta memastikan keberlanjutan program. Berikut 5D tahapan tersebut :

1. *Discovery* (Pengungkapan Informasi)

Proses peninjauan ulang terhadap potensi yang dimiliki oleh masyarakat merupakan langkah awal yang bertujuan untuk mengidentifikasi aset, kekuatan, dan kemampuan yang ada. Pada tahap pertama ini dilakukan penggalian informasi mengenai keterampilan, kreativitas, sumber daya, dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung perubahan yang diinginkan.

2. *Dream* (Mimpi)

Pada tahap kedua ini, masyarakat atau peserta dilibatkan untuk merancang harapan serta menggambarkan kondisi ideal yang ingin dicapai di masa depan.

3. *Design* (perancang strategi)

Untuk tahap selanjutnya merupakan proses merancang Langkah-langkah yang sebelumnya sudah dirumuskan. Pada bagian ketiga ini komunitas menyusun rencana konkret mengenai program atau kegiatan yang akan dilaksanakan. Yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan serta harapan yang telah diidentifikasi bersama.

4. *Define* (penetapan prioritas tindakan)

Pada tahap *Define* ini, komunitas menentukan prioritas atau tindakan yang dianggap paling mendesak dan memiliki potensi besar untuk dilaksanakan. Proses ini membantu menyaring rencana agar bisa fokus pada kegiatan yang mungkin dijalankan dengan serba keterbatasan, dimulai dari waktu, aset, dan kemampuan. Tahap ini bisa memastikan bahwa sstiap langkah yang diambil terarah.

5. *Destiny* (Implementasi dan Keberlanjutan)

Untuk tahap yang terakhir ini merupakan tahap pelaksanaan rencana yang sebelumnya telah disusun sekaligus penguatan untuk program. Pada tahap ini komunitas menjalankan strategi yang sebelumnya sudah ditetapkan. Untuk tujuan utamanya yaitu memastikan perubahan yang dilaksanakan bisa memberikan dampak yang panjang melalui komitmen.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah jenis data kualitatif. Jenis ini dapat eksplorasi secara komprehensif, secara luas, secara mendalam, dan menyeluruh terhadap situasi sosial yang sedang diteliti (Ardyan et al., 2023). Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar. Jenis-jenis data ini merupakan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan peneliti. Disesuaikan dengan pertanyaan penelitian yaitu:

1. Data terkait bagaimana proses pemberdayaan kreativitas siswa dalam mendukung strategi pemasaran digital di SMK Cipta Karya.
2. Data terkait bagaimana implementasi strategi pemasaran digital di SMK Cipta Karya.
3. Data terkait bagaimana penerapan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) dalam mendorong pemberdayaan siswa untuk mengembangkan kreativitas dan kemandirian ekonomi di SMK Cipta Karya Desa Ciptasari.

b. Sumber Data

Menurut Sugiyono (2013), sumber data dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan, untuk memperoleh data mengenai:

1. Proses pemberdayaan kreativitas siswa dalam mendukung strategi pemasaran digital, peneliti memperoleh data primer dari Kepala Sekolah SMK Cipta Karya Desa Ciptasari sebagai informan utama. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari guru yang turut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.
2. Implementasi strategi pemasaran digital, peneliti memperoleh data primer dari siswa SMK Cipta Karya yang terlibat secara langsung dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Adapun data sekunder diperoleh dari guru-guru yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.
3. Penerapan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) dalam mendorong pemberdayaan siswa guna mengembangkan kreativitas dan kemandirian ekonomi di SMK Cipta Karya Desa Ciptasari, peneliti memperoleh data primer dari kepala sekolah dan siswa sebagai informan utama. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari guru-guru serta masyarakat yang terlibat atau mengetahui pelaksanaan kegiatan tersebut.

5. Penentuan Informan dan Unit Penelitian

a. Informan dan Unit Analisis

Dalam penelitian ini, informan yang peneliti ambil informasinya adalah orang yang mengetahui aktivitas siswa di lokasi penelitian dan menguasai serta berkontribusi dalam

strategi pemasaran digital yaitu Umi Desy sebagai kepala sekolah di SMK Cipta Karya. Siswa SMK Cipta Karya menjadi Grand informan sekaligus sumber data dalam penyusunan karya tulis penelitian ini. Adapun informan lainnya adalah siswa SMK Cipta Karya lainnya, guru-guru yang satu lingkungan.

b. Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan purposive sampling, yang memilih informan berdasarkan sejumlah pertimbangan. Dalam hal ini, informan yang dipilih harus memiliki pengalaman, pemahaman, dan keterlibatan secara langsung dalam program kegiatan yang sedang diteliti.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013) Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara yang dilakukan adalah berdasarkan panduan yang telah ditentukan. Peneliti ingin meminta informasiinformasi kepada narasumber mengenai awal mula adanya inovasi terkait pemasaran digital, sehingga siswa termotivasi, dan juga kepada masyarakat sekitar dengan menggali atau menanyakan pengalaman, dan makna terkait

dengan pemanfaatan aset untuk mengembangkan pemasaran digital yang mereka lakukan.

b. Observasi

Observasi ini dilaksanakan dengan peneliti yang ikut turun langsung ke lokasi penelitian, yaitu udi sekitar lingkungan sekolah SMK Cipta Karya. Dengan observasi ini, peneliti berusaha untuk mendapatkan gambaran mengenai kegiatan siswa dan pemanfaatan aset-aset ang ada untuk mendukung kegiatan pemasaran digital.

c. *Focus Group Discussion* (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) merupakan metode pengumpulan data dan informasi yang dilakukan secara sistematis melalui diskusi kelompok mengenai suatu permasalahan yang digunakan dalam penelitian kualitatif yang dimana bisa memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait isu sosial (Prasetya, 2023). Pada penelitian ini menggunakan teknik *Focus Group Discussion* bersama kepala sekolah, guru, siswa SMK Cipta Kara dan masyarakat ditempat penelitian tersebut.

d. Dokumentasi

Teknik ini berfungsi untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari observasi dan wawancara. Dokumentasi juga merupakan catatan penting dari satu peristiwa atau fenomena.

Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental.

Menurut Sugiyono (2018:476), dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

7. Teknik Penentuan dan Keabsahan Data

Teknik keabsahan data merupakan metode yang digunakan untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh dalam penelitian adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan. Salah satu cara yang umum digunakan oleh peneliti untuk menilai keabsahan data adalah melalui teknik triangulasi, yaitu suatu teknik yang memeriksa keabsahan data dengan memanfaatkan sumber lain di luar data itu sendiri yang bertujuan untuk verifikasi atau sebagai bahan perbandingan. Dalam hal ini, teknik triangulasi data dapat melibatkan berbagai sumber, seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, observasi, atau dengan mewawancarai lebih dari satu objek yang dianggap memiliki sudut pandang berbeda (Moleong, 2007).

8. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data merupakan proses mengolah data yang diperoleh melalui wawancara, observasi,

dan dokumentasi untuk menemukan pola, makna, serta menarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2019), analisis data kualitatif dilakukan sejak sebelum, selama, hingga setelah pengumpulan data karena bersifat bersama dengan proses penelitian di lapangan.

Dalam penelitian ini, analisis data menggunakan model Miles & Huberman (1994) yang terdiri dari tiga langkah utama: reduksi nyata, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara berulang dan terus menerus. Berikut uraian tahapan:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses memilih, memfokuskan menyederhanakan, dan mengorganisasi data mentah yang diperoleh dari lapangan. Menurut Miles & Huberman (1994), reduksi data ini membantu peneliti menentukan mana yang relevan dengan fokus penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan langkah kedua yang mana menata data yang berbentuk narasi, tabel, bagan, atau matriks agar mudah untuk dipahami. menurut Sugiyono (2019), display data kualitatif ini biasanya berupa teks yang bersifat deskriptif namun tetap terstruktur.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Tahap terakhir yaitu menarik kesimpulan awal, yang kemudian melakukan verifikasi berulang untuk memastikan kebenarannya. Miles & Huberman menegaskan bahwa kesimpulan harus didukung oleh bukti yang akurat dan konsisten selama proses penelitian berlangsung.

9. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 Bulan terhitung dari Bulan Juni - Mei 2026. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut ini:

Tabel 1 Jadwal Tabel Penelitian

No.	Kegiatan Penelitian	Juni	Desember	April	Mei
	Tahap persiapan				
	Observasi lapangan dan pengumpulan data				
	Analisis dan pengolahan data				
	Penyusunan laporan				