

ABSTRAK

Mugi Hayaturrohmah: Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Melalui *Digital Marketing* (Studi Deskriptif Komerce di Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga)

Minimnya lowongan pekerjaan di desa menimbulkan tingginya laju urbanisasi ke kota. Maka dari itu perlu adanya pemberdayaan masyarakat desa khususnya bagi para pemuda usia produktif agar mereka dapat memiliki sumber penghasilan di desa sendiri tanpa harus merantau ke kota. Komerce, sebuah perseoran terbatas yang ada di Desa Tamansari hadir di tengah-tengah masyarakat untuk mewadahi pemuda desa menambah keterampilan di bidang *digital marketing* serta memberikan pekerjaan yang layak bagi pemuda desa.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apa saja program dan proses pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*, serta hasil dari pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pemberdayaan dari Robert Chambers yang menyatakan bahwa “pemberdayaan merupakan konsep pembangunan ekonomi yang di dalamnya mencakup nilai-nilai sosial. Konsep tersebut menciptakan paradigma baru dalam pembangunan, yaitu berpusat pada manusia (*people centered*), partisipatif (*participatory*), memberdayakan (*empowering*), dan berkelanjutan (*sustainable*).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dengan cara sistematis fakta maupun karakteristik populasi tertentu secara cermat dan faktual. Pengumpulan data dilakukan melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan teknik yang digunakan dalam analisis data adalah reduksi data, display data, verifikasi data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh komerce dilaksanakan melalui dua program yaitu pendidikan dan pelatihan serta program penyedia jasa *digital marketing*. Adapun proses pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh Komerce melewati lima tahapan yaitu, *input*, *learning process*, *output*, *outcome*, wirausaha mandiri. Hasil pemberdayaan oleh Komerce dapat dilihat dari dua segi, dari segi SDM komerce dapat meningkatkan pendapatan pemuda desa dan mengurangi laju urbanisasi. Kemudian dari segi mitra Komerce dapat meningkatkan omset penjualan dan memiliki waktu luang untuk memperbaiki kualitas produknya.

Kata kunci: *Digital marketing*, Komerce, Pemberdayaan