

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Negara dan pembangunan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan keberadaannya. Sebab, jika suatu Negara ingin maju dan dapat memenuhi segala kebutuhannya, salah satu jalan yang harus ditempuh ialah selalu melakukan pembangunan. Pembangunan dapat dikatakan sebagai suatu proses untuk mencapai kondisi yang adil, makmur dan membentuk Negara yang sejahtera. Pembangunan dapat dilakukan dari berbagai aspek diantaranya pembangunan pada aspek sosial, budaya, politik maupun ekonomi.

Perekonomian menjadi masalah utama di setiap wilayah, tidak terkecuali di Indonesia. Tingginya pertumbuhan penduduk mengakibatkan munculnya masalah-masalah lain seperti pengangguran, kemiskinan, dan lain sebagainya yang dapat menurunkan tingkat kesejahteraan dalam masyarakat. Maka dari itu, pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menstabilkan perekonomian di Indonesia. Salah satu jalan yang ditempuh yaitu dengan melibatkan teknologi.

Dari segi pembangunan ekonomi, kualitas sumber daya manusia sangatlah ditekankan. Maka dari itu kemungkinan ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang pesat tidak dapat dihindarkan lagi. Bahkan, sekarang ini kedudukan teknologi dengan perekonomian seolah menjadi dua hal yang selalu berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Teknologi memiliki peranan penting dalam

pertumbuhan ekonomi suatu negara terlebih pada masa ini kita sedang berada di fase revolusi industri 4.0. Pada fase ini, teknologi konektivitas internet menjadi salah satu fokus penting. Perkembangan teknologi dinilai mampu memberikan sumbangan dalam peningkatan perekonomian terutama di Indonesia. Maka dari itu dengan adanya teknologi dapat membuat seluruh Negara di belahan dunia memiliki kesempatan untuk lebih maju baik dari segi pendidikan, sosial budaya dan juga ekonominya.

Pembangunan antara wilayah desa dan kota di Indonesia dipandang masih belum merata. Hal ini dapat dilihat dari adanya kesenjangan ekonomi yang ada di desa dan kota. Bahkan, banyak masyarakat desa yang berbondong-bondong pergi ke kota untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kesenjangan tersebut juga disebabkan oleh adanya stigma mengenai anggapan bahwa masyarakat pedesaan masih pekat terhadap hal tradisional dan cenderung kolot, sedangkan masyarakat perkotaan dianggap sebagai masyarakat modern yang mampu mengikuti arus perkembangan jaman.

Pernyataan diatas tidak sepenuhnya benar, dikarenakan sekarang ini justru desa-desa di wilayah Indonesia sudah sangat terbuka dengan adanya teknologi. Bahkan terdapat pernyataan bahwa jika negara ingin maju maka hal utama yang harus dilakukan yaitu dengan melaksanakan pembangunan dari desa terlebih dahulu. Maka dari itu pembangunan desa harus lebih digalakkan lagi agar mampu mendorong majunya masyarakat desa baik dari segi ekonomi, sosial maupun budaya.

Pada Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 dijelaskan bahwasannya pembangunan desa memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa beserta kualitas hidupnya guna melaksanakan penanggulangan kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana prasarana dari desa, pengembangan dan peningkatan potensi ekonomi lokal serta pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan secara berkelanjutan. Serta dalam pembangunan desa disebutkan bahwa pembangunan tersebut harus mengedepankan kebersamaan, kekeluargaan dan gotong royong.

Paradigma baru di dalam pembangunan ditekankan agar bersifat "*people centered, participatory, empowering, and sustainable*". Maka dari itu pemberdayaan masyarakat memiliki posisi yang penting dalam setiap upaya pembangunan. Dengan adanya pemberdayaan masyarakat terutama masyarakat desa, diharapkan dapat menimbulkan dampak yang besar dan membawa perubahan terutama dari segi ekonomi masyarakat dalam menanggulangi kemiskinan.

Pemberdayaan masyarakat memiliki kaitan erat dengan upaya penanggulangan masalah pembangunan, baik itu kemiskinan, pengangguran, maupun kesenjangan sosial. Dengan hal tersebut diharapkan pemberdayaan masyarakat mampu mendobrak semangat masyarakat desa agar mampu meningkatkan perekonomiannya dan mengurangi masalah pengangguran serta kemiskinan yang ada di sekitar masyarakat desa sehingga masyarakat desa dapat membuktikan bahwasannya masyarakat desa tidak pantas dianggap sebagai masyarakat yang tertinggal.

Masyarakat desa juga mampu untuk berkembang bahkan mampu menjadi masyarakat yang maju. Apalagi dengan adanya dukungan teknologi dan jaringan internet yang semakin canggih mempermudah masyarakat desa untuk menjadi masyarakat yang berdaya. Dengan berkembangnya internet dapat melahirkan banyak inovasi pemberdayaan melalui internet. Ada beberapa dampak yang ditimbulkan oleh perkembangan internet dan teknologi antara lain:

- 1) Dampak pada perusahaan kecil dan menengah (UKM)
- 2) Dampak pada mekanisme dan koordinasi pasar dan organisasi
- 3) Kehadiran internet
- 4) Pemasaran berbasis internet
- 5) Model bisnis dan ekonomi digital

Pembangunan yang gencar digalakkan oleh pemerintah akan menimbulkan adanya kemandirian, sehingga terciptalah desa yang maju seperti salah satu desa yang ada di kabupaten Purbalingga yaitu desa Tamansari melalui sebuah perusahaan pemberdayaan masyarakat desa yaitu Kampung Marketer. Kampung Marketer merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang IT. Sejak tahun 2020, Kampung Marketer muncul dengan wajah baru dengan berganti nama menjadi Komerce dengan tujuan agar dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat luar. Dikutip dari website Komerce, tujuan berdirinya Komerce terinspirasi dari banyaknya pebisnis online dan UMKM yang tidak memiliki waktu serta pengetahuan yang cukup untuk mengelola bisnisnya. Komerce hadir di tengah-tengah UMKM untuk memasarkan produknya melalui digital marketing (Komerce, 2020).

Pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce berkaitan erat dengan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI). Komerce didirikan dengan konsep *social enterprise*, dimana perusahaan tersebut ada untuk memperoleh keuntungan dengan cara melaksanakan pemberdayaan kepada masyarakat sekitar. Sehingga masyarakat desa ikut menerima dampak positif dari Komerce. Berdirinya Kampung Marketer berawal dari keresahan Novi Bayu Damawan selaku founder Komerce mengenai tingginya tingkat pengangguran dan juga tingkat urbanisasi di Kabupaten Purbalingga. Dikutip dari katalog Kabupaten Purbalingga Dalam Angka tahun 2022 yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Purbalingga, diperoleh data mengenai peningkatan jumlah migrasi dari tahun 2020 ke tahun 2021 di kabupaten purbalingga sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**

**Jumlah Pelayanan Pindah Datang di Kabupaten Purbalingga, 2020 dan 2021**

<b>Uraian</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<i>Description</i>		
<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>
<b>Pindah/ keluar/ <i>migration out</i></b>	7 051	8 459
<b>Datang/ masuk/ <i>migration in</i></b>	1 123	1 660

*Sumber: Kabupaten Purbalingga dalam Angka 2022*

Selain tingginya tingkat migrasi ke kota, angka pengangguran di Kecamatan Karangmoncol juga masih cukup tinggi, hal ini dapat dilihat dari tabel para

pencari kerja yang diperoleh dari BPS Kecamatan Karangmoncol sebagai berikut;

**Tabel 1. 2**  
**Pencari Kerja Terdaftar Per Kecamatan dan Jenis Kelamin, 2021**

Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)
Karangmoncol	179	287	466

*Sumber: Kabupaten Purbalingga dalam Angka 2022*

Berawal dari dua masalah tersebut sehingga membuat Novi Bayu Darmawan memiliki tekad untuk menciptakan lapangan pekerjaan melalui teknologi dan digital. Banyaknya pemuda-pemuda desa yang merantau semakin memperparah laju urbanisasi dari desa ke kota. Sejak dibukanya Komerce, angka pengangguran dan urbanisasi di desa Tamansari memiliki penurunan. Hal ini terbukti bahwasannya Komerce saat ini memiliki sebanyak 459 SDM yang bekerja di Komerce.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait peran dari Komerce dalam melakukan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui pemasaran online dengan judul **“Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Melalui *Digital Marketing* (Studi Deskriptif Komerce Di Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga)“**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai:

B.1 Bagaimana program pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*?

B.2 Bagaimana proses pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*?

B.3 Bagaimana hasil pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui :

C.1 Untuk mengetahui program pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.

C.2 Untuk mengetahui proses pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.

C.3 Untuk mengetahui hasil pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **D.1 Secara akademis**

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu pengetahuan dan memberikan sumbangsih pemikiran mengenai pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Novi Bayu Darmawan sebagai *founder* Komerce melalui organisasi *digital marketing*.
- 2) Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi orang lain yang sedang mencari dan membutuhkan referensi penelitian mengenai *digital marketing* dan semoga dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian yang memiliki tema yang sama dengan penelitian ini.

### **D.2 Secara praktis**

#### 1) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terutama didalam bidang *digital marketing*, serta mengetahui tentang cara Komerce dapat memberdayakan masyarakat yang ada di desa.

#### 2) Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literature mengenai pemberdayaan masyarakat desa melalui *digital marketing*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memacu penelitian yang lebih baik mengenai marketing online.

## E. Landasan Pemikiran

### E.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan pemberdayaan masyarakat melalui digital marketing, yaitu:

- 1) Skripsi, M. Topan Bastari Arkhiansyah, mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021) dengan judul penelitian “Penerapan *Digital Marketing* Melalui Sosial Media Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Pemasaran Syariah Di Grosir Bang Iyuz”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan berbagai metode diantaranya metode wawancara, metode observasi, serta melalui metode dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan digital marketing pada Grosir Bang Iyuz memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap peningkatan pendapatan toko Grosir Bang Iyuz.
- 2) Skripsi, Nur Nadiah Arfan, mahasiswi Hukum Ekonomi syariah (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019) dengan judul “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Makassar”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat pendapatan yang diperoleh UMKM di Kota Makassar setelah menggunakan digital marketing. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, dimana cara pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui

google form. Kemudian data diolah menggunakan aplikasi SPSS 22. Hasil penelitian ini menemukan bahwa digital marketing secara signifikan mempengaruhi pendapatan atau income pelaku UMKM di Kota Makassar, melalui peningkatan penjualan.

- 3) Skripsi, Kusniawan Nur Muhammad Fitra mahasiswa Ekonomi Syari'ah (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020) dengan judul "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh digital marketing terhadap pendapatan UMKM di kecamatan Enggal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dimana data yang dihasilkan berbentuk angka. Adapun teknik pengumpulan sampel adalah menggunakan teknik purposive sampling berjumlah 96 sampel Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah menggunakan digital marketing. Hasil penelitian menunjukkan digital marketing berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kecamatan Enggal. Hal ini dibuktikan setelah para UMKM memutuskan menggunakan *digital marketing* dapat meningkatkan pendapatan UMKM tersebut.

## **E.2 Landasan Teoritis**

Secara etimologis, pemberdayaan berasal dari kata "daya" yang disebut sebagai kemampuan untuk melakukan suatu hal atau kemampuan untuk bertindak. Kemudian dari kata "daya" mendapat awalan ber- menjadi kata

“berdaya” yang artinya bertenaga, berkekuatan, berkemampuan serta memiliki cara untuk mengatasi suatu peristiwa. Dari kata berdaya mendapat awalan serta akhiran pe-an sehingga menjadi sebuah kata sempurna “pemberdayaan” yang dapat diartikan sebagai suatu usaha dan proses mencapai kemampuan, dapat bertindak/melakukan sesuatu.

Dalam bahasa Inggris, pemberdayaan disebut sebagai *empowerment*. istilah pemberdayaan memiliki arti sebagai upaya untuk memanifestasikan potensi yang ada di diri masyarakat agar menjadi sebuah sistem pendukung terbentuknya masyarakat yang mandiri (Fadjar, 2020: 5). Sedangkan pemberdayaan ekonomi masyarakat memiliki arti sebagai upaya menghimpun sumber daya dalam mengembangkan potensi ekonomi yang ada pada masyarakat untuk meningkatkan produktivitas sehingga baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam dapat ditingkatkan nilai gunanya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat menurut sumodiningrat memiliki tiga jalur yang harus dilalui, yaitu: (1) menciptakan suasana agar masyarakat memiliki potensi untuk terus berkembang (*Enabling*); (2) menerapkan langkah yang nyata seperti penyediaan sarana pra sarana guna memperkuat potensi yang ada dalam masyarakat (*Empowering*); (3) Memberikan perlindungan untuk memenuhi kepentingan masyarakat (*Protecting*). Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk meningkatkan potensi masyarakat agar mampu mewujudkan

kemandirian serta melepaskan diri dari masalah kemiskinan serta keterbelakangan. (Kurniawati, Supriyono, & Hanafi: 10)

Menurut Suharto terdapat empat indikator pemberdayaan, diantaranya yaitu; (1) pemberdayaan merupakan kegiatan yang dikolektif dan terencana dengan matang, (2) Perbaikan kehidupan dalam masyarakat, (3) diprioritaskan bagi kelompok masyarakat yang lemah, (4) dilakukan melalui program peningkatan kapasitas. Dari adanya indikator pemberdayaan tersebut dapat menjadi penanda dalam pencapaian pemberdayaan masyarakat (Utami, 2019: 19).

Selain indikator di atas, menurut pemberdayaan masyarakat juga memiliki kebijakan. (Utami, 2019: 14) Kebijakan pemberdayaan masyarakat secara umum dapat dibagi menjadi tiga, diantaranya :

- 1) Secara tidak langsung, kebijakan mengarah pada sasaran serta menjadi dasar bagi tercapainya kondisi yang sesuai dengan kegiatan sosial ekonomi kemasyarakatan.
- 2) Kebijakan yang secara langsung terarah kepada kegiatan peningkatan kegiatan ekonomi masyarakat pada kelompok sasaran.
- 3) Kebijakan yang secara sengaja diciptakan untuk menjangkau kemiskinan pada masyarakat menggunakan upaya yang khusus.

Pada dasarnya, terdapat tiga aspek dalam konsep pemberdayaan masyarakat, antara lain pengembangan, penguatan potensi masyarakat, serta kemandirian. Pada aspek pengembangan ,masyarakat yang dipandang belum berdaya dapat dikembangkan setiap keahliannya sesuai dengan budaya dalam

kehidupan masyarakatnya. Apabila mereka berada dalam kultur pertanian, maka pengembangan yang harus diprioritas yaitu pada sektor pertanian juga hal tersebut juga berlaku bagi masyarakat pada kultur lainnya. Sebab, pemberdayaan masyarakat akan lebih efektif dan tepat sasaran apabila dilakukan sesuai dengan kondisi budaya masyarakat yang akan diberdayakan tanpa merubah asal-usul budayanya (Saeful & Ramdhayanti, 2020: 4).

Aspek berikutnya yang tidak kalah penting dalam pemberdayaan masyarakat yaitu penguatan potensi. Dalam aspek ini masyarakat yang dipandang masih belum berdaya harus diberikan motivasi mengenai kecakapan hidup bermasyarakat. Maka dari itu akan menumbuhkan sifat optimisme yang tinggi dalam. Sikap optimis sangatlah diperlukan dalam melakukan pemberdayaan masyarakat. Pada penguatan potensi masyarakat juga diberikan pandangan mengenai kesadaran tentang potensi yang ada pada dirinya, seperti memiliki sifat percaya diri, mampu bekerja dengan maksimal dan lain sebagainya. Apabila potensi yang sudah diketahui kemudian dimaksimalkan, maka hal tersebut akan merubah pandangan yang tadinya sebagai masyarakat yang tidak berdaya dapat menjadi masyarakat yang berdaya.

Selain dua hal di atas, pemberdayaan masyarakat juga memiliki aspek penting lainnya yaitu kemandirian. Tidak hanya pemerintah, kemandirian juga perlu dilakukan oleh masyarakat yang ingin mewujudkan pemberdayaan. Sebab, pemberdayaan masyarakat bukan hanya mengatasi permasalahan masyarakat yang tidak berdaya yang bersifat jangka pendek ,

akan tetapi lebih bersifat jangka panjang dan berkelanjutan. Masyarakat tidak hanya berhenti jika sudah di cap menjadi masyarakat berdaya. Akan tetapi harus dipastikan juga masyarakat memiliki kemandirian dalam mengembangkan sumber daya yang telah dimilikinya. Untuk mendapat gelar sebagai masyarakat yang mandiri, masyarakat harus bisa memikirkan, memutuskan dan melakukan hal yang dipandang tepat guna mendapatkan pemecahan masalah yang sedang dan akan dihadapi dengan menggunakan potensi yang dimiliki (Saeful & Ramdhayanti, 2020: 5).

*Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu dari bentuk *digital marketing* dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (*e-marketing*). *Digital Marketing* dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran termasuk di dalamnya terdapat *branding* yang menggunakan berbagai jenis media berbasis web (Sanjaya & Tarigan, 2009: 47). *E-Marketing* atau *digital marketing* di definisikan sebagai penggunaan teknologi digital maupun jaringan digital dengan tujuan pemasaran yang lebih luas serta upaya pengembangan konsep pemasaran itu sendiri, dapat mencakup komunikasi global yang lebih luas, serta mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan pelanggan (Febriyantoro & Arisandi, 2018: 62).

*Digital marketing* atau pemasaran digital merupakan suatu usaha yang digunakan untuk memperkenalkan sebuah merek atau *brand* dengan menggunakan teknologi digital sebagai medianya sehingga dapat menjangkau konsumen dalam waktu langsung, relevan, dan interaktif. Sejak

pertama berkembangnya *digital marketing* pada tahun 1990 sampai saat ini, fasilitas perangkat teknologi digunakan sebagai media *advertising* dalam bisnis untuk berkembang dan dikenal lebih luas oleh masyarakat global (Aryanto & Wismanoro, 2020: 21).



### E.3 Kerangka Konseptual



**Gambar 1.1**  
**Kerangka Konseptual**

## **F. Langkah-Langkah Penelitian**

Dalam melakukan penelitian mengenai pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *digital marketing*, maka dibutuhkan langkah-langkah penelitian yang sistematis untuk mempermudah penulisan. Langkah-langkah tersebut diantaranya sebagai berikut.

### **F.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga. Ada beberapa alasan yang menjadi bahan pertimbangan bagi saya dalam memilih lokasi penelitian ini, selain dapat diteliti secara ilmiah, kebutuhan data di lapangan juga dapat diperoleh dengan mudah serta lokasi termasuk mudah dijangkau. Selain itu juga organisasi Komerce dapat menjadi inspirasi untuk masyarakat dalam melaksanakan pemberdayaan ekonomi khususnya bagi masyarakat desa.

### **F.2 Paradigma dan Pendekatan**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut (Sadiah, 2015) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism yang berguna untuk meneliti kondisi objek penelitian yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrument kunci, kemudian teknik pengambilan sampel sebagai sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif kemudian hasil penelitian menggunakan pendekatan kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini, menggunakan pendekatan kualitatif. Karena penelitian ini bertujuan agar peneliti dapat melakukan analisis untuk mendeskripsikan fenomena yang ada di Komerce Desa Tamansari sebagai objek penelitian.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme yang memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena yang ada pada masyarakat desa Tamansari.

### **F.3 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif. (Sadiah, 2015) Metode ini memiliki tujuan untuk menggambarkan dengan cara sistematis fakta maupun karakteristik populasi tertentu secara cermat dan faktual. Penelitian deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis serta tidak membuat prediksi atau dugaan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai, yaitu dengan memahami objek yang diteliti. Dalam praktiknya, metode deskriptif ada untuk mengamati gejala-gejala, mencatat, mengkategorikan, serta sedapat mungkin menghindari pengaruh kehadirannya untuk menjaga keaslian gejala yang sedang diamati.

Metode deskriptif dianggap mampu menyelesaikan fenomena mengenai pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui *digital marketing* dalam organisasi Komerce Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol.

#### F.4 Jenis Data

Data merupakan hasil pencatatan penelitian, baik itu berupa fakta maupun angka. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang memiliki fungsi untuk mencari data tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *digital marketing* (Komerce Desa Tamansari).

Data yang didapatkan dari penelitian ini antara lain :

- 1) Data mengenai program pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.
- 2) Data mengenai proses pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.
- 3) Data mengenai hasil pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.

#### F.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek dari mana data diperoleh. Sumber data ini dapat berupa orang, buku, dokumen, koran, dan lain sebagainya. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas :

- 1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung dari responden. Meliputi: Pertama, *Founder* dan CEO Komerce, Novi Bayu Darmawan untuk mengetahui sejarah, perkembangan, serta strategi yang digunakan oleh Komerce sehingga dapat memberdayakan ekonomi masyarakat. Kedua, Masyarakat yang di berdayakan dengan

adanya Komerce untuk mengetahui pengaruh adanya Komerce bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat desa Tamansari. Masyarakat yang di berdayakan diantaranya karyawan Komerce, pelaku UMKM yang menggunakan jasa Komerce dan lain sebagainya.

## 2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh dari catatan yang di dapat di lapangan, seperti data kependudukan yang diperoleh dari kepala Desa Tamansari, data masyarakat yang diberdayakan oleh Komerce serta studi kepustakaan dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian.

## F.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

### 1) Teknik observasi

Teknik observasi dilakukan untuk mengumpulkan data secara langsung. Dalam metode observasi ini dilakukan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang sedang diteliti, diantaranya :

- a. Kegiatan mengenai program pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.
- b. Kegiatan mengenai proses pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.
- c. Kegiatan mengenai hasil pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.

## 2) Teknik wawancara

Teknik wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada seorang responden. Pewawancara disini adalah peneliti sedangkan respondennya adalah:

- a. Kepala bidang SDM pertanyaan yang diajukan berupa sejarah, perkembangan, serta proses yang digunakan oleh Komerce sehingga dapat memberdayakan ekonomi masyarakat desa.
- b. *Supervisor* Komerce, dan hal yang akan ditanyakan yaitu mengenai proses dan hasil pemberdayaan ekonomi masyarakat desa oleh Komerce.
- c. Staff atau SDM Komerce, hal yang ditanyakan yaitu mengenai dampak adanya Komerce bagi perekonomian masyarakat.

### **F.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Untuk mendapatkan data yang sesuai dengan penelitian ini, serta terfokus dalam permasalahan, maka diperlukan proses keabsahan data. Dalam penelitian ini, teknik penentuan keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi. Triangulasi data merupakan teknik penentuan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data penelitian yang digunakan untuk keperluan pembandingan terhadap data yang sudah diperoleh. Dalam hal ini, peneliti melakukan pengecekan kembali dari data yang diperoleh melalui laporan-laporan, dokumentasi, serta hasil observasi

lapangan, dengan demikian keabsahan data yang di dapat oleh peneliti menjadi valid.

### **F.8 Teknik Analisis Data**

Menurut Miles dan Huberman ada beberapa langkah dalam melakukan analisis data, diantaranya:

#### 1) Reduksi Data (fokus kepada hal-hal yang pokok)

Dalam proses reduksi data ini, hal yang dilakukan yaitu merangkum catatan yang didapatkan dari lapangan kemudian dirangkum sehingga dapat mengungkap tema permasalahan yang ada di Komerce.

#### 2) Display data (Kategori Data)

Data yang telah diperoleh melalui pengumpulan data di lapangan kemudian dikategorikan menjadi beberapa bagian, diantaranya;

- a. Data mengenai program pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.
- b. Data mengenai proses pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.
- c. Data mengenai hasil pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Komerce melalui *digital marketing*.

#### 3) Verifikasi Data dan Penarikan Kesimpulan

Dalam mengambil kesimpulan, upaya yang dilakukan yaitu mencari hubungan, tema, pola, persamaan, serta hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya, lalu kesimpulan tersebut di verivikasi (dianalisis, diperiksa, dan ditinjau ulang dari catatan-catatan yang di

dapat dari lapangan) pada saat penelitian sedang berlangsung hingga penelitian berakhir.

