

ABSTRAK

Rafi Jaguar Sada: “Strategi Pemberdayaan PT. Boourac International Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat”

Indonesia mengalami resesi ekonomi di tahun 2020 akibat pandemi yang disebabkan oleh wabah Covid-19, ini berdampak terhadap perekonomian Indonesia, banyak pelaku usaha UKM harus menghentikan aktivitasnya, kondisi ini menuntut para pelaku usaha untuk terus bertahan dengan memanfaatkan teknologi digital yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemberdayaan yang dilakukan oleh PT. Boourac International terhadap masyarakat pelaku usaha (UKM) dalam meningkatkan perekonomian mereka. Landasan penelitian ini merujuk pada teori pemberdayaan menurut Ginandjar Kartasasmitha di mana menurutnya pemberdayaan adalah upaya mengembangkan daya tersebut dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi kualitatif untuk melihat fenomena dan realitas pada masyarakat melalui program strategi PT. Boourac International kepada masyarakat pelaku usaha (UKM). Pengumpulan data berupa hasil observasi untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan PT. Boourac International, beserta wawancara oleh beberapa pihak seperti Direktur Utama dan COO (*Chief Operating officer*) kemudian menyertakan hasil dokumentasi sebagai pelengkap data.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pemberdayaan yang dilakukan PT. Boourac International, secara garis besar berupa penyediaan sarana dan prasarana *Education Center* dan *Platform Digital*. Ini adalah strategi dalam mengoptimalkan potensi teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas Masyarakat UKM. Pelaksanaan strategi PT. Boourac International belum dapat dikatakan berhasil, namun efektivitas yang didapat berdampak positif bagi Masyarakat UKM, hal ini dapat dilihat dari meningkatnya pemahaman, kesadaran, ketertarikan, hingga kemandirian mereka dalam memaksimalkan teknologi digital terhadap usahanya.

Kata kunci: Digitalisasi, Pelaku UKM, Pemberdayaan Masyarakat, Perekonomian, Strategi