

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemberdayaan masyarakat sesungguhnya upaya dalam mengubah pola perilaku masyarakat dengan meningkatkan kemampuan dan kemandirian dengan memanfaatkan berbagai aspek seperti perlindungan sosial masyarakat, peningkatan kapasitas masyarakat serta peningkatan aksesibilitas masyarakat, pendampingan sosial masyarakat serta memanfaatkan potensi lokal di setiap daerah masing-masing. Melihat situasi saat ini kebijakan pemberdayaan masyarakat yang sudah dilaksanakan tidak dapat dipisahkan dengan program dan kegiatan tetapi yang terpenting adalah mengadaptasi konsep pemberdayaan kepada masyarakat.

Konsep pemberdayaan berasal dari kata dasar “daya” yang mengandung arti “kekuatan”, dan merupakan terjemah dari bahasa inggris yaitu “*empowerment*”. Gagasan pemberdayaan dalam konteks ini merujuk pada pemberian kekuatan atau kekuasaan kepada kelompok lemah yang belum memiliki kemampuan untuk hidup bebas, terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan dasar mereka, yang meliputi hal-hal seperti pangan, sandang, perumahan, pendidikan, Dan kesehatan (Hendrawati Hamid, 2018: 09).

Pemberdayaan masyarakat adalah proses pertumbuhan yang dimulai dengan inisiatif masyarakat melalui kegiatan sosial untuk memperbaiki keadaan

dan kondisi diri sendiri. Karena pemberdayaan merupakan salah satu kunci dan jalan keluar dari kondisi sosial yang dapat membantu lapisan masyarakat yang beragam dan memberikan manfaat bagi dirinya dan lingkungannya, maka istilah pemberdayaan sangat dikenal dalam bidang pembangunan. Partisipasi warga akan menghasilkan pemberdayaan masyarakat (Gunawan Sumodiningrat, 2016: 19).

Tujuan pemberdayaan masyarakat sering kali untuk memberikan kemampuan atau kapasitas kepada kelompok masyarakat yang lemah dan rentan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang paling mendasar. Sandang, pangan, dan papan adalah di antara kebutuhan-kebutuhan esensial ini. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat dapat mengakses sumber-sumber produktif selain dapat memenuhi kebutuhan dasarnya. Ini akan memungkinkan mereka untuk meningkatkan pendapatan mereka dan dapat membeli barang dan jasa yang mereka butuhkan dengan kualitas yang sesuai. Dalam hal ini, masyarakat diharapkan dapat mengambil bagian dalam proses pengambilan keputusan dan proses pembangunan yang berdampak langsung pada mereka. (Edi Suharto, 2005: 58).

Dalam menjalankan pemberdayaan masyarakat diharapkan ada faktor utama yang harus dilaksanakan sesuai dengan identifikasi serta kebutuhan yang ada di masyarakat salah satu yang fokus penting yang perlu diketahui bersama dalam pemberdayaan masyarakat ialah faktor ekonomi. Salah satu ide kunci untuk meningkatkan ekonomi masyarakat adalah ekonomi kreatif. Sektor industri rumahan (UKM) baik yang dilakukan oleh individu maupun BUM

Desa cukup banyak yang telah berhasil di bidang ekonomi kreatif (M. Hasan, 2018: 81).

Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia yang memiliki kemampuan untuk menjangkau pasar internasional dan mengekspor barangnya ke beberapa negara telah mengalami perubahan dalam operasi perusahaannya sebagai akibat dari globalisasi komunikasi. Indonesia mengalami resesi ekonomi di penghujung tahun 2020 COVID-19 yang menyebabkan banyak usaha kecil dan menengah harus menghentikan kegiatan usahanya karena berbagai faktor. Menurut Agus Safei untuk dapat keluar dari penderitaan ekonomi seperti ini, dibutuhkan usaha yang besar dari setiap aspek di masyarakat setiap pribadi ditantang untuk dapat bekerja lebih keras, berkreasi, dan berwirausaha, lebih *win to win* dalam bekerja sama, komunikatif dalam berinteraksi, *skillfull* dalam memfasilitasi, dan lebih profesional dalam mengelola berbagai potensi yang ada dalam masyarakat (Safei, Rifai, Herdiana, & Aliyudin, 2020: 1-2).

Dampak yang dirasakan adalah banyaknya usaha kecil dan menengah yang harus membuat kebijakan untuk mengurangi tenaga kerja karena penurunan omset yang tajam. Selain itu, pemberlakuan PSBB mulai awal tahun 2020 atau triwulan pertama memiliki efek yang sangat dominan. Mengingat kegiatan ekonomi masih pada sektor usaha kecil dan menengah, dengan adanya pembatasan sosial, dampak yang dirasakan oleh pelaku ekonomi di beberapa daerah di seluruh nusantara menjadi kendala bagi pelaku usaha ini untuk dapat meningkatkan usahanya di masa pandemi seperti ini.

Kondisi kesulitan menuntut pelaku usaha untuk tetap bertahan dengan memanfaatkan aspek teknologi untuk dapat melakukan kegiatan ekonomi seperti biasa. Pergeseran kebiasaan manusia untuk menggunakan teknologi digital di masa pandemi membuat para pelaku usaha juga harus mampu bertransformasi secara digital untuk dapat meningkatkan usahanya seperti semula.

Kemajuan teknologi ini tidak diragukan lagi mendorong perubahan dalam praktik kerja UKM karena persaingan dalam bisnis modern saat ini menuntut sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan tentang teknologi dan informasi. Kemajuan teknologi informasi menciptakan peluang untuk jaringan bisnis dan kolaborasi yang dibutuhkan UKM untuk saling mendukung dan menjaga kemajuan.

Tingkat kemampuan SDM semua pihak yang terlibat, termasuk pemerintah, pelaku bisnis, investor, bank, dan staf pengajar di lingkungan akademik dan lembaga pelatihan pemerintah, harus diperhatikan di era kemajuan teknologi ini. Pengaruh tersebut meliputi pertukaran informasi, pola pemasaran yang dilakukan, sistem perdagangan yang terbentuk, dan produk yang dihasilkan.

Seiring dengan perubahan perilaku masyarakat, ekonomi digital Indonesia pun berkembang. Sekarang, pembeli meneliti produk secara *online* sebelum melakukan pembelian. (Alvara, 2019: 55). Masyarakat menguasai sebagian besar kegiatan bisnis di Indonesia melalui kerangka ekonomi kreatif

(EKRAF) dan Usaha Kecil Menengah (UKM). Rangka ini dipilih karena idenya yang lugas dan ekonomis, terutama bagi kalangan menengah ke bawah. Namun, untuk bersaing di pasar yang ramai dan kompetitif serta setara dengan korporasi besar, pelaku ekonomi kreatif dan UKM juga harus tetap kekinian. Oleh karena itu mereka harus beradaptasi dengan kehidupan digitalnya dengan memanfaatkan media internet dan dunia maya. Di era informasi kontemporer, sangat penting untuk memberdayakan masyarakat melalui riset, teknologi, dan digitalisasi kepada UKM yang berada di daerah. (Sonief, 2019: 847).

Dalam hal pengembangan *e-commerce*, Indonesia bahkan mengungguli negara tetangga Singapura, Malaysia, dan Thailand dengan nilai transaksi US\$ 1,1 miliar pada 2014. Persyaratan ini harus dipahami dalam dua hal: sebagai kemenangan rakyat Indonesia dan sebagai tantangan bagi pemerintah untuk terus mengembangkan industri *e-commerce*. (Arrizal, 2020: 40). Oleh karena itu, hal ini memberikan peluang bagi UKM untuk meningkatkan akses pasar sekaligus tantangan untuk dapat berkembang di era digitalisasi. Kolaborasi diperlukan untuk mengakselerasi digitalisasi perekonomian karena usaha kecil dan menengah sangat mempengaruhi laju perekonomian.

Fitur ini tidak digunakan oleh pelaku UKM, yang bertujuan memanfaatkan teknologi untuk membuat setiap transaksi lebih mudah diselesaikan. Minimnya sumber daya manusia dan ketimpangan akses teknologi menjadi kendala utama yang dihadapi UKM dalam upaya melakukan digitalisasi, sehingga pendampingan dan pelatihan harus diberikan kepada mereka yang berkecimpung dalam dunia usaha yang ingin melihat perubahan.

Realisasi UKM di era digital membutuhkan gerakan yang memberdayakan. Secara umum, pemberdayaan mengacu pada pemberian kemampuan kepada orang lain untuk mengerahkan dan mengungkapkan kekuasaan sebagai manifestasi perilaku seseorang serta sumber daya bakat, sikap, jaringan (modal sosial), material, dan tanggung jawab orang lain dalam menentukan dan melaksanakan tujuan. (Kenneth E, 2002: 107-123) Untuk menambah sesuatu yang baru dalam menggunakan layanan perdagangan digital, UKM dapat dijadikan mitra untuk menciptakan layanan ekonomi digital. Sebuah komunitas dengan dampak sosial yang dapat menipu para pelaku UKM untuk memberikan kemandirian dan sebagai solusi untuk mengatasi daya saing sosial saat ini diperlukan untuk menjembatani pelaku *e-commerce* dan bisnis *start-up*. (Sofia, 2015: 11).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemberdayaan yang dilakukan PT. Boourac International terhadap pelaku UKM melalui kerja sama dengan berbagai pihak dan pemberian pendampingan berkelanjutan kepada UKM. Pemberdayaan masyarakat dari mulai pandemi covid-19 hingga pasca pandemi salah satunya dengan mendorong UKM untuk mengadopsi digital *marketing*. Pemasaran digital adalah periklanan produk dan layanan menggunakan media digital *online* menggunakan berbagai saluran, seperti jejaring sosial dan pasar *online*. Pemberdayaan UKM dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu dengan menumbuhkan kondisi yang menguntungkan, dengan memaksimalkan potensi, dan dengan mengikutsertakan para pelaku UKM yang masih memiliki keterbatasan teknologi sehingga bisa memaksimalkan seluruh

potensi menuju digitalisasi serta dapat meminimalisir kerugian dari adanya digitalisasi ekonomi tersebut.

Dalam mempersiapkan produk kreatif untuk pergi global, transisi utama ke Digital diperlukan. Transisi ini terdiri dari transaksi transaksi ke digital, menggunakan media sosial, dan bergabung dengan *e-commerce* atau pasar internasional. Rangkaian transisi ini diharapkan bisa mendorong pelaku usaha untuk memasuki pasar internasional. "Kami membantu UKM (usaha kecil dan menengah) untuk siap memasuki ekosistem pasar internasional," kata Iis Muchlis, *Manager Director* Boourac International Indonesia di dalam acara "*Boourac Curates Karawang Creative Economy Products to Go Global*" (2022)

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tujuan mengidentifikasi dampak yang di timbulkan oleh adanya strategi pemberdayaan yang di lakukan oleh PT. Boourac International terhadap para masyarakat pelaku UKM.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas dalam melakukan sebuah penelitian penulis mengambil fokus penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana perencanaan PT. Boourac International dalam meningkatkan perekonomian masyarakat?

- 2) Bagaimana pelaksanaan yang dilakukan PT. Boourac International dalam meningkatkan perekonomian masyarakat?
- 3) Bagaimana hasil dari strategi PT. Boourac International dalam meningkatkan perekonomian masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian di atas adalah:

- 1) Untuk mengetahui perencanaan apa saja yang di jalankan PT. Bouurac International dalam memberdayakan ekonomi masyarakat.
- 2) Untuk mengetahui seperti apa pelaksanaan yang dilakukan PT. Boourac International dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.
- 3) Untuk mengetahui hasil yang di capai dari strategi yang digunakan oleh PT. Boourac International dalam pemberdayaan masyarakat.

D. Kegunaan Penelitian

D.1 Secara teoritis

Melalui hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis khususnya di dalam strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat untuk menambah khazanah keilmuan. Penelitian ini berguna untuk mengetahui bagaimana hasil dari strategi yang di lakukan oleh PT. Bouurac International dalam meningkatkan ekonomi masyarakat.

D.2 Secara praktis

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

- 1) Bagi PT. Boourac International, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan/saran atau gagasan dalam meningkatkan pemahaman daripada dampak penting strategi yang di lakukan oleh PT. Boourac kepada masyarakat khususnya pelaku UKM.
- 2) Bagi jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, untuk menambah karya ilmiah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat lewat strategi yang di lakukan oleh PT. Boourac International.

E. Hasil Penelitian Sebelumnya

Sejauh pengamatan dan pengetahuan penulis, penelitian yang memfokuskan diri pada pertumbuhan perekonomian masyarakat sudah menjadi hal umum yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Setelah melakukan penelusuran terhadap hasil-hasil penelitian sebelumnya baik berupa karya tulis (skripsi), jurnal dan yang lainnya. Untuk mendukung penelitian ini penulis menemukan beberapa hasil penelitian yang telah ada sebagai perbandingan antara lain, yaitu:

- 1) Skripsi yang disusun oleh Erna Siti Huzaemah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Tahun 2019 yang berjudul “Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Pemberdayaan ekonomi Masyarakat”.

Hasil: berdasarkan pembahasan yang ada di dalam skripsi ini dapat disimpulkan sebagai berikut. Hasil yang diperoleh dari pelaksanaan pemberdayaan perekonomian masyarakat Desa Ciawigebang Kecamatan Ciawigebang Kabupaten Kuningan pertama sudah mampu menjadi salah satu UMKM yang peduli dengan perekonomian masyarakat yakni melakukan pemberdayaan masyarakat dengan cara penggunaan tenaga manusia dalam proses produksi, kedua mampu memberikan contoh yang baik kepada UMKM lainnya bahwasanya UMKM Jernip Kencana merupakan UMKM yang terus berkembang dalam peningkatan produksinya dan menjadi mitra binaan terdepan, ketiga sudah cukup banyak mendapatkan prestasi dan apresiasi atas segala keberhasilannya.

- 2) Skripsi yang disusun oleh Serli Gintulangi mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo, Jurusan Agribisnis tahun 2017 yang berjudul “Strategi pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Nelayan Berbasis Kelompok Nelayan Kecamatan Bulawa Kabupaten Bone Bolango”.

Hasil: Skripsi ini membahas tentang mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi ekonomi masyarakat nelayan di kecamatan

bulawa, Kabupaten Bone Bolango. Berdasarkan hasil analisis yang ada di dalam penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- (1) Rata-rata usia nelayan yang produktif memiliki pengalaman lebih di atas 20 tahun, usia yang produktif yaitu di Desa Kaidundu Barat dengan jumlah 6 orang atau 42% Desa pinomontiga dengan jumlah 13 orang atau 92% dan Desa Mopuya dengan jumlah 10 atau 100%
- (2) Pemberdayaan ekonomi masyarakat nelayan di kecamatan Bulawa Kabupaten Bone Bongalo berada di kuadran 1 atau pada strategi agresif. Hal ini didukung dengan memanfaatkan peluang adanya penyuluhan dari BP3K serta konsumsi ikan yang terus meningkat.
- 3) Skripsi yang disusun oleh Heru Wahyu Anwari mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam tahun 2021 yang berjudul “pemberdayaan Usaha Ekonomi Mikro Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga”.

Hasil: Berdasarkan hasil penelitian yang ada di dalam karya ilmiah ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

- (1) Strategi pemberdayaan melalui usaha ekonomi mikro dalam meningkatkan pendapatan keluarga sangat penting untuk mencapai keberhasilan dan kemandirian hidup. Karena dengan Strategi tersebut yaitu dapat mengetahui potensi apa saja yang ada di masyarakat termasuk potensi sumber daya manusianya

sehingga dapat dilakukan pengembangan (SDM), seperti memberi pemahaman, pelatihan dan memberi motivasi, selanjutnya dapat menjadi bekal berupa modal bagi masyarakat setempat agar dapat membuka usaha mandiri. Selain itu dapat dilakukan strategi pemberdayaan berupa pengembangan usaha produktif yang diajarkan kepada masyarakat agar memiliki motivasi. Kemudian sasaran dalam strategi pemberdayaan ini, masyarakat sekitar harus menyadari potensi yang ada, mau untuk berpartisipasi mengembangkannya serta memiliki pengetahuan yang luas. Dan harus ada pihak terkait dalam membimbing dan memberikan arahan proses pemberdayaan, sehingga masyarakat dapat berkembang secara mandiri.

- (2) Proses pemberdayaan melalui usaha ekonomi mikro dalam meningkatkan pendapatan keluarga merupakan bentuk usaha untuk meningkatkan keberdayaan dan kemandirian masyarakat dalam pendapatan ekonomi masyarakat yang dilakukan. Dalam proses pemberdayaan ini ada beberapa tahap yang dapat dilakukan yaitu tahap penyadaran, tahap pelatihan dan tahap proses pemasaran. Tahap penyadaran ini tahapan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri. Pada tahap ini pihak pemberdayaan berusaha menciptakan prakondisi agar dapat memfasilitasi berlangsungnya proses pemberdayaan yang

efektif. Kemudian tahap pelatihan, tahap ini yang dilakukan untuk memberikan keahlian kemampuan dan keterampilan kepada karyawan. Setelah itu mengajak sebagian masyarakat yang kelihatannya kurang dari sisi perekonomiannya.

- (3) Dampak atau hasil dari pemberdayaan melalui usaha ekonomi mikro Dampak serta hasil pemberdayaan melalui usaha ekonomi mikro dalam meningkatkan keluarga yaitu dapat memberikan hasil yang positif kepada masyarakat Sekitar khususnya di Kp. Rancanyiruan Desa cibodas Kecamatan solokan jeruk Kabupaten Bandung. Di mana mereka yang tadinya tidak mempunyai penghasilan tambahan hanya berstatus ibu rumah tangga dan mengandalkan suaminya saja, sekarang mereka memiliki penghasilan sendiri sehingga dapat membantu atau menambah perekonomian keluarga, serta ada juga pekerjaan ini pun sebagai pekerjaan utama bagi masyarakat yang belum atau tidak memiliki pekerjaan tetap. Selain itu wawasan dan keterampilan mereka juga bertambah di mana dalam proses pelatihan sebelumnya mereka diberi pemahaman terkait cara pembuatannya sehingga mereka memiliki wawasan dalam kerajinan pembuatan keset ini dan kalo bisa menjadikan mereka lebih mandiri lagi.

F. Landasan Pemikiran

F.1 Landasan Teoritis

Untuk menunjang penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teori untuk memudahkan dalam melakukan analisis, sehingga data yang didapatkan diolah dengan baik.

1) Strategi

Di dalam buku Manajemen Strategik-Pengetahuan yang dikutip oleh Kusumadmo, Kata Yunani *strategos*, yang terdiri dari kata *stratos*, yang berarti tentara, dan *ego*, juga berarti pemimpin, adalah asal kata strategi secara etimologis. (Kusumadmo, 2013: 01).

Menurut Buku Kamus Besar Bahasa Indonesia, Strategi: seni dan ilmu memanfaatkan semua sumber daya yang tersedia untuk menerapkan kebijakan tertentu baik dalam perang maupun kedamaian; seni dan ilmu memimpin pasukan untuk melibatkan lawan dalam pertempuran dan untuk mencapai keadaan yang menguntungkan; perencanaan kegiatan yang cermat untuk mencapai tujuan yang ditentukan; tempat yang menguntungkan dalam hal peperangan (Setiawan, 2023) .

Diutarakan kembali oleh Kaplan dan Norton bahwa “Strategi dalam perusahaan ialah menguraikan bagaimana harapannya untuk menambah nilai bagi pemangku kepentingan, klien, dan masyarakat. Kontinum logis menghubungkan perspektif misi tingkat tinggi organisasi dengan pekerjaan yang dilakukan oleh staf lini depan dan staf belakang; strategi bukanlah prosedur manajemen yang berdiri sendiri. Menanggapi

perubahan situasi yang disebabkan oleh lingkungan eksternal dan kemampuan internal, strategi kadang-kadang dibentuk dan dirancang.

2) Pemberdayaan

Pengertian pemberdayaan sudah banyak dikemukakan para ahli dan peneliti, namun menurut Sadan, ketiga penulis tersebutlah yang pertama kali memahaminya secara sistematis. (Sadan, 2004: 73), yaitu: Barbara Solomon (1976, 1985) yang menyatakan “*empowerment as 3 a method of social work with oppressed Afro-Americans*”, kemudian Peter Berger dan Richard Neuhaus (1977) mengemukakan bahwa “*empowerment as a way of improving the welfare services by means of mediating social institutions*”, dan Julian Rappaport (1981) yang membangun konsep teoritis pemberdayaan lebih luas lagi, menurutnya pemberdayaan adalah “*includes a social policy and an approach to the solution of social problems stemming from powerlessness.*” Sadan berpendapat bahwa ketiga penulis menekankan pentingnya interaksi individu-masyarakat dan menganjurkan pendekatan kontekstual-ekologis untuk penanganan masalah sosial (Sadan, 2004: 73). Kemudian Rappaport mendefinisikan *empowerment* sebagai:

“*developed the concept theoretically and presented it as a world-view that includes a social policy and an approach to the solution of social problems stemming from powerlessness.*” dan selanjutnya menyatakan bahwa: “*Empowerment is a process by which people, organizations, and communities gain mastery over issues of concern to them.*” (Zimmerman, 1995: 581).

Kemudian, pemberdayaan masyarakat dapat didefinisikan secara kontekstual sebagai kegiatan sosial oleh penghuni suatu komunitas yang mengorganisir diri dalam perencanaan dan tindakan kolektif untuk mengatasi masalah sosial atau memenuhi kebutuhan sosial berdasarkan kemampuan dan sumber daya mereka. (Gunawan Sumodiningrat, 2009: 30-50).

Di dalam pendapat lainnya juga di jelaskan Pada umumnya pemberdayaan masyarakat diarahkan kepada kelompok masyarakat yang rentan dan lemah, sehingga ketika mereka diberdayakan, mereka memiliki kekuatan atau kemampuan untuk mencapai kebutuhan dasarnya. Sandang, pangan, dan papan sebagai kebutuhan pokok. Selain dapat memenuhi kebutuhan dasarnya, penduduk sasaran dimaksudkan untuk dapat mengakses sumber-sumber produktif yang dapat meningkatkan pendapatannya dan mendapatkan barang/jasa yang berkualitas. Akibatnya, masyarakat diharapkan dapat terlibat dalam proses pembangunan dan pengambilan keputusan yang berdampak pada mereka dalam keadaan ini (Edi Suharto, 2010: 63-68).

Dalam pendapat lainnya Pemberdayaan masyarakat didefinisikan sebagai ide pembangunan ekonomi yang memasukkan nilai-nilai sosial. Gagasan ini menunjukkan paradigma pembangunan baru, yaitu bersifat *people centered* (berpusat pada manusia), *participatory* (partisipatif), *empowering* (memberdayakan), dan *sustainable* (berkelanjutan) (Alfitri, 2011: 22).

Pemberdayaan menurut Suharto paling tidak memiliki empat hal indikator, yaitu:

- (1) Kegiatan yang telah direncanakan dan dilaksanakan;
- (2) Masyarakat dapat meningkatkan kehidupan;
- (3) Prioritas bagi kelompok rentan atau kurang beruntung;
- (4) Dicapai melalui program peningkatan kapasitas..

Sedangkan pemberdayaan dalam pelaksanaannya berarti mendorong atau memotivasi individu atau masyarakat agar lebih mandiri, upaya tersebut merupakan bagian dari proses pemberdayaan dalam mengubah perilaku, mengubah kebiasaan lama menjadi perilaku baru yang lebih baik dan lebih dalam meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan. (Edi Suharto, 2011: 50).

3) Perekonomian

Ekonomi adalah aktivitas manusia dalam memproduksi, mendistribusikan, membeli, dan mengonsumsi produk dan jasa. Aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga adalah contoh ilmu ekonomi. (Departemen Pendidikan Nasional, 2001: 854). Ekonomi juga didefinisikan sebagai disiplin ilmu yang menjelaskan bagaimana memproduksi, mendistribusikan, berbagi, dan menggunakan produk dan jasa dalam masyarakat untuk memenuhi kebutuhan material masyarakat seefisien mungkin. Kegiatan ekonomi dalam masyarakat mengatur hal-hal kekayaan seperti

kepemilikan, pembangunan, dan distribusi (M. Sholahuddin, 2007: 3).

Manusia hidup dalam komunitas yang berfungsi sebagai suatu sistem. Sistem yang sifatnya kompleks dapat dengan mudah diartikan sebagai suatu interaksi, hubungan, atau hubungan dari bagian-bagian yang lebih kecil untuk menghasilkan suatu kesatuan yang lebih besar. Dengan demikian, interaksi unit-unit kecil (konsumen dan produsen) menjadi unit ekonomi yang lebih besar di wilayah tertentu merupakan sistem ekonomi (Deliarnov, 2009: 2).

4) Masyarakat

Istilah masyarakat berasal dari kata arab syaraka, yang berarti berpartisipasi atau keikutsertaan. Sedangkan dalam bahasa inggris masyarakat adalah *society* yang maknanya mencakup keterlibatan sosial, transformasi sosial, dan rasa memiliki. Dalam karya lain, masyarakat disebut sebagai sistem sosial. Masyarakat juga mengacu pada kesatuan kehidupan manusia yang berinteraksi menurut seperangkat tradisi yang konsisten dan terikat oleh rasa identitas bersama. (Koentjaraningrat, 2013: 10-15).

Ekonomi masyarakat adalah sistem ekonomi yang bertumpu pada kekuatan ekonomi kerakyatan. Di mana ekonomi masyarakat sendiri merupakan bagian dari kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan oleh masyarakat umum yang secara mandiri mengelola sumber daya ekonomi apa saja yang dapat diusahakan, maka disebut usaha kecil dan menengah

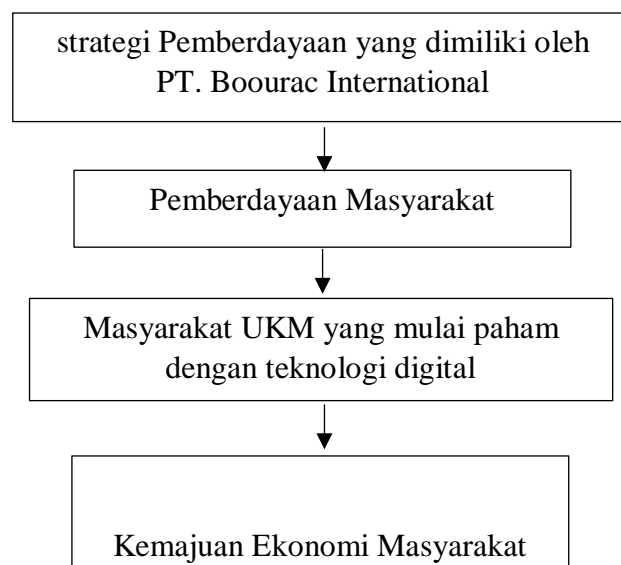
(UKM), terutama di bidang pertanian, perkebunan, kerajinan tangan, makanan, dan sebagainya. Tujuan ekonomi adalah untuk mencapai kemakmuran dan memenuhi kebutuhan masyarakat, serta untuk mencapai kemudahan dan kenikmatan. Eksistensi yang produktif akan menciptakan kesejahteraan dengan mudahnya memenuhi tuntutan masyarakat.

Menurut Zulkarnain, ekonomi masyarakat adalah sistem ekonomi yang harus dianut sesuai dengan konsep negara Indonesia yang menitikberatkan pada dua aspek yaitu keadilan dan demokrasi ekonomi, serta berpihak pada rakyat..

Indikator perekonomian masyarakat dibagi menjadi dua kriteria (Bappenas dalam Gema Otheliansyah, 2021: 60)

- (1) Angka kemiskinan yaitu persentase penduduk miskin terhadap total jumlah penduduk;
- (2) Pengeluaran/pendapatan penduduk per kapita (PDRB per kapita)

F.2 Kerangka Konseptual



Maksud dari konsep di atas adalah di mana semua diawali dengan keinginan memberdayakan masyarakat yang di mana fokus kelompok yang menjadi target ialah para masyarakat pemilik UKM lalu kemudian dilakukan berbagai macam program dan kegiatan yang mana ini juga termasuk daripada strategi PT. Boourac International dalam membantu mereka dalam menguasai apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan kinerja lebih optimal dalam memanfaatkan digitalisasi sehingga mampu masuk bersaing di dalam ekonomi kreatif atau mungkin hingga internasional.

Dengan begitu dengan masuknya pemahaman digitalisasi secara matang lewat pemberdayaan yang dilakukan oleh PT. Boourac International akan dapat lebih memaksimalkan potensi sumber daya manusia dari para pemilik UKM sehingga diharapkan mampu lebih kuat dalam menghadapi pertumbuhan ekonomi di Indonesia ataupun dunia.

G. Langkah-langkah Penelitian

G.1 Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di PT. Boourac International yang beralamat di Jalan Bintaro Raya Nomor.8 Kota Jakarta Selatan 12240 Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Peneliti berminat untuk melakukan penelitian di PT. Boourac International dikarenakan PT tersebut merupakan

salah satu PT yang memfokuskan pada pemberdayaan masyarakat melalui jalur ekonomi.

G.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma adalah cara memandang dalam memahami sesuatu yang kompleks. Oleh karena itu, paradigma konstruktivisme diterapkan oleh peneliti dalam penelitian ini. Paradigma konstruktivisme ialah paradigma yang menekankan pengamatan dan objektivitas dalam mengejar kebenaran atau pengetahuan. Peneliti menyesuaikan tekniknya berdasarkan karakteristik paradigma, yang berusaha menjelaskan kejadian-kejadian yang terlihat dalam penelitian. Hal ini didasarkan apa yang telah terjadi pada PT. Boourac International.

G.3 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah rangkaian kegiatan dalam mencari kebenaran informasi dalam suatu penelitian yang diawali dengan suatu gagasan yang membentuk rumusan masalah sehingga menimbulkan hipotesis awal dengan bantuan peneliti sebelumnya agar penelitian dapat diproses. kemudian dianalisis, kemudian ditarik kesimpulan.

Menurut Sugiyono dalam buku metodologi Syafrida Hafni menerangkan bahwa metodologi penelitian merupakan Salah satu langkah ilmiah dalam memperoleh data dengan tujuan dan manfaat penelitian (Sugiyono, 2012: 45).

G.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Peneliti menggunakan jenis data kualitatif. Menurut Emzir Data kualitatif adalah informasi yang dikumpulkan melalui penggunaan kata-kata atau gambar. Transkrip wawancara, catatan lapangan, gambar, dan dokumen pribadi termasuk data tersebut. Hal ini didasari karena peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini merupakan metode penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dan pendekatan yang subjektif (Emzir, 2011: 106).

2) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas:

- (1) Sumber Primer yaitu pengamatan langsung dan diskusi dengan orang atau sumber penting, seperti: pemilik PT. Boourac International serta jajarannya sebagai pendamping masyarakat, hingga para masyarakat pelaku UKM yang menjadi tujuan utama dari pemberdayaan ini. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan program serta strategi yang dilakukan oleh PT. Boourac International dalam pemberdayaan masyarakat, sehingga dapat membuka peluang untuk memajukan perekonomian pada masyarakat.
- (2) Sumber sekunder yaitu Peneliti memperoleh data dari pihak ketiga atau sumber seperti buku, jurnal ilmiah, makalah, arsip dokumen, artikel, dan sebagainya yang dapat membantu penelitian ini. Data

sekunder berupa arsip-arsip PT. Boourac International dalam pelaksanaan strategi berupa program yang dilakukan terhadap masyarakat pemilik UKM, gambaran letak geografis dan letak wilayah.

G.5 Penentuan Informasi dan Unit Penentuan

1) Informan dan Unit Analisis

Sesuatu yang berkaitan dengan fokus terhadap apa yang diteliti agar peneliti dapat membedakan subjek maupun objek dalam penelitiannya. Selain itu informan dapat berupa orang atau pelaku yang memberikan informasi penting dalam situasi sosial sesuai dengan fokus penelitian.

Di dalam penelitian ini peneliti mengambil informasi melewati pemilik PT. Boourac serta para jajarannya agar informasi yang didapat mengenai PT tersebut lebih valid.

2) Teknik Penentuan Informan

Adapun informan dalam penelitian ini yaitu pemilik atau pengelola, masyarakat pemilik UKM yang terlibat dalam pemberdayaan masyarakat melalui strategi dan program yang diberikan oleh PT. Boourac International. *Purposive sampling* digunakan dalam proses pemilihan informan, yakni pengambilan informasi berdasarkan pertimbangan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Moleong, 2021: 140). Dalam penggunaan teknik *purposive*

ini peneliti mengambil informasi atau keputusan melalui orang yang paling atau yang memiliki informasi lebih luas.

G.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian mengenai pemberdayaan melalui strategi apa saja yang dilakukan oleh PT. Boourac International, Untuk membantu peneliti, diperlukan langkah-langkah yang sistematis, antara lain sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi merupakan teknik awal dalam mengumpulkan data secara langsung untuk memperoleh data yang jelas di lapangan. Adapun observasi yang di pakai oleh peneliti dengan menggunakan partisipan dan non partisipan.

Observasi partisipan adalah Peneliti mengamati secara langsung kegiatan-kegiatan pada objek yang diteliti guna mengumpulkan data-data nyata yang dapat dijadikan sebagai sumber data penelitian. Sedangkan non partisipan adalah Peneliti hanya melakukan observasi dan tidak berpartisipasi mengikuti kegiatan.

Dalam penulisan ini peneliti melakukan observasi langsung di lokasi penelitian, khususnya observasi langsung di lokasi penelitian yaitu di PT. Boourac International. Hal Ini dirancang untuk mengumpulkan data tentang masalah yang terjadi secara langsung, setelah itu gejala yang ditemukan dicatat dan dikelompokkan berdasarkan jenisnya.

2) Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan informasi yang dilakukan secara terbuka oleh peneliti dengan menggunakan tanya jawab atau tatap muka. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan tambahan data penelitian tentang masalah yang sedang diteliti.

Menurut buku Dewi Sadiyah Wawancara dilakukan secara langsung dengan tujuan utama wawancara yaitu untuk memperoleh data yang valid, dengan menggunakan proses tanya jawab antara dua partisipan atau lebih (Dewi Sadiyah, 2015: 88).

Teknik wawancara kemudian akan digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data atau mengklarifikasi suatu masalah secara empiris di lapangan dengan mengajukan pertanyaan dan menjawabnya dengan manajemen atau pemilik PT. Boourac Internasional.

3) Studi Dokumen

Penelitian ini menggunakan tahap studi dokumen, yang digunakan untuk mencari informasi berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, risalah rapat, dan sebagainya. (Sugiyono, 2012: 229). Pengumpulan data yang ingin diperoleh dari teknik ini adalah kondisi objektif. PT. Boourac International melalui strategi atau program pemberdayaan PT tersebut.

H. Teknik Pengumpulan Keabsahan

Untuk mengevaluasi keaslian data, perlu adanya banyak koreksi yang harus dilakukan untuk menegakkan persyaratan tertentu dengan menegakkan validitas data. Empat faktor yang digunakan: kredibilitas (kepercayaan), transparansi, dan verifikasi. Uji validitas ini dirancang untuk mengetahui valid atau tidaknya data yang ditemukan di lapangan.

Tahapan ini menunjukkan serta menentukan keakuratan data melalui triangulasi, langkah ini menjadi langkah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi ini merupakan gabungan dari berbagai teknik pengumpulan data serta sumber-sumber data yang berhasil diperoleh.

Teknik triangulasi yang mungkin peneliti lakukan adalah triangulasi sumber yang mana peneliti akan memberikan kembali hasil data yang telah di olah kepada informan agar peneliti dan juga informan memiliki perspektif yang sama, kemudian jika data yang peneliti lakukan dirasa kurang cukup maka selanjutnya peneliti mungkin akan melakukan teknik triangulasi ahli, yang mana dalam teknik ini peneliti akan mewawancara para pakar yang memang berhubungan dengan apa yang diteliti.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mengumpulkan data dan meringkasnya secara teratur melalui wawancara langsung, catatan berbayar,

dan bahan lain yang mudah dipahami dan dibagikan kepada orang lain. (Dewi Sadiah, 2015: 89).

Setelah meninjau semua data, peneliti menyusun temuan dari observasi, wawancara, dan literatur. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dipelajari memenuhi spesifikasi.

Segala sesuatu yang berupa percakapan, catatan, dan bahan dokumentasi dapat dianalisis dengan menggunakan analisis (Kuswana, 2011: 24). Peneliti melakukan analisis data kualitatif berdasarkan penelitian ini dengan mengorganisasikan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Setelah diperoleh, data dikategorikan menurut masalah yang diteliti, kemudian dari mengelola data, terdapat tahapan-tahapan yang dilakukan peneliti meliputi:

- 1) Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang didokumentasikan dalam catatan lapangan penulis, yang kemudian dimasukkan dalam data penelitian.

- 2) Reduksi Data

Tahap pengumpulan data dari berbagai sumber dikenal sebagai reduksi data. Proses pemilihan data terjadi pada tahap ini dengan meringkas data yang diterima peneliti sekaligus mengumpulkan data.

- 3) Penyajian Data

Penyajian data adalah tampilan di mana data yang diperoleh disajikan dalam bentuk teks atau tulisan. Data dapat disajikan dalam

penelitian kualitatif melalui deskripsi singkat, tabel atau cara lain. Tujuan dari tahap ini adalah meringkas dan menyintesis data yang dikumpulkan di lapangan.

4) Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah kesimpulan. Tahapan ini dilakukan setelah data terseleksi dengan data yang diperlukan dengan jelas menyatakan kekurangan dan kelebihan mengikuti strategi dan program yang ada di PT. Boourac internasional.

