

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

PT. Boourac Internasional adalah perusahaan ekspor yang berdiri di tahun 2020, Boourac didirikan dengan tujuan memudahkan para pelaku UKM dalam menjual produknya dengan memanfaatkan digitalisasi, hal ini dikarenakan pandemi Covid-19 yang mewabah membuat permasalahan baru terhadap para pelaku UKM untuk menjual produknya langsung, digitalisasi UKM yang dilakukan Boourac dapat digunakan sebagai senjata untuk meningkatkan kuantitas penjualan para pelaku UKM dengan mengirimkan produk UKM ke mancanegara.

Sejak awal berdiri, per November 2022 sudah ada 199 pelaku UKM yang mendaftarkan produknya di *e-commerce* milik Boourac, pelaku UKM yang mendaftarkan produknya juga datang dari berbagai daerah seperti; Jawa Barat, Jakarta, Jawa Timur, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur. Per November 2022 data menunjukkan bahwa ada peningkatan penjualan terhadap para pelaku UKM yang mendaftarkan produknya di PT. Boourac Internasional, diantaranya adalah: (1) UKM Keripik Tempe Ubaey terjual 100 pcs (2) UKM Abon Rani Rasa Sapi dan Ayam Pedas terjual 64 pcs (3) UKM Keripik Tempe Cap Jempol terjual 24 pcs, dan (4) UKM Jengkol Kering terjual 48 pcs (Hasil wawancara dengan Zidan Aditya sebagai Sales Manager PT. Boourac Internasional pada tanggal 05 Desember 2022).

PT. Boourac Internasional melakukan kerjasama dengan beberapa instansi pemerintahan yang memiliki keterkaitan dengan sektor UKM, instansi tersebut adalah: (1) Dinas Sosial Kabupaten Karawang (2) Dinas Koperasi Kabupaten Serang dan Kabupaten Karawang, dan (3) Bea Cukai Kota Tangerang. Selain bekerja sama dengan beberapa instansi pemerintahan, PT. Boourac Internasional juga sudah mengirimkan produk UKM ke beberapa mancanegara, diantaranya adalah: (1) Amerika Serikat (2) New Zealand (3) Dubai, dan (4) Prancis (Hasil wawancara dengan Zidan Aditya sebagai Sales Manager PT. Boourac Internasional pada tanggal 05 Desember 2022).

Data yang didapatkan dari produktivitas PT. Boourac Internasional dapat diasumsikan akan membawa dampak positif terhadap penjualan produk UKM yang ada di Indonesia. Dampak positif terhadap penjualan produk UKM dapat menjadi indikasi terhadap perkembangan perekonomian masyarakat melalui UKM, ketika UKM mengalami perkembangan maka UKM dapat membuka lebih banyak lowongan pekerjaan yang dapat menekan angka pengangguran di Indonesia. Hambatan yang dihadapi oleh para pelaku UKM harus dikritisi oleh pemerintah untuk mempermudah perkembangan UKM di Indonesia. Dalam upaya pengembangan UKM ke arah digitalisasi, Kementerian Koperasi (Kemenkop) meminta para *innovator* agar melakukan perubahan dengan membantu merealisasikan program Pahlawan Digital, program ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan UKM melalui ekosistem digital, hal ini terjadi karena sedikitnya UMKM yang memiliki akses ekosistem digital, yakni berkisar dari 10-11 juta hanya 10-11 juta UMKM (Arianto, 2020: 234).

UKM dapat menjadi pilar perekonomian Indonesia, UKM juga dapat bertahan dari krisis yang terjadi, seperti yang disampaikan oleh Kuncoro dalam Jauhari (2010: 161) bahwa UKM dikenal tangguh dalam menghadapi krisis, karena banyaknya UKM dapat membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Oleh sebab itu, UKM perlu dikembangkan agar dapat menekan tingkat pengangguran yang ada di Indonesia.

Menurut Kurniawan dalam Jauhari (2010: 160-161) UKM perlu dikembangkan karena:

1. UKM dapat meminimalisir tingkat pengangguran.
2. UKM mempunyai peran yang krusial dalam ekspor non-migas, hal ini dibuktikan oleh data di tahun 1990 yakni ekspor UKM menduduki peringkat kedua setelah ekspor dari kegiatan industri yang mencapai 1.031 juta US dollar.
3. Perekonomian Indonesia memiliki perbedaan yang signifikan antara peserta kecil dan besar, yang menimbulkan struktur ekonomi berbentuk piramida.

Kurangnya informasi yang didapatkan oleh pelaku UKM mengenai perkembangan ilmu dan kemajuan teknologi menyebabkan kurangnya sarana dan prasarana yang mereka miliki dan hal ini dapat menjadi penghambat dalam perkembangan usahanya (Kristiyanti, 2012: 75). Bambang Arianto (2020: 233-239) mengatakan bahwa pelaku usaha di Indonesia memiliki permasalahan yang sangat beragam karena berkaitan dengan skala kewirausahaan yang ada di Indonesia, yakni di angka 3,5%. UKM sangat berperan penting dalam penguatan

perekonomian di Indonesia, bahkan saat terjadinya krisis ekonomi Indonesia, UKM menjadi pilar fundamental dan penyangga perekonomian Indonesia (Arianto, 2020: 239). Di masa pandemi Covid-19, sektor UKM cukup mengalami stagnansi, oleh karenanya perlu strategi dengan melakukan transformasi digital terhadap perkembangan UKM di Indonesia.

Para pelaku UKM diharapkan mampu untuk mengikut perkembangan zaman khususnya perkembangan teknologi, karena pengaruh teknologi terhadap peningkatan perkembangan usaha sangat efektif. Selain terbatasnya sarana dan prasarana, permasalahan berat yang harus dihadapi oleh pelaku UKM adalah akses pasar yang terbatas, Kristiyanti (2012: 75) menyebutkan bahwa akses pasar yang terbatas akan menyebabkan produk yang dihasilkan oleh para pelaku UKM tidak dapat dipasarkan untuk bersaing dengan produk lainnya, baik itu di pasar nasional maupun di pasar internasional.

Virus Corona yang melanda dunia sejak tahun 2019 lalu membawa dampak negatif bagi banyak usaha berskala besar yang ada di dunia, bahkan banyak usaha yang mengalami stagnasi atau berhenti dari aktivitasnya, Data BPS di bulan September 2020 menyebutkan bahwa 45% UKM yang menghadapi pandemi Covid-19 dapat bertahan, dan selebihnya tidak dapat bertahan (Arianto, 2020: 240). Walaupun persenan yang didapat terbilang kecil akan tetapi ada beberapa UKM mampu bertahan dari situasi buruk tersebut, dan hal tersebut terjadi karena kurangnya inovasi yang dilakukan para pelaku UKM dalam menghadapi pasar yang terus berkembang di era digital ini. Pengalaman yang dirasakan oleh para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia saat

menghadapi krisis dapat menjadi indikator bahwa Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat menjadi sektor swasta yang dapat dikembangkan potensinya secara maksimal, apalagi unit usaha ini seringkali terabaikan hanya karena produksinya masih dalam skala yang kecil dan belum mampu untuk bersaing dengan unit usaha lainnya.

Islam memandang perniagaan sebagai sesuatu yang baik dan dapat menjadi sumber penghasilan yang paling baik. Tidak ada batasan wilayah yang ditentukan oleh Allah dalam berniaga, dan Allah juga memberikan kebebasan dalam perniagaan selama hal tersebut tidak bertentangan dengan hukum yang Allah tetapkan. Lima belas abad silam, perniagaan sudah dilakukan oleh Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi wa Sallam* dan para sahabatnya, pada masa itu juga sudah terjadi perdagangan antar wilayah yang dilakukan oleh Kaum Quraisy, hal tersebut telah terangkum dalam Quran Surah Al-Quraisy [106]: 2 yang berbunyi:



إِلَيْهِمْ رِحْلَةَ الْشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ

(yaitu) kebiasaan mereka bepergian pada musim dingin dan musim panas.

(QS. AL-Quraisy, 106: 2)

Perniagaan yang dilakukan oleh Kaum Quraisy ke Negeri Yaman pada saat musim dingin dan Negeri Syams pada musim panas setiap tahunnya bertujuan untuk melakukan perniagaan yang keuntungannya akan dipakai untuk penghidupan mereka di Makkah. Ayat di atas menjelaskan bahwa saat zaman rasul, perniagaan sudah dilakukan ke wilayah yang jauh. Di zaman modern

perniagaan yang dilakukan oleh manusia dapat dilakukan dengan bantuan teknologi, dan perniagaan yang dilakukan dalam ruang lingkup internasional disebut dengan ekspor. Dari uraian yang sudah dipaparkan, maka akan dilaksanakan penelitian dengan judul 'Upaya Perluasan Domain Pasar Pelaku UKM Berbasis Modernisasi'.

B. Fokus Penelitian

Penelitian dilakukan dengan studi deskriptif, data penelitian didapatkan dari hasil observasi dan wawancara kepada Direktur Utama PT. Boourac Internasional.

Berikut merupakan pertanyaan penelitian yang diturunkan dari fokus penelitian yang sudah dipaparkan:

1. Apa upaya yang dilakukan oleh PT. Boourac Internasional dalam memperluas domain pasar untuk para pelaku UKM dengan skala Internasional?
2. Bagaimana peran PT. Boourac Internasional dalam memperluas domain pasar para pelaku UKM?
3. Apa saja faktor penghambat yang harus dihadapi oleh PT. Boourac Internasional dalam memperluas domain pasar para pelaku UKM?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis upaya yang dilakukan oleh PT. Boourac Internasional dalam memperluas domain pasar untuk para pelaku UKM dengan skala Internasional.

2. Untuk mengetahui peran dari PT. Boourac Internasional dalam memperluas domain pasar bagi para pelaku UKM.
3. Untuk mengidentifikasi faktor penghambat yang harus dihadapi oleh PT. Boourac Internasional dalam memperluas domain pasar para pelaku UKM.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UKM, peneliti berharap dapat memberikan manfaat mengenai kondisi pasar UKM yang belum berkembang, terlebih kondisi pasar UKM saat ini dirasa dapat menjadi penghambat pertumbuhan ekonomi dan memperburuk kondisi pengangguran di Indonesia. Diharapkan peneliti dapat memberikan beberapa manfaat, manfaat tersebut adalah:

D.1 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan keilmuan khususnya bagi Mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam dalam memanfaatkan modernisasi sebagai alat untuk memberdayakan masyarakat. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran untuk penelitian selanjutnya mengenai masalah yang serupa.

D.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan mengenai perluasan pasar bagi pelaku UKM dengan memanfaatkan teknologi kepada para pembaca serta mengetahui mengenai upaya dan strategi yang diterapkan oleh instansi terkait atau sejenis.

E. Kajian Penelitian Yang Relevan

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tinjauan berdasarkan kajian terdahulu yang memiliki kesinambungan dengan permasalahan penelitian, hal ini dilakukan sebagai langkah agar terhindar dari kesamaan judul dan hal yang lainnya dari penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Setelah melakukan tinjauan terhadap kajian terdahulu, peneliti menggunakan skripsi dan *e-journal* sebagai tinjauan pada penelitian ini, kajian tersebut di antaranya sebagai berikut:

1. Penelitian tesis dengan judul “Penerapan *E-Commerce* pada Usaha Kecil dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung” (Khaulan, 2015). Penelitian ini mengkaji mengenai peran *e-commerce* dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian, penerapan *e-commerce* di Kota Bandung memiliki presentase keberhasilan yang cukup baik untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Masalah yang dihadapi yakni penggunaan *e-commerce* masih kurang efektif untuk meningkatkan perekonomian. Relevansi dari penelitian tersebut adalah, *e-commerce* digunakan sebagai alat untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi UKM yang akan berpengaruh terhadap pertumbuhan perekonomian dan membuka lapangan pekerjaan ketika usaha mendapatkan peningkatan pendapatan.
2. Penelitian *E-journal* dengan judul “Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan *E-Commerce*” (Jauhari, J. 2010). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan

kemajuan ICT (*Information and Communication Technology*) akan sangat membantu UKM menjadi lebih kompetitif dan dapat membuka prospek ekspor ketika kemajuan ICT difokuskan kepada *e-commerce*. Pengembangan ICT juga dapat meningkatkan kapabilitas UKM dalam memasarkan produknya dalam meningkatkan kuantitas produk yang dijual yang akan berdampak pada kenaikan pendapatan para pelaku UKM. Penelitian ini memiliki relevansi dengan permasalahan yang sedang dikaji oleh peneliti saat ini, yakni peran teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi para pelaku UKM, penelitian ini juga menggunakan *e-commerce* sebagai alat untuk meningkatkan daya saing produk UKM di mancanegara.

3. Penelitian skripsi dengan judul “Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat” (Nurjanah, 2016). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UKM khususnya yang dibahas di dalam penelitian ini yakni UKM kerajinan keramik membawa dampak baik terhadap perekonomian masyarakat. Relevansi dengan penelitian tersebut yakni peran UKM dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, penelitian ini memfokuskan perluasan pasar ke ranah yang lebih luas dengan harapan dapat meningkatkan kuantitas penjualan produk dan membawa dampak baik terhadap perekonomian UKM dan masyarakat.

Penelitian yang sedang dikaji oleh peneliti dengan beberapa penelitian yang sudah dipaparkan diatas memiliki titik beda, yakni:

1. Perluasan pemasaran produk yang dilakukan dengan menggunakan *e-commerce* mencakup lingkup yang lebih luas yakni mancanegara.
2. Produk yang dijual di *e-commerce* PT. Boourac Internasional adalah produk pelaku UKM yang terdiri dari beberapa wilayah yang ada di Indonesia dan tidak ada produk yang dipasarkan selain produk asli UKM Indonesia.

F. Landasan Pemikiran

F.1 Landasan Teoritis

Mankiw dalam Faozi dan Mufidah (2018: 16) menjelaskan bahwa pasar merupakan sekumpulan pembeli dan penjual yang berkumpul karena adanya produk maupun jasa. Penjual bekerja sama sebagai kelompok untuk mengontrol jumlah layanan atau produk yang akan ditawarkan, sementara pelanggan bertindak sebagai komunitas untuk mengontrol jumlah permintaan layanan atau produk. Menurut Nastiti dalam Santoso (2017: 01), pasar timbul karena kebutuhan sudah terpenuhi dan memiliki kelebihan untuk dijual, sehingga pasar berkembang sebagai tempat penjualan barang atau jasa. Selain itu, untuk memenuhi keinginan akan suatu barang diperlukan suatu lokasi yang nyaman untuk memperoleh barang, baik melalui perdagangan maupun pembelian. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan area terhimpunnya individu-individu untuk bertransaksi jual beli. Pasar terbentuk karena kebutuhan yang sudah

terpenuhi, sehingga barang yang berlebih dapat disalurkan ke pasar untuk diperjual belikan.

Salah satu variabel yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu daerah atau negara adalah teknologi, sebagaimana yang dikemukakan teori Solow-Swan dalam Lestari (2019: 61), pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh ketersediaan unsur-unsur produksi (penduduk, tenaga kerja, dan akumulasi modal) serta kecepatan dari kemajuan teknologi. Hal ini dapat menjadi menjadi asumsi bahwa pertumbuhan ekonomi akan semakin baik ketika teknologi di sebuah wilayah atau negara mampu berkembang. Solow dalam Lestari (2019: 61) menyatakan hasil penelitiannya bahwa teknologi memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Menurut temuan penelitian Solow, tahun 1909 hingga 1949 Amerika Serikat mengalami pertumbuhan ekonomi tahunan yang memiliki rata-rata mencapai 2,75 persen.

Samuelson Nordhaus (2001: 258) dalam Lestari (2019: 66) mengemukakan model pertumbuhan ekonomi NeoKlasik dengan hanya satu hasil homogen yang terbuat dari aset dan tenaga kerja serta dua jenis input yang berbeda. Faktor penting dalam pertumbuhan ekonomi NeoKlasik merupakan transformasi teknologi, akan tetapi teknologi dapat diasumsikan sebagai hal yang konstan, sedangkan aktiva dapat diartikan sebagai himpunan dari benda-benda yang diproduksi untuk dimanfaatkan sebagai bahan utama dalam produksi benda yang lain. Benda-benda aktiva

mencakup beberapa struktur penting berupa rumah, pabrik, dan beberapa peralatan yang dibutuhkan di dalam prosesnya.

Menurut Schumpeter dalam Lestari (2019: 69), pertumbuhan ekonomi negara dapat meningkat ketika ada peran pengusaha untuk membuat perubahan dan melakukan inovasi dalam perekonomian. Konsep Pembangunan Ekonomi diterbitkan oleh Schumpeter dalam bahasa Jerman pada tahun 1911, kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris pada tahun 1934 dengan judul *The Theory of Economic Development*.

Schumpeter dalam Lestari (2019: 72-73) membedakan pengertian inovasi dan invensi. Menurut Schumpeter ada beberapa aktivitas yang dapat dikategorikan sebagai inovasi, yakni:

- a. Memperkenalkan komoditas baru;
- b. Memperkenalkan cara memproduksi yang berbeda atau baru;
- c. Membuka pangsa pasar yang baru;
- d. Menciptakan atau menemukan sumber daya sebagai bahan produksi yang baru;
- e. Dan transformasi himpunan industri sehingga terciptanya efisiensi dalam industri.

Kemudian adanya sistem pinjaman (lembaga keuangan) yang dapat memberikan suntikan dana kepada pengusaha sehingga mereka dapat mengubah ide-ide ini menjadi kenyataan adalah faktor lain yang menurut

Schumpeter dapat memunculkan inovasi. Faktor lainnya adalah adanya beberapa keep tentang ide-ide baru yang terkait dengan industri.

Menurut Wilbert Moore dalam Riduan (2021: 3), teori modernisasi merupakan transformasi komprehensif dari peradaban tradisional atau pra-modern menuju masyarakat yang maju secara teknologi dengan kondisi ekonomi yang menyerupai perkembangan dunia barat dan memiliki politik yang stabil. Modernisasi dalam perspektif ilmu sosial memiliki makna transformasi dari keadaan terbelakang ke keadaan yang lebih baik dalam upaya membangun kehidupan yang lebih maju, sejahtera, dan sejahtera. Modernisasi memerlukan perubahan kualitas immaterial seperti pemikiran, perilaku, dan hal-hal lain di samping aspek-aspek nyata seperti barang.

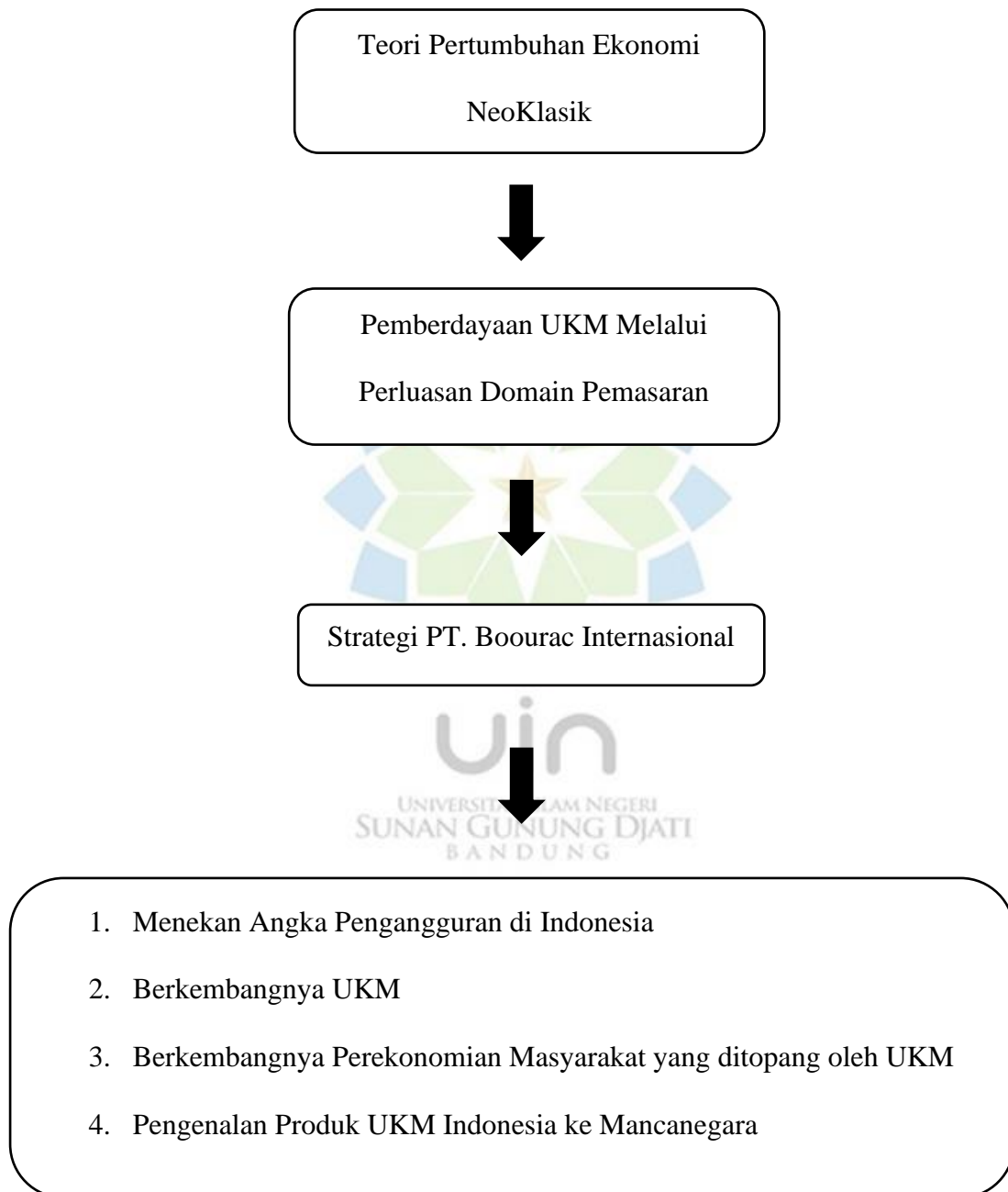
Asumsi teori modernisasi merupakan hasil konsep dari metafora teori evolusi. Menurut teori-teori evolusi, perubahan sosial mempunyai sifat linear yang terus maju secara perlahan dan membawa masyarakat berubah dari tahap primitif ke tahap yang lebih maju. Teori modernisasi merupakan teori yang dianut oleh negara berkembang untuk dapat mencapai kemajuan seperti negara maju.

Manusia menjadi faktor penting dalam teori modernisasi karena manusia merupakan subjek yang menggerakkan teknologi atau pelaku utama dari perubahan sosial yang berlangsung. Inkeles dan Smith mengemukakan ciri-ciri manusia modern, ciri-ciri tersebut adalah: memiliki keterbukaan terhadap pengalaman yang sudah dialami, memiliki ide-ide

baru, berorientasi pada masa sekarang dan masa depan, dan mempunyai kesanggupan dalam merencanakan sesuatu (Rahayu, 2010: 78). Modernisasi memiliki ciri-ciri, diantaranya adalah: Masyarakatnya memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meringankan kehidupan sehari-hari, perubahan pada unsur dan norma masyarakat, kemudahan dalam mengakses informasi, dan adanya perubahan pada alat transportasi yang lebih canggih.



F.2 Kerangka Konseptual



G. Langkah-Langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian adalah Teknik dalam penelitian yang digunakan untuk memperoleh data yang akan digunakan dalam karya ilmiah, dan data yang diperoleh akan disesuaikan dengan masalah dan tujuan dalam penelitian.

G.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di PT. Boourac International yang berada di Jalan Bintaro Raya No. 8, RT 02 RW 10, Kebayoran Lama Utara, Kecamatan Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pemilihan lokasi penelitian ini dipilih karena pertimbangan dan alasan tertentu, yang pada dasarnya meliputi:

- a. Alasan akademik, yang berkaitan dengan teori atau permasalahan yang sesuai dengan fenomena yang terjadi di lapangan, dan lokasi ini dianggap representatif untuk mengungkapkan masalah yang dianalisis.
- b. Alasan praktis, lokasi penelitian dekat dengan daerah tempat tinggal peneliti.

G.2 Paradigma dan Pendekatan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif berfungsi untuk meneliti kondisi objek ilmiah, dan peneliti menjadi instrumen utama, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif,

dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Paradigma ini juga disebut sebagai paradigma *post-positivisme* karena jika dilihat dari gejalanya lebih bersifat singular, statis dan spesifik (Kuswana, 2011: 43).

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan di lapangan. Analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori (Kuswana, 2011: 44).

G.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, karena penelitian dilakukan dalam kondisi yang alamiah (*natural setting*), teknik penelitian kualitatif juga terkadang disebut teknik penelitian naturalistik atau teknik penelitian etnografi, karena pada awalnya, teknik penelitian kualitatif digunakan untuk studi di bidang antropologi budaya (Sugiyono, 2017: 8). Menurut Moleong (2006: 4) metodologi kualitatif dapat digunakan sebagai langkah dalam menghimpun data-data serta fenomena yang diamati. Lexy J. Moleong juga menjelaskan bahwa dengan menggunakan metode deskriptif berarti peneliti menganalisa data yang dikumpulkan dapat berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu peneliti mengumpulkan informasi langsung ke PT. Boourac

Internasional, data yang didapatkan dari PT. Boourac Internasional dikumpulkan dengan menggunakan metode wawancara, foto, dokumen perusahaan, dan dokumentasi media sosial. Data-data yang sudah dikumpulkan akan dianalisis dan digambarkan menggunakan kata-kata, kemudian data-data yang dianalisis dan digambarkan akan digunakan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi dalam ruang lingkup PT. Boourac Internasional.

G.4 Jenis Data dan Sumber Data

A. Jenis Data

Jenis data yang dikembangkan merupakan jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan sebagai rumusan masalah dan tujuan penelitian yang diajukan. Data dalam penelitian ini menggunakan tipe data kualitatif, antara lain sebagai berikut:

- a. Data mengenai upaya yang dilakukan oleh PT. Boourac Internasional untuk memperluas domain pasar untuk pelaku UKM.
- b. Data program pemberdayaan ekonomi melalui UKM oleh PT. Boourac Internasional.

B. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data dibagi menjadi dua yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan dan dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian. Peneliti memperoleh data dari

PT. Boourac Internasional melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang diperoleh dari literatur yang berhubungan dengan permasalahan penelitian seperti buku ilmiah, jurnal penelitian dan skripsi.

G.5 Informan dan Unit Penelitian

A. Informan

Informan merupakan orang yang dianggap memiliki pengetahuan mengenai topik yang diselidiki. Dalam penelitian ini dibutuhkan dua tipe informan, yakni informan kunci dan informan utama. Informan kunci adalah informan yang memiliki informasi yang menyeluruh mengenai permasalahan yang diteliti. Sementara itu, informan utama adalah informan yang mengetahui secara teknis dan detail mengenai masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, informan kunci merupakan Direktur Utama PT. Boourac Internasional dan informan utama yaitu jajaran staf PT. Boourac Internasional.

B. Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam menetapkan narasumber, karena informan ditentukan melalui kriteria, pengetahuan peneliti, dan pemilihan otomatis berdasarkan pertimbangan yang dibuat oleh peneliti. Sugiyono (2017: 85) dalam bukunya

menjelaskan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel dengan penilaian tertentu.

Menurut Sugiyono (2016: 85) teknik *Purposive Sampling* digunakan karena sesuai dengan penelitian kualitatif atau studi non-generalisasi.

Informan dalam penelitian ini adalah staf jajaran dari perusahaan Boourac Internasional.

G.6 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan beberapa cara, antara lain:

A. Observasi

Observasi dapat didefinisikan sebagai pencatatan dan pengamatan yang teratur kepada peristiwa-peristiwa yang melekat pada objek penelitian. Investigasi dan perekaman dilakukan di tempat kejadian di mana peristiwa tersebut terjadi. Metode observasi merupakan metode yang dapat bermakna ganda karena tidak membutuhkan biaya yang banyak serta dapat dilakukan secara sederhana (Margono 1997: 158).

Penelitian yang dilakukan menggunakan teknik observasi partisipan atau pengamatan secara langsung dan cermat terhadap objek penelitian. Peneliti mengobservasi langsung ke lokasi penelitian, yakni observasi ke PT. Boourac Internasional untuk mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh PT. Boourac Internasional untuk memperluas domain pasar para pelaku UKM.

B. Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi dan komunikasi verbal yang bertujuan untuk mendapatkan informasi penting yang diinginkan. Wawancara atau interviu menurut Black dan Champion dalam Zuriyah (2009: 179) didefinisikan sebagai pertukaran verbal antara orang yang melakukan penelitian dan responden selama wawancara, pertukaran ini menjadikannya pendekatan studi sosial yang paling sosiologis.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini mempunyai maksud dan tujuan untuk mengumpulkan data secara akurat yang didapatkan dari informan yang terpercaya. Wawancara dilakukan oleh peneliti ke tiga narasumber yang memiliki keterkaitan dengan PT. Boourac Internasional yakni Bapak Iis Muchlis selaku Direktur Utama PT. Boourac Internasional, Ibu Metta Palupi selaku *Chief Operating Officer* PT. Boourac Internasional dan Zidan Aditya selaku *Sales Manager* PT. Boourac Internasional.

C. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2010: 274) dokumentasi merupakan proses pencarian data mengenai variable berupa catatan-catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya.

Proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti meliputi beberapa kegiatan dan acara yang dilakukan oleh PT. Boourac Internasional. Peneliti mendokumentasikan kegiatan dan acara tersebut demi

memperkuat data yang ada. Hasil dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti berbentuk foto, rekaman suara, dokumen perusahaan dan dokumentasi sosial media.

G.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data. Wijaya (2018: 119) memaparkan bahwa teknik triangulasi data adalah metode untuk membandingkan informasi dari sumber, dan menggunakan cara yang berbeda pada berbagai periode. Teknik triangulasi data digunakan sebagai penguji kredibilitas data yang telah didapatkan dari berbagai sumber. Triangulasi data dapat digunakan sebagai proses meningkatkan validitas data dan konsistensi data, serta memiliki manfaat terhadap analisis data yang ada di lapangan.

A. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan penilaian informasi secara kualitatif yang sangat penting di dalam suatu penelitian, analisis data membutuhkan akurasi dan objektivitas dari para peneliti. Untuk menganalisis data diperlukan prosedur, menurut Zuriah (2009: 199) analisis data sering menggunakan prosedur sebagai berikut:

a. Penyusunan Data

Dalam penyusunan perlu dipertimbangkan hal-hal seperti berikut:

- 1) Data yang dimasukkan ke dalam penelitian adalah data yang dibutuhkan dan bersifat penting dalam penelitian;

- 2) Data yang tidak sesuai dengan keobjektifan penelitian akan dikecualikan;
- 3) Data yang diinput ke dalam penelitian adalah data yang asli dan tidak direkayasa;
- 4) Data yang diperoleh difilter untuk menilai informasi yang diperoleh merupakan informasi yang objektif tanpa adanya kesan pribadi responden.

b. Pengolahan Data

Menurut Margono (1997: 191) pengolahan data dapat dilakukan sebagai berikut:

- 1) Penggolongan data, yaitu melakukan pengklasifikasian terhadap data-data yang didapatkan ke kuantitas yang lebih terbatas.
- 2) Tabulasi atau penyajian data, penyajian data dilakukan setelah data terkumpul dan telah terseleksi untuk mendapatkan kesimpulan yang akurat.

c. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh, peneliti menarik kesimpulan yang bertujuan untuk melihat kelebihan dan kelemahan pelaksanaannya.