

**ANALISIS USAHA KOMERCE DALAM MENINGKATKAN  
PEMBERDAYAAN EKONOMI GENERASI MUDA DESA  
TAMANSARI, KECAMATAN KARANGMONCOL,  
KABUPATEN PURBALINGGA**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**LUTFI SETIANINGRUM  
NIM. 2017201158**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfi Setianingrum  
NIM : 2017201158  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Usaha Komerce Dalam Meningkatkan  
Pemberdayaan Ekonomi Generasi Muda Desa Tamansari,  
Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 2 Juli 2024  
Saya yang menyatakan,



Lutfi Setianingrum  
NIM. 2017201158



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**ANALISIS USAHA KOMERCE DALAM MENINGKATKAN  
PEMBERDAYAAN EKONOMI GENERASI MUDA DESA TAMANSARI,  
KECAMATAN KARANGMONCOL, KABUPATEN PURBALINGGA**

Yang disusun oleh Saudara **Lutfi Setianingrum NIM 2017201158** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 10 Juli 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.  
NIP. 19640916 199803 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Dr. M. Sulasih, S.E., M.Si.  
NIP. 19800119 202321 2 017

Pembimbing/Penguji

Naerul Edwin Kiky Aprianto, M.E.  
NIP. 19930414 202012 1 004

Purwokerto, 12 Juli 2024

Mengesahkan  
Dekan,

**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada  
Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
    UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
di-  
    Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Lutfi Setianingrum NIM 2017201158 yang berjudul:

**ANALISIS USAHA KOMERCE DALAM MENINGKATKAN  
PEMBERDAYAAN EKONOMI GENERASI MUDA DESA TAMANSARI,  
KECAMATAN KARANGMONCOL, KABUPATEN PURBALINGGA**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh selar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 1 Juli 2024  
Pembimbing



**Naerul Edwin Kiky Aprianto, M.E.**

NIP. 19930414 202012 1 004

## MOTTO

*“Jangan takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh”*

*-Buya Hamka-*

*“Jangan takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah”*

*-Buya Hamka-*

*“Jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua”*

*-Buya Hamka-*

*“Besi hancur karena karatnya sendiri dan manusia itu bisa hancur karena sebab pikirannya sendiri”*

*-Ustadz Irfan Rizki Haas-*



**ANALISIS USAHA KOMERCE DALAM MENINGKATKAN  
PEMBERDAYAAN EKONOMI GENERASI MUDA DESA  
TAMANSARI, KECAMATAN KARANGMONCOL, KABUPATEN  
PURBALINGGA**

**Lutfi Setianingrum**

**NIM. 2017201158**

E-mail : [lutfisetianingrum08@gmail.com](mailto:lutfisetianingrum08@gmail.com)

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Komerce merupakan startup berbasis teknologi yang hadir untuk mendukung kemajuan bisnis online dan UMKM di Indonesia. Perusahaan sekarang banyak membutuhkan sumber daya manusia yang mempunyai kompetensi/*skill* dibidang teknologi. Masalah-masalah ekonomi seperti pengangguran, banyaknya generasi muda desa yang urbanisasi, kurangnya kompetensi/*skill* warga desa khususnya generasi muda, minimnya lapangan pekerjaan di desa, dan sedikitnya pengusaha muda desa, sehingga diperlukan program pemberdayaan ekonomi generasi muda. Komerce hadir dengan memiliki fokus dalam memberdayakan masyarakat khususnya generasi muda dengan memberikan pendidikan dan pelatihan dalam bidang (*Information and technology/IT*) untuk menyediakan talent-talent yang berkompeten. Dengan adanya pemberdayaan yang dilakukan Komerce dapat berdampak positif kepada generasi muda setempat dalam meningkatkan kesejahteraan hidup.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis konsep dan model layanan usaha Komerce dalam ranah bisnis digital dan menganalisis usaha Komerce dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi generasi muda desa. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif jenis studi kasus (*case study*). Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep dan model layanan Komerce dalam ranah digital dengan melakukan konsep pemberdayaan dan model layanan *customer service*, *advertiser*, *admin marketplace* dan *livestramer* dapat meningkatkan layanan lebih kreatif dan inovatif untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar. Kemudian Komerce dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi generasi muda desa melalui pendidikan dan pelatihan *digital marketing* sangat berpengaruh dalam menanggulangi pengangguran, urbanisasi, dan peningkatan kualitas hidup generasi muda desa. Dalam proses manajemen Komerce juga menerapkan sistem manajemen syariah berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dalam perspektif islam.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan, Ekonomi, dan Generasi Muda

**ANALYSIS OF COMMERCIAL ENTERPRISE IN IMPROVING THE  
ECONOMIC EMPOWERMENT OF THE YOUNG GENERATION OF  
TAMANSARI VILLAGE, KARANGMONCOL DISTRICT,  
PURBALINGGA DISTRICT**

**Lutfi Setianingrum**  
**NIM. 2017201158**

E-mail: [lutfisetianingrum08@gmail.com](mailto:lutfisetianingrum08@gmail.com)

Study Program of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and  
Business, State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

*Komerce is a technology-based startup that is here to support the progress of online businesses and UMKM in Indonesia. Companies now need a lot of human resources who have competence / skills in the field of technology. Economic problems such as unemployment, the number of young villagers who urbanize, the lack of competence/skills of villagers, especially the younger generation, the lack of jobs in the village, and the lack of young village entrepreneurs, so that a young generation economic empowerment program is needed. Komerce comes with a focus on empowering the community, especially the younger generation by providing education and training in the field of (Information and technology / IT) to provide competent talents. With the empowerment carried out by Komerce, it can have a positive impact on the local young generation in improving their welfare.*

*The purpose of this research is to analyze the concept and model of Komerce business services in the realm of digital business and analyze Komerce's efforts in increasing the economic empowerment of young villagers. By using qualitative research methods, the type of case study (case study). The data collection techniques used are interviews, observation and documentation. Data analysis used is data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing.*

*The results showed that the concept and service model of commerce in the digital realm by empowering the concept and service model of customer service, advertiser, marketplace admin and livestreamer can improve more creative and innovative services to meet market needs. Then Komerce in improving the economic empowerment of young villagers through digital marketing education and training is very influential in tackling unemployment, urbanization, and improving the quality of life of young villagers. In the management process Komerce also applies the sharia management system in the form of planning, organizing, directing and supervising in an Islamic perspective.*

**Keywords:** *Empowerment, Economy, and Young Generation*

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef

ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
هـ	ha	h	ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	ya	y	ye

## 2. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

## 3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	hikmah	جزية	Ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة اولياء	Ditulis	karâmah al-auliyâ’
--------------	---------	--------------------

- b. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة ال نظر	Ditulis	zakât al-fîtr
-------------	---------	---------------

## 4. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	Dammah	Ditulis	u

### 5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	a
	جَاهِلِيَّة	Ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	a
	تَنْس	Ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	i
	كَرِيم	Ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	u
	نُرُوض	Ditulis	furûd

### 6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قَوْل	Ditulis	qaul

### 7. Vokal yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	a'antum
أُيُودَات	Ditulis	u'iddat

### 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

الْقِيَّاس	Ditulis	al-qiyâs
------------	---------	----------

b. Bila di ikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السَّمَاء	Ditulis	as-samâ
-----------	---------	---------

### 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau percakapannya.

ذَوِي النُّرُوض	Ditulis	zawi al-furûd
-----------------	---------	---------------

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan nikmat, rahmat serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Usaha Komerce Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Generasi Muda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga”. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dari berbagai pihak yang selama ini membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Ayahanda tercinta Bapak Darmanto, cinta pertama dan panutan saya. Alhamdulillah, kini penulis sudah berada ditahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana sebagai perwujudan atas cita-cita bapak yang ingin melihat putri sulungnya bergelar sarjana. Segala yang saya usahakan dan saya perjuangkan semata untuk cinta pertama dan panutan saya. Tiada henti saya bersyukur dan berterima kasih karnanya saya selalu bangkit dan tidak mengenal lelah. Terima kasih sudah merawat dan membesarkan saya dengan penuh cinta dan kasih sayang, selalu berjuang untuk hidup saya, dan bekerja keras untuk keluarga hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan berada ditahap ini.
2. Ibunda tercinta Mama Turmini, pintu surga dan pahlawan saya. Seorang yang darahnya mengalir dalam tubuh saya yang telah melahirkan, merawat dan membesarkan saya sampai pada titik ini. Beliau tiada hentinya melangitkan doa-doa indah disetiap sujudnya sehingga saya bisa sekuat ini untuk tetap bertahan. Terima kasih sudah menjadi rumah ternyaman untuk putri sulungmu kembali disaat dunia tidak membersamai. Segala dukungan dan motivasi yang mama berikan sangat berarti dalam setiap perjalanan hidup saya. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tak terhingga kupersembahkan karya sederhana ini untuk mama.
3. Adik tersayang, Panggih Setia Ramadhan. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini. Terima kasih atas semangat,

doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adikku.

4. Kepada keluarga besar yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun material.
5. Kepada Bapak Naerul Edwin Kiky Aprianto, M.E. selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala arahan, bimbingan, masukan, motivasi, keikhlasan waktu dan pikiran demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memberikan perlindungan dan membalas segala kebaikan Bapak.
6. Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Abang dengan inisial M.I.A.H. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal, serta tidak lelah menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah SWT selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
7. Kepada teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah D angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah, *see you on top, guyz.*
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
9. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Lutfi Setiangrum terima kasih telah mampu bertahan dan berjuang sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berpikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Upi. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Analisis Usaha Komerce Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Generasi Muda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga”.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapat dukungan, bimbingan, bantuan tenaga, dan pemikiran baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, S. Tp., S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. H. Sochimim, Lc., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Naerul Edwin Kiky Aprianto, M.E., selaku dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala arahan, bimbingan, masukan, motivasi, keikhlasan waktu dan pikiran demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
13. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
15. Seluruh Tim Komerce yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di tempat tersebut.
16. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Darmanto dan Mama Turmini yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan ketahap ini dan mengorbankan segalanya untuk penulis. Terima kasih selalu melangitkan doa-doa baik serta memberikan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih telah memberikan cinta kasih dan sandaran terkuat dari kerasnya dunia ini.
17. Adik tersayang, Panggih Setia Ramadhan yang selalu memberikan penulis semangat dan dukungan melalui celotehannya yang lucu, terima kasih atas doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adikku.

18. Terima kasih untuk teman-teman kelas Ekonomi Syariah D angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah, *see you on top, guyz.*
19. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan Shofi Aisyatu Sekar, Adelia Putri Ifosioni, Saibatul Aslamiyah, Firli Dwi Lestari, Dwi Mega Utami, Evika Yulianti, Danun Zainadin Zidan, Muhammad Ilham Rusdi, Ahmad Na'im Mubarak, Muhammad Ridwan Ashofa, Mohammad Kholidin, Robiansyah Ashari yang telah kebersamai dalam pengerjaan skripsi ini.
20. Sahabat yang sudah penulis anggap seperti saudara, Aprilia Mugi Rahayu dan Alivia Ningsih. Terima kasih selalu memberikan dukungan dan do'a dalam menempuh pendidikan sampai menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian. *Remain a good person with the best version of you, luv.*
21. Keluarga besar KSEI FEBI Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto dan GenBI Purwokerto. Terima kasih sudah memberikan kepercayaan dan kesempatan untuk menjadi tempat berproses penulis selama menempuh pendidikan dibangku perkuliahan.
22. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
23. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Lutfi Setiangrum terima kasih telah mampu bertahan dan berjuang sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berpikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak, dan memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Upi. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritikan yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini

dapat lebih baik. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk penulis dan pembaca.

Purwokerto, 2 Juli 2024



Lutfi Setianingrum  
2017201158



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penghargaan Yang Pernah Diraih <i>Founder</i> Komerce .....	2
Tabel 1.2 Data Kemiskinan Kabupaten Purbalingga .....	4
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu .....	15



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kantor Pusat Komerce .....	41
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Komerce .....	54
Gambar 4.3 Kegiatan Customer Service .....	60
Gambar 4.4 Kegiatan Advertiser .....	61
Gambar 4.5 Kegiatan Admin Marketplace .....	61
Gambar 4.6 Kegiatan Livestreamer .....	62
Gambar 4.7 Presentase Gaji <i>Talent</i> Komerce .....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan Melakukan Penelitian di Komerce  
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara  
Lampiran 3 : Surat Kesediaan Pembimbing  
Lampiran 4 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif  
Lampiran 5 : Surat Keterangan Lulus Ujian Seminar Proposal  
Lampiran 6 : Sertifikat Ujian Bahasa Arab  
Lampiran 7 : Sertifikat Ujian Bahasa Inggris  
Lampiran 8 : Sertifikat BTA PPI  
Lampiran 9 : Sertifikat KKN  
Lampiran 10 : Sertifikat PPL  
Lampiran 11 : Daftar Riwayat Hidup



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	viii
PERSEMBAHAN .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
DAFTAR ISI.....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	9
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
E. Kajian Pustaka .....	12
F. Sistematika Pembahasan .....	18
BAB II LANDASAN TEORI .....	20
A. Kewirausahaan .....	20
B. Pemberdayaan Masyarakat .....	22
C. Landasan Teologis .....	38
BAB III METODE PENELITIAN .....	43
1. Jenis Penelitian .....	43
2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	44
3. Subjek dan Objek Penelitian .....	44
4. Jenis dan Sumber Data .....	45

5. Teknik Pengumpulan Data .....	46
6. Uji Keabsahan Data .....	47
7. Teknik Analisis Data .....	47
<b>BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum Usaha Komerce .....	50
B. Konsep dan Model Layanan Komerce .....	55
C. Analisis Pemberdayaan Ekonomi Generasi Muda Desa .....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Komerce merupakan *startup* berbasis teknologi yang hadir untuk mendukung kemajuan bisnis online dan UMKM di Indonesia. Komerce memiliki fokus dalam memberdayakan masyarakat, dimana usaha ini memberikan pendidikan dan pelatihan kepada Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bidang teknologi dan informasi (*Information and Technology/IT*) untuk menyediakan talent-talent yang berkompeten. Komerce mempunyai visi yaitu *e-buld your e-commerce team*. Perusahaan sekarang banyak membutuhkan sumber daya manusia yang mempunyai skill di bidang teknologi. Komerce menjadi sebuah tempat sekelompok orang yang berkumpul untuk bekerjasama secara terencana, rasional, dan sistematis, dengan tujuan mencapai hasil tertentu melalui optimalisasi sumber daya yang ada. Keberadaan Komerce muncul karena terinspirasi dari banyaknya pembisnis online dan UMKM yang tidak memiliki waktu serta pengetahuan yang cukup untuk mengelola bisnisnya. Selain itu, tingginya biaya untuk menggaji dan memenuhi kebutuhan *talent* yang di *hire* secara mandiri untuk membuat pembisnis dan UMKM berpikir berkali lipat untuk mencari karyawan yang membantu mereka memaksimalkan bisnisnya adapun disisi lain adanya permasalahan di desa seperti: pengangguran, banyaknya pemuda desa yang urbanisasi, minimnya lapangan kerja di desa, sedikitnya pengusaha muda di desa, dan kurangnya kompetensi/*skill* warga desa.

Komerce dahulu dikenal dengan sebutan Kampung Marketer yang didirikan pada tahun 2017 oleh seorang pemuda bernama Novi Bayu Darmawan, beliau merupakan mantan Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kementerian Keuangan (Kemenkeu) yang mengambil keputusan untuk mengundurkan diri dengan hormat bahkan mendapat dukungan besar dari atasannya. Beliau merekrut sejumlah pemuda desa di Kecamatan Karangmoncol untuk mengikuti pelatihan dan pendidikan di bidang teknologi

informasi, khususnya pendidikan berbasis *marketing online*. Berdasarkan kutipan dari laman wiradesa pada permulaan tahun 2022, sekitar 230 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjalin kemitraan dengan Komerce. Selain itu, terdapat 20 lokasi pemberdayaan yang tersebar. Mulai dari tahun 2017 hingga 2021, lebih dari 1.300 anak muda telah mengikuti pelatihan *e-commerce* yang diselenggarakan oleh Komerce. Peserta tidak hanya berasal dari Purbalingga dan Jawa Tengah, tetapi juga dari Daerah Istimewa Yogyakarta dan daerah lainnya.

Komerce telah meraih sejumlah penghargaan seperti yang dipublikasikan dalam websitenya, sebagaimana tercantum dalam tabel berikut:

Tabel 1.1  
Penghargaan yang pernah diraih *founder* Komerce

No.	Jenis Penghargaan	Tahun
1.	Liputan 6 Awards	2018
2.	Pemuda Pelopor Jawa Tengah Bidang Pendidikan Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemepora) Republik Indonesia (RI)	2018
3.	SDG PIPE ( <i>Sustainable Development Goals</i> Pemuda Indonesia Penggerak Perubahan) <i>Campaign, PIRAC &amp; Go Global</i> Indonesia	2019
4.	Penggerak Wirausaha Muda Berprestasi Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemepora) Republik Indonesia (RI)	2019
5.	Wirausaha Muda Mandiri Kategori Sosial Bank Mandiri	2019
6.	UKM Awards	2020
7.	<i>Young Changemakers Social Enterprise Academy 2.0 (Campaign.com &amp; US Embassy Indonesia)</i>	2020
8.	DBS 2020 <i>Grant Awardee</i> DBS Bank	2020
9.	Hyundai <i>Startup Challenge</i> (Hyundai Group & Instellar)	2020
10	<i>Generation Impact Fellowship Asia Pasific Impact Hub &amp; Bank of America</i>	2020
11.	<i>Best of The Best Startup The NexDev 2020</i>	2020

Sumber: <https://komerce.id/about/> (2023)

Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara dengan populasi terbesar di dunia. Berdasarkan data *Worldometers* per April 2019, jumlah

penduduk Indonesia mencapai 269 juta jiwa yang setara dengan 3,49 persen dari total populasi global. Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat setiap tahunnya memberikan dampak sekaligus menimbulkan tantangan dalam hal kependudukan di Indonesia (Nurrahman, 2020). Peran pemerintah sangat dibutuhkan guna mengatasi permasalahan yang ada, tidak terkecuali di wilayah terpencil yaitu di desa. Kondisi perekonomian yang stagnan, atau bahkan lebih buruk, berpotensi besar menjadikan masyarakat khususnya pedesaan mengalami kesulitan untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Terdapat beberapa permasalahan yang sering muncul di pedesaan yaitu banyaknya pengangguran, urbanisasi dan kemiskinan sangat diperlukan partisipasi dari berbagai pihak untuk dapat menangani permasalahan tersebut termasuk partisipasi dari generasi muda (Ramdani, 2014).

Menurut Hill dalam (Haditono, 2002) istilah “generasi muda” juga sering disebut sebagai pemuda (*youth*) yang mengacu pada periode transisi antara masa remaja dan masa dewasa antara 15 tahun hingga 35 tahun. Generasi muda dianggap menjadi pewaris masa depan untuk dapat meneruskan cita-cita bangsa Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa peran generasi muda sangat krusial dalam setiap perubahan dan upaya pembangunan menuju cita-cita bangsa Indonesia. Sebagai anggota masyarakat, generasi muda dituntut untuk turut terlibat dalam berbagai isu sosial yang ada. Masa muda merupakan waktu yang rentan terhadap dampak buruk, baik dari faktor internal maupun lingkungan eksternal. Pemuda cenderung rentan terpengaruh oleh hal-hal yang tidak baik sehingga berdampak buruk pada kehidupan. Pemuda juga tidak jarang menghadapi permasalahan terkait dengan aspek ekonomi seperti pengangguran, urbanisasi dan kemiskinan yang kemudian dapat merembet ke berbagai masalah lain (Takalawangen et al., 2019)

Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada bulan Maret 2023, terdapat sekitar 3,79 juta orang penduduk miskin di Jawa Tengah. Presentase penduduk miskin ini mencapai 10,77 persen dari total populasi provinsi tersebut. Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan penduduk miskin ini sebagai individu yang memiliki pengeluaran rata-rata di bawah garis

kemiskinan. Pada bulan Maret 2023, garis kemiskinan di Jawa Tengah tercatat sebesar rata-rata Rp 477.580 per kapita per bulan (Katadata, 2023). Ketika diuraikan lebih lanjut, tingkat kemiskinan bervariasi di setiap daerah Jawa Tengah, termasuk Kabupaten Purbalingga. Untuk Kabupaten Purbalingga sendiri dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.2  
Data kemiskinan Kabupaten Purbalingga

No.	Tahun	Jumlah Penduduk Miskin (ribu jiwa)	Jumlah Penduduk Miskin (persen)
1.	2021	153,08	16,24
2.	2022	145,33	15,30
3.	2023	143,41	14,99

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga (2023)

Berdasarkan data yang tertera dapat dilihat bahwa dari tahun 2021 sampai dengan 2023 kemiskinan pada Kabupaten Purbalingga mengalami penurunan yang cukup signifikan mencapai 0,94 persen. Permasalahan ekonomi di setiap wilayah bukan sekadar persoalan yang biasa, karena jika dibiarkan, hal tersebut dapat menyebabkan ketidakproduktifan desa sebagai akibat dari kurangnya kegiatan yang dapat menciptakan nilai ekonomi di lingkungan pedesaan.

Desa Tamansari terletak di Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah, termasuk salah satu dari 83.931 desa di Indonesia yang menghadapi permasalahan di bidang ekonomi, terutama di kalangan pemuda. Hasil survei pengangguran dan urbanisasi pada 337 pemuda di Desa Tamansari menunjukkan bahwa 35,2 persen atau 118 pemuda di desa tersebut dikategorikan sebagai penganggur atau tidak bekerja. Sementara itu, 64,8 persen atau 219 pemuda di desa tersebut masuk dalam kategori urbanisasi atau meninggalkan desa (Wijaya et al., 2020).

Melihat dari permasalahan ekonomi yang ada tersebut perlu adanya pemberdayaan ekonomi untuk mencapai kemandirian ekonomi generasi muda. Pemberdayaan terhadap generasi muda merupakan langkah krusial dalam mencapai tujuan nasional. Oleh karena itu, setiap generasi muda termasuk pelajar, mahasiswa, dan yang telah menyelesaikan pendidikannya, dianggap

sebagai elemen kunci bagi kemajuan dan keberlanjutan bangsa dalam meraih tujuan serta menjaga kedaulatan. Generasi muda dijadikan sebagai pendorong aktif dalam struktur sosial masyarakat karena memiliki potensi yang dapat dibentuk dan dikelola sebagai subjek dan objek untuk berperan sebagai penghubung antara masa sekarang dan masa depan. Pemuda tidak hanya dipahami dari segi usia, melainkan juga sebagai individu yang menunjukkan kualitas dan semangat. Peran pemuda pada saat ini secara konsisten memiliki pengaruh besar dalam dinamika sosial, politik, serta kehidupan negara dan masyarakat (Takalawangen et al., 2019).

Pemberdayaan mengandung konsep kesetaraan, keadilan, dan demokrasi tanpa adanya dominasi atau tekanan di dalam sekelompok orang atau masyarakat. Keberagaman karakter dan kemampuan individu diakui sebagai sebuah realitas yang ada. Meskipun terdapat perbedaan setiap individu memiliki hak dan tanggung jawabnya sendiri yang menjadi dasar prinsip dari pemberdayaan. Dengan demikian, pemberdayaan dapat dimaknai sebagai upaya meningkatkan kemampuan individu atau masyarakat agar dapat hidup secara mandiri yang dilaksanakan secara demokratis dengan tujuan untuk mengembangkan diri dan lingkungannya guna meningkatkan mutu kehidupan dan mencapai kesejahteraan (Takalawangen et al., 2019).

Dalam perspektif sosiologis, pemberdayaan dapat diinterpretasikan sebagai pemberian *power* kepada yang *powerless*, karena dengan memiliki *power* mereka yang sebelumnya merasa tidak berdaya dapat mencapai aktualisasi diri dan eksistensi yang lebih besar. Dalam sudut pandang struktural, memberikan kesempatan kepada manusia untuk mencapai eksistensinya (*self-actualization*) dianggap sebagai kebutuhan dasar, karena aktualisasi diri merupakan hal yang mendasar bagi manusia. Ketidakberdayaan pemuda dapat berasal dari berbagai aspek, meliputi aspek ekonomi dan aspek sosial budaya. Aspek ekonomi mencakup keterbatasan modal dan rendahnya teknologi. Sementara itu, aspek sosial budaya melibatkan rendahnya keahlian dan tingkat pendidikan, serta terbatasnya kesempatan kerja (Mulyawan, 2016).

Berdasarkan beberapa faktor yang menyebabkan ketidakberdayaan pemuda seperti keterbatasan modal, rendahnya teknologi, rendahnya keahlian dan tingkat pendidikan dan terbatasnya kesempatan kerja. Hal ini menjadi dasar dilakukannya suatu pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat dapat terwujud melalui partisipasi aktif masyarakat yang didukung oleh fasilitator pemberdayaan. Pemberdayaan perlu untuk dilakukan melalui peningkatan penguasaan dan tingkat percaya diri guna mengelola sumber daya yang dimiliki seperti melalui transmisi daya dari lingkungan sekitar (Riyadi & Akhmadi, 2022). Pemberdayaan masyarakat sejatinya merupakan usaha untuk mengadaptasi perilaku masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian. Mengingat perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi yang pesat dalam beberapa waktu terakhir, pemberdayaan masyarakat menjadi krusial karena akan berakibat pada kemampuan setiap individu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Sulasih et al., 2021). Upaya utama dalam memberdayakan generasi muda di fokuskan pada individu yang memiliki keterbatasan dalam akses terhadap sumber daya produktif atau yang terabaikan dalam proses pembangunan. Tujuan akhir dari pemberdayaan ini adalah memberikan kemandirian kepada masyarakat, terutama dalam aspek ekonomi, dengan harapan dapat meningkatkan kualitas hidup keluarga dan optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki.

Pemberdayaan yang berdampak pada kemandirian ekonomi dalam masyarakat, khususnya generasi muda merupakan hal yang penting karena menunjukkan ketidakbergantungan pada pihak eksternal dan mampu secara mandiri dalam mengelola dari aspek finansial. Pentingnya kemandirian ekonomi ini terletak pada kemampuan relatif untuk memenuhi kebutuhan tanpa bergantung pada pihak lain. Harapan dari kemandirian ekonomi adalah mencapai kesejahteraan masyarakat di tengah arus global dan merupakan langkah untuk mencapai kecukupan dalam kebutuhan hidup masyarakat yang pokok (Majid et al., 2023). Saat ini konsep kemandirian ekonomi diterapkan sebagai suatu alternatif akan harapan mencapai masyarakat dalam skala mikro menjadi “sejahtera” di tengah pasar global dan liberalisasi. Hal ini

menjadi salah satu cara agar mencapai ketercukupan kebutuhan hidup paling mendasar masyarakat baik yang banyak ditekankan dalam pangan, sadang, sarana kesehatan dan lainnya (Yuliantri, 2021).

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang kepemudaan menguraikan dengan tegas peran dan fungsi strategis pemuda dalam upaya pembangunan nasional. Sebagaimana diketahui pemuda adalah generasi yang memiliki potensi luar biasa untuk berinovasi, berkarya, dan berkontribusi dalam pembangunan bangsa. Terlebih di masa bonus demografi yang sedang dihadapi. Bonus demografi menawarkan peluang besar bagi pembangunan pemuda. Oleh karena itu, pemuda perlu dipersiapkan dengan pendidikan berkualitas, pelatihan kerja, dan kesempatan berkarir yang layak. Bonus demografi akan memberikan keuntungan demografi apabila kita mampu menghadirkan pemuda yang kompeten dan siap menghadapi persaingan global. Generasi muda diharapkan memiliki kemandirian untuk menjadi pionir dalam mengembangkan semangat kewirausahaan, yang selanjutnya dapat diaktualisasikan dalam suatu tempat, seperti memberikan kesempatan kerja kepada orang lain (Wijaya, et al., 2020).

Berdasarkan kajian empiris yang dilakukan oleh Wijaya, et al., (2020) menunjukkan bahwa ketahanan pribadi pemuda desa berpengaruh positif dalam mengatasi pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda. Hal ini dikuatkan oleh pendapat Rifai et al., (2015) yang menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat dapat mendorong kemandirian ekonomi. Adapun kajian empiris yang dilakukan oleh Sulasih et al., (2021) menunjukkan bahwa kajian teologis berpengaruh positif terhadap pemberdayaan masyarakat khususnya dalam perspektif epistemologis. Hal ini dikuatkan oleh kajian empiris yang dilakukan oleh Majid et al., (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan pengaruh dalam meningkatkan kemandirian pada usaha. Semakin efektif penerapan digitalisasi maka semakin besar pula kontribusinya terhadap meningkatkan kemandirian ekonomi.

Dengan berdirinya usaha komerce oleh seorang pemuda dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh

(Hilyatin, 2016) menyatakan bahwa seseorang untuk menjadi pengusaha dapat dipengaruhi oleh hal-hal seperti panggilan bakat, lingkungan, keturunan, kondisi yang mendorong, atau tanggung jawab dalam meneruskan kepemimpinan bisnis. Seorang pengusaha diharapkan memiliki rencana yang terstruktur untuk kedepannya. Pada usaha komerce melakukan pelatihan dan mendidik masyarakat tentang teknologi dan selanjutnya memberdayakan masyarakat yang telah memiliki keterampilan dan keahlian di bidang teknologi pemasaran digital sebagai upaya terstruktur dan terarah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya para generasi muda yang berhubungan erat dengan teori yang dikemukakan oleh Oos M. Anwas (2014) dalam (Takalawangen et al., 2019) terdapat 4 indikator pemberdayaan diantaranya yang mencakup kegiatan yang terorganisir dan bersifat kolektif, upaya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, pemberian prioritas kepada kelompok kurang beruntung, dan dilaksanakan melalui program peningkatan kapasitas pemberdayaan. Dengan adanya pemberdayaan tersebut menjadikan masyarakat khususnya generasi muda untuk memiliki kemandirian ekonomi dengan memenuhi kebutuhan sendiri untuk mencapai kehidupan yang sejahtera.

Berkaitan dengan latar belakang yang sudah diuraikan di atas sehingga, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Usaha Komerce dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Generasi Muda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga”. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi kepada pemuda desa tentang potensi peluang usaha di desa sendiri. Hal ini dapat mendorong generasi muda untuk terlibat aktif dalam pengembangan usaha sebagai strategi pengurangan pengangguran dan urbanisasi yang lebih efektif di pedesaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wawasan kajian untuk penelitian di masa yang akan datang.

## **B. Definisi Operasional**

Definisi Operasional merupakan batasan konsep atau istilah yang digunakan dalam judul penelitian sebagaimana yang diterapkan dalam

penelitian ini. Untuk lebih mudah dipahami dan dimengerti maksud dari skripsi ini, penulis akan menjelaskan terlebih dahulu makna dan arti dari kata-kata penting yang ada dalam judul, diantaranya yaitu:

#### 1. Komerce

Komerce merupakan usaha yang berfokus dalam memberdayakan masyarakat, di mana unit usaha ini memberikan pendidikan dan pelatihan kepada Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bidang teknologi dan informasi (*Information and Technology/IT*) yang terletak di Desa Tamansari Kecamatan Kertanegara Kabupaten Purbalingga (Novi Bayu Dermawan, Webinar 2020). Menurut Eko Sulistyono (2020) yang bertanggung jawab atas *Public Relation* (PR) di Komerce, menjelaskan bahwa Komerce dapat didefinisikan sebagai organisasi yang berfokus pada pendidikan dan pemberdayaan. Organisasi ini secara aktif mencari tenaga kerja dari warga desa untuk membantu pengusaha dalam memasarkan produk secara online.

#### 2. Pemberdayaan

Dalam (Takalawangen et al., 2019) menurut Oos M. Anwas (2014) pemberdayaan adalah usaha untuk memberikan ketrampilan kepada masyarakat agar dapat membangun dirinya sendiri dan meningkatkan kualitas hidupnya. istilah "kemampuan" dalam konteks ini mencakup berbagai aspek, seperti memiliki daya, pemahaman, motivasi, peluang, energi, kerjasama, kemampuan pengambilan keputusan, keberanian menghadapi risiko, keterampilan mencari dan memahami informasi, serta kemampuan bertindak dengan inisiatif.

Pemberdayaan yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah proses peningkatan kemampuan individu atau masyarakat yang bertujuan agar mereka memiliki daya untuk mengembangkan diri sendiri dan lingkungan sekitar, sehingga dapat meningkatkan mutu hidup dan mencapai kemandirian serta kesejahteraan.

### 3. Generasi Muda

Generasi muda merupakan segmen masyarakat yang sedang berproses menemukan identitasnya, sehingga perlu adanya pembinaan dan pengembangan potensi bagi mereka agar dapat mengarahkan diri pada hal yang lebih positif dan memberikan kontribusi positif pada bangsa. Dalam lingkup yang lebih luas, generasi muda dapat diidentifikasi sebagai individu yang berada dalam fase peralihan dari ketergantungan masa kanak-kanak menuju kemandirian di masa dewasa (Monggilo, 2016).

Menurut Kurniasi (2008) generasi muda atau pemuda merujuk kepada individu yang berusia antara 15 hingga 35 tahun. Mereka dianggap sebagai individu yang diharapkan memiliki tingkat energi, semangat, dan kreativitas tinggi untuk mewujudkan perubahan dan inovasi (Takalawangen et al., 2019). Berbeda dengan definisi yang dinyatakan oleh Sekretariat Umum PBB menggunakan istilah “pemuda” untuk merujuk pada individu yang berada antara usia 15 hingga 24 tahun, sementara United Nations Habitat (*Youth Fund*) menggambarkan generasi muda sebagai individu pada usia 15 hingga 32 tahun. Sedangkan *United Nations Children's Fund (UNICEF)*, *World Health Organization (WHO)*, dan *United Nations Population Fund (UNFPA)* memiliki kategori yang berbeda dengan mengklasifikasikan generasi muda ke dalam kategori remaja (*adolescent*) usia 10-19 tahun, anak muda (*young people*) usia 10-24 tahun, dan pemuda (*youth*) usia 15-24 tahun (Monggilo, 2016).

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di bagian sebelumnya, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana konsep dan model layanan yang diberikan komerce dalam ranah bisnis digital?
2. Bagaimana usaha Komerce dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi generasi muda Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga?

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis konsep dan model layanan usaha komerce dalam ranah bisnis digital.
- b. Untuk menganalisis usaha komerce dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi generasi muda di Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga.

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat praktis
  1. Bagi generasi muda dapat memberikan wawasan berharga kepada pemuda desa tentang potensi peluang usaha di desa sendiri. Hal ini dapat mendorong pemuda untuk terlibat aktif dalam pengembangan usaha lokal.
  2. Bagi usaha komerce sendiri, dapat membantu memahami sejauh mana unit telah berhasil dalam membantu generasi muda dan memberikan panduan untuk perbaikan atau pengembangan lebih lanjut.
  3. Bagi pemerintah desa, diharapkan dapat berperan serta dalam mendukung pemberdayaan dan kemandirian ekonomi generasi muda Desa Tamansari melalui adanya Komerce

- b. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan suatu bahan informasi dalam upaya menambah dan mengembangkan wawasan dan pengetahuan tentang pentingnya kemitraan antara usaha lokal dan generasi muda dalam meningkatkan pemberdayaan dan kemandirian ekonomi di daerah pedesaan. Bagi penelitian yang akan datang, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya serta sebagai literatur di Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

#### **E. Kajian Pustaka**

Penulis menyadari bahwa penelitian ini bukan satu satunya karya ilmiah yang membahas tentang pemberdayaan dan kemandirian ekonomi. Hingga saat

ini penelitian yang mengkaji tentang pemberdayaan dan kemandirian ekonomi sangat beragam, mulai dari faktor–faktor pembentuk dan penghambat, strategi, hingga aspek–aspek dan lain sebagainya. Keberagaman tersebut sebagai hasil dari sikap terbuka terhadap berbagai fenomena–fenomena baru yang muncul dalam masyarakat umum. Oleh karena itu, penulis perlu mencantumkan beberapa penelitian yang relevan dengan fokus penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Placenta Abshar Wijaya, John Suprihanto, dan Bagus Riyono (2020) dengan judul “Peran Unit Usaha Kampung Marketer dalam Mengatasi Pengangguran dan Urbanisasi untuk membentuk Ketahanan Pribadi Pemuda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah”. Pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa dalam mengatasi pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda Desa Tamansari terdapat beberapa peran dari unit usaha Komerce diantaranya dengan upaya menciptakan lapangan pekerjaan secara luas untuk pemuda desa, sekaligus memberikan keterampilan yang diperlukan agar para pemuda dapat berwirausaha secara mandiri. Peran unit usaha ini juga berpengaruh dalam membentuk ketahanan pribadi pemuda Desa Tamansari seperti dalam aspek rasa percaya diri, tanggung jawab, kebersamaan, kemandirian, berpegang pada prinsip, dan semangat pantang menyerah. Persamaan pada penelitian yang penulis lakukan yaitu sama sama membahas tentang lokasi penelitian yaitu usaha Kampung marketer Desa Tamansari Kabupaten Purbalingga dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Untuk perbedaannya terletak pada ketidakadaan variabel penelitian yaitu pemberdayaan dan kemandirian ekonomi generasi muda.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Muhamad Rifai, Warter Agustim, dan Poppy Indrihastuti (2015) yang berjudul “Analisis Pemberdayaan Masyarakat Home Industry Dalam Rangka Mendorong Kemandirian Ekonomi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa hambatan dalam mengembangkan usaha untuk mendukung kemandirian ekonomi masyarakat mencakup berbagai faktor, seperti produk belum terdaftar di Dinas Kesehatan, usaha belum terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan, produk kurang

higienis, produk kurang bertahan lama, penjualan yang dilakukan melalui model konsinyasi dengan cakupan wilayah pemasaran yang terbatas, kemasan produk yang kurang menarik, serta kesulitan dalam memperoleh tambahan modal melalui pinjaman dari lembaga perbankan untuk pengembangan usaha. Pada penelitian ini memiliki fokus yang sama yaitu pemberdayaan dan kemandirian ekonomi hanya jika dari peneliti lebih terfokus pada generasi muda.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sulasih, Weni Novandari, dan Suliyanto (2021) dengan judul “Kajian Teologis Pemberdayaan Masyarakat Komerce Perspektif Epistemologi”. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pemberdayaan masyarakat melalui Komerce meliputi berbagai tahapan, termasuk input, proses pembelajaran, output, hasil, dan penciptaan wirausaha muda mandiri. Individu dari desa yang bergabung dengan Komerce mengikuti proses belajar sebagai social media admin, *content writer*, dan *customer service* selama satu minggu, sedangkan *advertiser* berlangsung selama satu bulan. Program pemberdayaan ini berkolaborasi dengan pelaku bisnis online untuk memasarkan produk, dengan mengaplikasikan langsung keterampilan yang telah diajarkan. Dengan adanya pemberdayaan tersebut masyarakat desa baik secara individu maupun kelompok, memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuatan yang cukup untuk memengaruhi kehidupan sendiri dan kehidupan orang lain yang menjadi fokus perhatian mereka. Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama terfokus pada pemberdayaan. Perbedaan dari peneliti yaitu tidak adanya kemandirian ekonomi.

Penelitian yang dilakukan oleh Placenta Abshar Wijaya, John Suprihanto, dan Bagus Riyono (2020) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pengangguran dan Urbanisasi Pemuda di Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah”. Penelitian ini memperoleh sebuah hasil bahwa latarbelakang terjadinya pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda desa dipengaruhi oleh beberapa faktor yang meliputi, keputusan untuk tidak melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi setelah pendidikan menengah atas, kurangnya minat pemuda untuk bekerja di sektor pertanian meskipun mayoritas memiliki orang tua yang

berprofesi sebagai petani, keterbatasan peluang kerja di lingkungan desa, serta keinginan dan tekad yang kuat untuk bekerja di kota. Persamaan dari penelitian ini yaitu kesamaan lokasi penelitian dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan untuk perbedaan peneliti lebih fokus pada pemberdayaan dan kemandirian ekonomi.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Abdulloh Majid, Heni Noviarita, dan Erike Anggraeni (2023) dengan judul “Peran Digitalisasi Ekonomi Untuk Membentuk Kemandirian Ekonomi Pondok Pesantren”. Memperoleh sebuah hasil penelitian bahwa digitalisasi memiliki dampak positif terhadap peningkatan kemandirian ekonomi dalam dunia usaha. Penggunaan digitalisasi yang semakin optimal membantu meningkatkan kemandirian ekonomi secara signifikan. Unit-unit usaha dapat menjalin kerjasama erat dengan masyarakat sekitar karena sebagian besar pekerja dan pemasok produk berasal dari lingkungan sekitar. Hal ini bertujuan untuk mendukung perekonomian lokal, mengurangi kesenjangan ekonomi di masyarakat, dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan. Selain itu, perusahaan juga mulai merambah ke bisnis digital dengan menjual produknya melalui platform *e-commerce* untuk mencapai lebih banyak konsumen. Keuntungan yang diperoleh dapat digunakan untuk pengembangan usaha, yang pada akhirnya membantu menciptakan masyarakat yang lebih mandiri secara ekonomi. Penelitian ini memiliki fokus yang sama yaitu terkait pemberdayaan untuk mencapai kemandirian ekonomi. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yaitu dari tempat penelitian dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

Tabel 1.3  
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Placenta Abshar Wijaya, John Suprihanto,	Terdapat beberapa peran dari unit usaha Kampung marketer dalam mengatasi pengangguran dan	1. Memiliki kesamaan lokasi penelitian yaitu unit usaha	1. Tidak memiliki variabel penelitian

	<p>dan Bagus Riyono (2020) dengan judul <i>“Peran Unit Usaha Kampung Marketer dalam Mengatasi Pengangguran dan Urbanisasi untuk membentuk Ketahanan Pribadi Pemuda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah”</i></p>	<p>urbanisasi di kalangan pemuda Desa Tamansari dengan upaya menciptakan lapangan pekerjaan secara luas untuk pemuda desa, sekaligus memberikan keterampilan yang diperlukan agar para pemuda dapat berwirausaha secara mandiri. Peran unit usaha ini juga berpengaruh dalam membentuk ketahanan pribadi pemuda Desa Tamansari seperti dalam aspek rasa percaya diri, tanggung jawab, kebersamaan, kemandirian, berpegang pada prinsip, dan semangat pantang menyerah.</p>	<p>komerce Desa Tamansari Kabupaten Purbalingga</p> <p>2. Menggunakan metode penelitian kualitatif</p>	<p>pemberdayaan dan kemandirian ekonomi generasi muda</p>
2	<p>Muhamad Rifai, Warter Agustim, dan Poppy Indrihastuti (2015) dengan judul <i>“Analisis Pemberdayaan Masyarakat Home Industry Dalam Rangka Mendorong Kemandirian Ekonomi”</i></p>	<p>Terdapat beberapa hambatan dalam mengembangkan usaha untuk mendukung kemandirian ekonomi masyarakat mencakup berbagai faktor, seperti produk kurang higienis, produk kurang bertahan lama, belum terdaftar di Dinas Kesehatan, penjualan yang dilakukan melalui model konsinyasi dengan cakupan wilayah pemasaran yang terbatas, kemasan produk yang kurang menarik, usaha yang belum terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan, serta kesulitan dalam memperoleh tambahan modal melalui</p>	<p>1. Memiliki kesamaan dalam pembahasan penelitian yaitu pemberdayaan dan kemandirian ekonomi</p> <p>2. Menggunakan metode penelitian kualitatif</p>	<p>1. Objek penelitian yang berbeda yaitu <i>home industry</i></p>

		pinjaman dari lembaga perbankan untuk pengembangan usaha.		
3	Sulasih, Weni Novandari, dan Suliyanto (2021) dengan judul “ <i>Kajian Teologis Pemberdayaan Masyarakat Kampung Marketer Perspektif Epistemologi</i> ”	Pemberdayaan masyarakat melalui Kampung marketer meliputi berbagai tahapan, termasuk input, proses pembelajaran, output, hasil, dan penciptaan wirausaha muda mandiri. Individu dari desa yang bergabung dengan Kampung marketer mengikuti proses belajar sebagai <i>customer service</i> , <i>social media admin</i> , dan <i>content writer</i> selama satu minggu, sedangkan <i>advertiser</i> berlangsung selama satu bulan. Program pemberdayaan ini berkolaborasi dengan pelaku bisnis online untuk memasarkan produk, dengan mengaplikasikan langsung keterampilan yang telah diajarkan. Dengan adanya pemberdayaan tersebut masyarakat desa baik secara individu maupun kelompok, memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuatan yang cukup untuk memengaruhi kehidupan sendiri dan kehidupan orang lain yang menjadi fokus perhatian mereka.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki kesamaan dalam variabel yaitu pemberdayaan</li> <li>2. Memiliki kesamaan dalam lokasi penelitian yaitu komerce</li> <li>3. Menggunakan metode penelitian kualitatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dalam penelitian ini menggunakan perspektif epistemologi</li> </ol>
4	Placenta Abshar Wijaya, John Suprihanto, dan Bagus Riyono (2020) dengan judul “ <i>Analisis Faktor-Faktor Penyebab</i> ”	Terdapat beberapa faktor yang menjadi latarbelakang terjadinya pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda desa meliputi, keputusan untuk tidak melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi setelah menyelesaikan pendidikan menengah atas, kurangnya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki kesamaan variabel yaitu pemuda/generasi muda</li> <li>2. Memiliki lokasi penelitian yang sama yaitu desa</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak membahas terkait pemberdayaan.</li> </ol>

	<i>Terjadinya Pengangguran dan Urbanisasi Pemuda di Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah”</i>	minat pemuda untuk bekerja di sektor pertanian meskipun mayoritas memiliki orang tua yang berprofesi sebagai petani, keterbatasan peluang kerja di lingkungan desa, serta keinginan dan tekad yang kuat untuk bekerja di kota.	Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah” 3. Menggunakan metode penelitian kualitatif	
5	Abdulloh Majid, Heni Noviarita, dan Erike Anggraeni (2023) dengan judul <i>“Peran Digitalisasi Ekonomi Untuk Membentuk Kemandirian Ekonomi Pondok Pesantren”</i>	Digitalisasi memiliki dampak positif terhadap peningkatan kemandirian ekonomi dalam dunia usaha. Penggunaan digitalisasi yang semakin optimal membantu meningkatkan kemandirian ekonomi secara signifikan. Unit-unit usaha dapat menjalin kerjasama erat dengan masyarakat sekitar karena sebagian besar pekerja dan pemasok produk berasal dari lingkungan sekitar. Hal ini bertujuan untuk mendukung perekonomian lokal, mengurangi kesenjangan ekonomi di masyarakat, dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan. Selain itu, perusahaan juga mulai merambah ke bisnis digital dengan menjual produknya melalui platform <i>e-commerce</i> untuk mencapai lebih banyak konsumen. Keuntungan yang diperoleh dapat digunakan untuk pengembangan usaha, yang pada akhirnya membantu menciptakan masyarakat yang lebih mandiri secara ekonomi.	1. Membahas terkait pemberdayaan untuk mencapai kemandirian ekonomi.	1. Lokasi penelitian yang berbeda 2. Menggunakan metode penelitian kuantitatif

Berdasarkan hasil kajian pustaka di atas, penelitian ini menunjukkan perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, diperlukan penelitian terkait Analisis Usaha Komerce dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Generasi Muda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Penulis merincikan sistematika pembahasan yang akan dibagi menjadi lima bagian dengan setiap babnya terbagi menjadi beberapa sub bab, meliputi:

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II Landasan Teori**

Setelah ini menjelaskan terkait landasan teori dan juga pembahasan terkait teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yaitu teori kewirausahaan dan pemberdayaan masyarakat.

### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini berisi mengenai metode apa saja yang digunakan para peneliti seperti jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, metode analisis data.

### **BAB IV Pembahasan dan Hasil Penelitian**

Bab ini berisi mengenai hasil analisis dari penelitian serta pengamatan di lapangan yang penulis lakukan sebagai jawaban dari rumusan masalah yang sudah ditetapkan terkait konsep dan model layanan komerce, strategi peningkatan pemberdayaan ekonomi generasi muda Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga.

## BAB V Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi penutup. Dalam bab terakhir ini, penulis menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta juga memberikan saran-saran yang disampaikan oleh penulis.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kewirausahaan

Kewirausahaan atau *entrepreneurship* didefinisikan oleh Peter F. Drucker sebagai proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda. Kao (1993) mendefinisikan kewirausahaan adalah kegiatan untuk menciptakan value dengan cara pintar melihat peluang bisnis, berani mengambil risiko atas suatu peluang bisnis dengan kemampuan manajerial yang baik untuk mendapatkan sumberdaya manusia, modal dan barang yang dibutuhkan sehingga memberikan hasil yang baik. Kreativitas dan inovasi seringkali dianggap memiliki makna yang sama. Kreativitas adalah penciptaan ide yang baru, sedangkan inovasi adalah kegiatan untuk mengimplementasikan ide yang baru (Khamimah, 2021).

Schumpeter (1942) dalam Panagiotis Piperopoulos dan Richard Scase (2009) mendefinisikan seorang wirausaha yaitu *“Everyone is an entrepreneur only when he actually ‘carries out new combinations’, and loses that character as soon as he has built up his business, when he settles down to running it as other people run their business.”*

Menurut Alfred Marshall (1946) dalam Wininatin Khamimah (2021), menulis untuk menerangkan secara rinci tentang kewirausahaan dalam buku berjudul *The Principles of Economics*. Dalam bukunya, Marshall menunjukkan bagaimana seorang pengusaha mengembangkan bisnisnya dari waktu ke waktu dari pedagang grosir kaca ke perusahaan multinasional. Dia juga berpendapat bahwa perusahaan yang sangat bergantung pada bisnis utamanya harus ditutup jika pemiliknya meninggal. Situasi ini akan menyebabkan masalah kacau seperti kepemilikan baru dan tuntutan pada sumber daya perusahaan.

Kewirausahaan di Indonesia sendiri tercantum dalam Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995 sebagai sebuah semangat, sikap, dan kemampuan

seseorang dalam menangani usaha yang bertujuan untuk menciptakan produk atau teknologi terbaru demi pelayanan yang lebih baik, ataupun memperoleh keuntungan yang lebih besar (Munawaroh, et. al, 2016 dalam Dwi Prasetyani 2020). Konsep kewirausahaan mulai dikenal di Indonesia sejak Suparman Sumahamidjaya mempopulerkan istilah wiraswasta. Wiraswasta sejatinya bermakna sama dengan wirausahawan.

Dilihat dari sisi etimologis, wiraswasta berasal dari kata “wira” dan “swasta”. Wira memiliki arti berani, gagah, teladan, atau perkasa. Swasta terdiri dari kata “swa” dan “sta”. Swa berarti sendiri dan sta berarti berdiri. Sehingga, wiraswasta secara etimologis merupakan seseorang yang berdiri sendiri serta memiliki sifat berani, gagah, teladan, dan perkasa. Wiraswasta dapat didefinisikan sebagai individu yang memiliki keterampilan, ketekunan, serta kepemilikan usaha dengan keberanian menanggung resiko serta kreativitas dan optimisme dalam merencanakan kegiatan usahanya. Wiraswasta lekat dengan kemauan kuat serta keberanian untuk berpijak pada kemauan serta kemampuan diri sendiri. Sikap dan sifat inilah yang membuat wiraswasta mampu menciptakan kegiatan usaha produktif serta mengembangkan usaha tersebut hingga titik keberhasilan tertentu (Darojat & Sumiyati, 2013 dalam Dwi Prasetyani 2020).

Suryana (2014) mengemukakan bahwa kewirausahaan ditandai dengan adanya kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Dengan demikian karakteristik seorang wirausaha adalah kemampuan untuk menghadirkan ide kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan sumber daya (Rijalus, 2023). Selain itu, Eman Suherman juga memberikan definisi kewirausahaan sebagai sikap, semangat, tindakan, dan ketrampilan individu dalam mengurus bisnis atau aktivitas yang bertujuan untuk menciptakan, menemukan, produksi baru guna meningkatkan efisiensi, menerapkan cara kerja, teknologi, dan memberikan layanan yang lebih unggul atau mencapai profitabilitas yang lebih tinggi (Simhadi, 2018).

Dalam penelitian Dewi Laela Hilyatin (2016) disebutkan bahwa terdapat beberapa kata kunci dari kewirausahaan diantaranya:

1. Bersedia menghadapi risiko
2. Membangun dan mengelola bisnis secara *independent*
3. Mengambil manfaat dari peluang-peluang yang muncul
4. Menciptakan bisnis baru
5. Menggunakan pendekatan inovatif
6. Mandiri

Individu untuk menjadi pengusaha dapat dipengaruhi oleh hal-hal seperti panggilan bakat, lingkungan, keturunan, kondisi yang mendorong, atau tanggung jawab dalam meneruskan kepemimpinan bisnis. Seorang pengusaha diharapkan memiliki rencana yang terstruktur untuk kedepannya. Rencana tersebut melibatkan pemahaman tentang jenis bisnis yang dimiliki, bisnis itu dimulai dari nol atau mengakuisisi perusahaan yang sudah ada, serta pengetahuan tentang pasar dan lokasi untuk produk atau layanannya (Hilyatin, 2016).

## **B. Pemberdayaan Masyarakat**

### **1. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat**

Secara konseptual, pemberdayaan (*empowerment*), berasal dari kata “*power*” (kekuasaan atau keberdayaan). Karenanya, ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Pemberdayaan berkaitan dengan kemampuan manusia yaitu manusia secara perorangan maupun manusia dalam kelompok yang rentan dan lemah (Mulyawan, 2016).

Pemahaman tentang pemberdayaan masyarakat tidak terlepas dari konteks keberdayaan masyarakat itu sendiri. Pemberdayaan masyarakat bukan membuat masyarakat menjadi tergantung pada program atau bantuan, akan tetapi membuat masyarakat memiliki keyakinan yang lebih besar akan kemampuan dirinya.

Kartasasmita (1996) menjelaskan, bahwa “memberdayakan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat”. Dari pemikiran tersebut dapat dipahami bahwa tujuan dari pemberdayaan masyarakat adalah memandirikan masyarakat, memampukan dan meningkatkan kemampuan masyarakat serta membangkitkan kesadaran akan kemampuan yang dimiliki untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dan berkelanjutan.

Menurut Shardlow (1998) dalam Mulyawan (2016) pada intinya mengatakan bahwa “*such a definition of empowerment is centrally about people taking control of their own lives and having the power to shape their own future*” artinya pemberdayaan membahas bagaimana individu, kelompok ataupun komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka.

Pemberdayaan dari perspektif sosiologis diartikan sebagai pemberian *power* kepada yang *powerless*, karena dengan memiliki *power* mereka yang sebelumnya merasa tidak berdaya dapat mencapai aktualisasi-eksistensi diri. Dalam sudut pandang struktural, memberikan kesempatan kepada individu untuk mencapai eksistensinya (*self-actualization*) dianggap sebagai kebutuhan dasar, karena aktualisasi diri merupakan hal yang mendasar bagi setiap individu.

Kondisi ketidakberdayaan masyarakat dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Anna Both dan Firdausy (1996) menyatakan bahwa penyebab dari ketidakberdayaan masyarakat atas kemiskinan adalah keterbatasan penduduk di dalam mengakses pasar produk, fasilitas publik dan fasilitas kredit. Selanjutnya Both menyatakan keterbatasan ini dipengaruhi oleh:

1. Faktor ekonomi, yang meliputi: kurang modal dan rendahnya teknologi.
2. Faktor sosial dan budaya, yang meliputi: rendahnya keahlian dan pendidikan, terbatasnya kesempatan kerja serta *cutlur poverty*.

3. Faktor geografi dan lingkungan, yang meliputi: keterbatasan sumber daya alam, penyakit dan kurang suburnya lahan.
4. Faktor personal dan fisik, yang meliputi: umur/usia, jenis kelamin, dan kesehatan (Mulyawan, 2016).

Menurut Jhingan (2000) bahwa pertumbuhan penduduk yang pesat pada suatu negara menyebabkan terjadinya ketidakberdayaan masyarakat dalam kemiskinan, oleh karenanya pertumbuhan penduduk benar-benar dianggap sebagai hambatan pembangunan ekonomi. Pertumbuhan penduduk yang cepat memperberat tekanan pada lahan serta menyebabkan pengangguran. Hal ini akhirnya memicu pada semakin tidak berdayanya masyarakat dan menimbulkan kemiskinan. Oleh karena itu, penambahan penduduk harus dikurangi sehingga kemiskinan dapat dikurangi pula.

Beban tanggungan keluarga akibat dari jumlah anak yang banyak menimbulkan masalah pada penyediaan bahan pangan, perumahan, peralatan rumah tangga, peralatan modal, pendidikan dan kesehatan. Akibat selanjutnya akan menyebabkan pendapatan perkapita rendah sehingga standar hidup juga rendah. Pada keluarga besar, tanggungan keluarga bukan hanya dari jumlah anak yang banyak saja, tetapi juga dari orang tua dan saudara dekatnya.

Teori Jhingan ini didukung oleh Collin Clark (2000) yang menyatakan bahwa penduduk yang besar membawa kesulitan ekonomi bagi masyarakat yang hidup dengan metode tradisional. Jumlah penduduk yang besar yang tercermin pada besar penduduk pada setiap keluarga akan menyebabkan pendapatan perkapita yang rendah, apabila tidak diikuti oleh akumulasi modal yang dimiliki oleh setiap anggota masyarakat.

Menurut Samuelson (2000) Penyebab dari terjadinya ketidakberdayaan masyarakat miskin dari suatu negara yang berpenghasilan rendah karena dua hal pokok yaitu:

1. Rendahnya tingkat kesehatan dan gizi.

2. Lambatnya perbaikan mutu pendidikan sehingga menyebabkan rendahnya tingkat pendidikan penduduk (Mulyawan, 2016).

Robert Chambers (Alfitri, 2011) dalam Hendrawati Hamid (2018) pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni bersifat *people centered* (berpusat pada manusia), *Participatory* (partisipatif), *empowering* (memberdayakan) and *sustainable* (berkelanjutan). Konsep ini lebih luas dari hanya semata-mata memenuhi kebutuhan dasar atau menyediakan mekanisme untuk mencegah proses pemiskinan lebih lanjut (*safety net*).

Suharto (2005) dalam Mulyawan (2016) menyatakan bahwa pemberdayaan diarahkan untuk meningkatkan kekuatan atau kemampuan dalam:

- a) Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan.
- b) Menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa yang mereka perlukan.
- c) Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka.

Pemberdayaan masyarakat sebagai pembangunan manusia memberikan ruang dan kesempatan yang lebih besar kepada masyarakat sebagai subjek dan pengguna hasil-hasil pembangunan untuk menentukan sendiri program-program dan tujuan pembangunan sesuai masalah, kebutuhan, dan potensi lingkungan setempat. Selain itu, pemberdayaan dapat menjadi instrumen yang efektif dalam upaya mendistribusikan pemerataan pendapatan kepada seluruh masyarakat sehingga dapat memacu munculnya pelaku-pelaku usaha yang lebih merata di kalangan masyarakat bawah atau masyarakat akar rumput.

Dengan demikian dapat diharapkan bahwa pemberdayaan masyarakat bisa diandalkan sebagai instrumen penting dalam mananggulangi kemiskinan, pengangguran, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.

## 2. Indikator Pemberdayaan Masyarakat

Dalam Mervi Takalawangen (2019) menurut Anwas (2014) terdapat 4 indikator pemberdayaan diantaranya sebagai berikut:

- a. Kegiatan yang terorganisir dan bersifat kolektif
- b. Upaya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat
- c. Pemberian prioritas kepada kelompok kurang beruntung
- d. Dilaksanakan melalui program peningkatan kapasitas pemberdayaan.

## 3. Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat

Dalam jurnal penelitian Dewi Laela Hilyatin (2016) konsep pemberdayaan memiliki pendekatan utama yaitu bahwa masyarakat tidak dipandang sebagai objek dari berbagai proyek pembangunan, melainkan sebagai subjek yang aktif terlibat dalam upaya pembangunannya sendiri. Dengan dasar konsep ini, pemberdayaan masyarakat harus mengikuti pendekatan berikut ini:

- a. Upaya tersebut harus terarah, yang umumnya dikenal dengan istilah pemihakan. Upaya ini langsung ditujukan kepada mereka yang membutuhkan, dengan kegiatan yang dibentuk khusus guna menangani masalah mereka sesuai dengan kebutuhan.
- b. Kegiatan ini harus mendapat partisipasi langsung atau bahkan pelaksanaan kegiatan harus melibatkan masyarakat yang menjadi target atau sasaran. Melibatkan masyarakat penerima bantuan memiliki beberapa tujuan, seperti memastikan bahwa efektivitas bantuan sesuai dengan keinginan dan memahami kemampuan serta kebutuhan mereka. Hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat melalui pengalaman dalam perencanaan, pelaksanaan, manajemen, dan pertanggungjawaban upaya peningkatan diri dan ekonomi.

c. Menerapkan pendekatan kelompok dianggap lebih efektif dan efisien dalam memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat miskin dibandingkan dengan penanganan secara individual. Selain itu, pendekatan kelompok membantu menyempitkan ruang lingkup bantuan dan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya.

#### 4. Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Penggunaan istilah pemberdayaan masyarakat erat kaitannya dengan paradigma pembangunan masyarakat (*community development*) yang muncul dari kritik terhadap paradigma pembangunan berbasis pertumbuhan ekonomi yang dikemukakan oleh Ife (1995) yaitu bahwa pemberdayaan memiliki arti mendekatkan masyarakat pada sumber-sumber daya, kesempatan, pengetahuan, dan keterampilan untuk meningkatkan kapasitasnya dalam menentukan masa depan mereka dan untuk berperan serta di dalamnya, juga memberikan pengaruh pada kehidupan di komunitasnya. Oleh sebab itu pemberdayaan merupakan alat dari pembangunan masyarakat (Mulyawan, 2016).

Dalam Mulyawan (2016), konsep pemberdayaan masyarakat mencakup pengertian pembangunan masyarakat (*community development*) dan pembangunan yang bertumpu pada masyarakat (*community based development*) dan dalam tahap selanjutnya muncul istilah *driven development* yang diterjemahkan sebagai pembangunan yang diarahkan masyarakat atau pembangunan yang digerakan masyarakat (Mulyawan, 2016).

Secara etimologis kata pembangunan berasal dari kata wangun yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Arti kata wangun yang berarti pantas, serasi, harmonis, yang ditinjau, kepercayaan, teknologi dan ekonomi.
- b. Arti kata mbangun berarti membangun usaha, pengadaan.

Siagian (1974), merumuskan bahwa usaha pertumbuhan dan perubahan yang dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, negara, pemerintah menuju modernisasi dalam rangka pembinaan bangsa.

Margono (1985), pembangunan dipandang sebagai usaha yang terencana untuk meningkatkan kualitas hidup bangsa yang mencakup semua aspek kehidupan dengan menggunakan cara-cara dan teknologi tertentu yang terpilih (Lumintang, 2015).

Teori pembangunan dalam ilmu sosial dapat dibagi di dalam dua paradigma besar yaitu modernisasi dan ketergantungan. Paradigma modernisasi mencakup teori-teori makro tentang pertumbuhan ekonomi dan perubahan sosial dan teori mikro tentang nilai-nilai individu yang menunjang proses perubahan. Modernisasi itu terjadi suatu proses perubahan yang mengarah pada perbaikan, para ahli manajemen pembangunan menganggapnya sebagai suatu proses pembangunan di mana terjadi proses perubahan dari kehidupan tradisional menjadi modern, yang pada awal mulanya ditandai dengan adanya penggunaan alat-alat modern, menggantikan alat-alat tradisional. Sedangkan, ketergantungan atau dependensi lebih menitik beratkan pada persoalan keterbelakangan dan pembangunan. Munculnya dependensi lebih merupakan kritik terhadap arus pemikiran utama persoalan pembangunan yang didominasi oleh modernisasi. Karena adanya sentuhan modernisasi itulah wilayah-wilayah tertentu kemudian mengalami kemunduran/keterbelakangan (Kartono & Nurcholis, 2016).

Pembangunan dapat diartikan sebagai pertumbuhan ekonomi. Masyarakat dinilai berhasil melaksanakan pembangunan, bila pertumbuhan ekonomi masyarakat tersebut cukup tinggi. Dengan demikian, yang diukur adalah produktivitas masyarakat atau produktivitas negara setiap tahunnya. Pembangunan juga merupakan proses sosial yang direkayasa, kata intinya adalah perubahan sosial. Ada banyak konsep pembangunan, misalnya menyamakan pembangunan dengan modernisasi. Dengan demikian, pembangunan adalah beralihnya masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern, adanya rekayasa sosiallah yang mengubah masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern (Faritz, 2017).

Dimensi pemberdayaan masyarakat menurut Effendy (2002) mengandung makna tiga pengertian yaitu *enabling*, *empowering*, dan *maintaining* sebagai berikut:

- a. *Enabling*, diartikan sebagai terciptanya iklim yang mampu mendorong berkembangnya potensi masyarakat. Tujuannya agar masyarakat yang bersangkutan mampu mandiri dan berwawasan bisnis yang berkesinambungan.
- b. *Empowering*, mengandung pengertian bahwa potensi yang dimiliki oleh masyarakat lebih diperkuat lagi. Pendekatan yang ditempuh adalah dengan cara meningkatkan skill dan kemampuan manajerial.
- c. *Maintaining*, merupakan kegiatan pemberdayaan yang bersifat protektif, potensi masyarakat yang lemah dalam segala hal perlu adanya perlindungan secara seimbang agar persaingan yang terbentuk berjalan secara sehat (Mulyawan, 2016).

Menurut Kartasmita dalam Mulyawan (2016) upaya memberdayakan masyarakat harus dilakukan melalui tiga jurusan, yaitu sebagai berikut:

- a. Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). disini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya, tidak masyarakat yang sama sekali tanpa daya karena, kalau demikian akan sudah punah. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu dengan mendorong (*encourage*), memotivasi, dan membangkitkan kesadaran (*awareness*) akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.
- b. Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Perkuatan ini meliputi langkah-langkah nyata dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses kepada berbagai

peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi makin berdaya. Dalam rangka pemberdayaan ini, upaya yang amat pokok adalah peningkatan tarap pendidikan, dan derajat kesehatan, serta akses kepada sumber-sumber kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, informasi, lapangan kerja, dan pasar. Pemberdayaan ini menyangkut pembangunan prasarana dan sarana dasar baik fisik, seperti irigasi, jalan, listrik, maupun sosial serti sekolah, dan fasilitas pelayanan kesehatan yang dapat diakses oleh masyarakat paling bawah, serta ketersediaan lembaga-lembaga pendanaa pelatihan, dan pemasaran di pedesaan tempat berkonsentrasinya penduduk yang keberdayaannya amat kurang. Untuk itu, perlu ada korban khusus bagi masyarakat yang kurang berdaya, karena program-program yang umum yang berlaku untuk semua tidak selalu dapat menyentuh lapisan masyarakat ini.

- c. Memberdayakan mengandung pula arti melindungi (*protektng*). Dalam proses pemberdayaan, harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, karena kurang berdaya dalam menghadapi yang kuat oleh karena itu, dalam konsep pemberdayaan masyarakat, perlindungan dan pemihakan kepada yang lemah amat berdasar sifatnya. Dalam rangka ini, adanya peraturan perundangan yang secara jelas dan tegas melindungi golongan yang lemah sangat diperlukan. Melindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi dari interaksi karean hal itu justru akan mengerdilkan yang kecil dan melunglaikan yang lemah. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah. Pemberdayaan masyarakat bukan membuat masyarakat menjadi makin tergantung pada berbagai program pemberian (*charity*) karena pada dasarnya setiap apa yang dinikmati harus dihasilkan atas usaha sendiri, dan hasilnya dapat dipertukarkan dengan pihak lain.

Adapun menurut Sumodiningrat (1999) dalam Graha (2009) mengutaran bahwa konsep pemberdayaan masyarakat guna mendorong ekonomi dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Pemberdayaan masyarakat tidak dapat dilakukan hanya melalui pendekatan daun saja, atau cabang saja, atau batang saja, atau akar saja; karena permasalahan yang dihadapi memang ada pada masing-masing aspek.
  - 2) Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi, tidak cukup hanya dengan pemberian modal bergulir, tetapi juga harus ada penguatan kelembagaan ekonomi masyarakat, penguatan sumber daya manusianya, penyediaan prasarananya, dan penguatan posisi tawarnya.
  - 3) Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi atau penguatan ekonomi rakyat harus dilakukan secara elegan tanpa menghabat dan mendiskriminasikan ekonomi kuat; untuk itu kemitraan antar usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah, dan usaha besar adalah jalan yang harus ditempuh.
  - 4) Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah proses penguatan ekonomi rakyat menuju ekonomi rakyat yang kokoh, modern, efisien.
  - 5) Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi, tidak dapat dilakukan melalui pendekatan individu, melainkan harus melalui pendekatan kelompok.
5. Model Pemberdayaan Masyarakat
- a. Model pemberian peran

Dalam setiap organisasi, orang ditunjuk untuk melakukan peran yang sesuai dengan kedudukan dalam hirarki. Seseorang yang menduduki posisi tertentu diharapkan dapat berperilaku sesuai dengan tuntutan bagi posisi tersebut, demikian pula dalam hal berhubungan dengan orang-orang lain yang mempunyai keterkaitan dengan posisi tersebut. Sebaliknya mereka juga mempunyai tuntutan

bagaimana orang-orang lain berperilaku terhadapnya. Mengetahui teori peran akan sangat bermanfaat untuk dapat membuat suatu analisis perilaku orang dalam organisasi. Secara umum peran seseorang adalah perilaku yang diperagakan dan mempunyai tampilan yang dapat diduga. Setiap peran biasanya mempunyai pola perilaku secara tertentu yang diharapkan. Misalnya, seorang guru diharapkan akan berperilaku secara tertentu hampir setiap waktu.

b. Model kelompok kerja

Pemberdayaan SDM dapat dilakukan melalui pembentukan tim kerja. Tim kerja ini dibentuk dengan tujuan untuk melakukan peran-peran khusus dan mencapai tujuan khusus, tetapi ada kalanya tim kerja terbentuk karena adanya orang-orang mempunyai kepentingan bersama.

c. Model pemberian kewenangan

Pemberian kewenangan kepada pegawai bisa berarti pemberian kompetensi atau kemampuan kepada pegawai suatu organisasi pada semua level berupa pengetahuan, kepercayaan diri maupun kewenangan agar dapat melakukan analisis untuk membuat suatu keputusan penting. Pihak manajemen mendelegasikan kepemimpinan suatu tugas pekerjaan dengan petunjuk yang komplit dan secara teratur memberikan penghargaan atau insentif terhadap pengambilan keputusan pegawai yang dirasa mampu meningkatkan kredibilitas organisasi. Pendelegasian pekerjaan bisa diberikan kepada kelompok-kelompok pekerja maupun kepada individu. Intinya adalah memfokuskan pada pandangan kedepan dari pegawai dan mendorong atau menghargai pada pembuatan keputusan-keputusan yang berdampak kecil saat ini tetapi potensinya besar terhadap masa depan (Sunarno, 2008 dalam Sulasih 2021).

6. Proses Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan dapat diartikan suatu proses yang berjalan terus-menerus, maka untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian

masyarakat dalam meningkatkan taraf hidupnya, upaya itu hanya bisa dilakukan dengan membangkitkan keberdayaan mereka, untuk memperbaiki kehidupan di atas kekuatan sendiri. Adapun arti dari memberdayakan masyarakat ialah memampukan dan memandirikan masyarakat (Suaib, 2023).

Wrihatnolo dan Dwidjowijoto (2007) mengemukakan bahwa sebagai proses pemberdayaan terdapat 3 (tiga) tahapan yaitu:

- a. Tahap pertama yaitu tahap penyadaran, yang artinya bahwa masyarakat diberdayakan dengan cara memberikan pencerahan sehingga mereka sadar bahwa mereka mempunyai hak untuk diberdayakan.
- b. Tahap kedua yaitu tahap pengkapasitasan yang artinya memberdayakan masyarakat dengan memberikan kapasitas atau kekuatan kepada masyarakat.
- c. Tahapan ketiga tahap pendayaan yaitu masyarakat diberdayakan dengan cara memberikan kekuasaan atau peluang kepada masyarakat sehingga masyarakat merasa diberdayakan.

#### 7. Tujuan dan Sasaran Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Sumaryadi dalam Mulyawan (2016) tujuan dan sasaran pemberdayaan masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Tujuan dari pemberdayaan masyarakat adalah sebagai berikut:
  - a. Membantu pengembangan manusiawi yang otentik dan integral dari masyarakat lemah, rentan, miskin, marjinal, dan kaum kecil.
  - b. Memberdayakan kelompok-kelompok masyarakat tersebut secara sosial ekonomis sehingga mereka dapat lebih mandiri dan dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup mereka, sanggup berperan serta dalam pengembangan masyarakat.
2. Sasaran program pemberdayaan masyarakat dalam mencapai kemandirian adalah sebagai berikut:

- a. Terbukanya kesadaran dan tumbuhnya keterlibatan masyarakat akar rumput dalam mengorganisir diri untuk kemajuan dan kemandirian bersama.
- b. Diperbaikinya kehidupan kaum rentan, lemah, tak berdaya, miskin dengan kegiatan-kegiatan peningkatan pemahaman, peningkatan pendapatan dan usaha-usaha kecil di berbagai bidang ekonomi ke arah swadaya.
- c. Ditingkatkan kemampuan dan kinerja kelompok dalam keterampilan teknis dan manajemen untuk perbaikan proksuktivitas dan pendapatan mereka (Mulyawan, 2016).

Untuk mencapai tujuan pemberdayaan tersebut maka menurut Dubois dan Miley dalam Mulyawan (2016) terdapat beberapa cara atau teknik yang lebih spesifik yang dapat dilakukan dalam pemberdayaan masyarakat, sebagai berikut:

- a. Membangun relasi pertolongan yang merefleksikan respon empati, menghargai pilihan dan hak klien menentukan nasibnya sendiri, menghargai perbedaan dan keunikan individu, menekankan, kerjasama klien.
- b. Membangun komunikasi yang menghormati martabat dan harga diri klien, mempertimbangkan keragaman individu, berfokus pada klien, menjaga kerahasiaan klien.
- c. Terlibat dalam pemecahan masalah yang memperkuat partisipasi klien dalam semua aspek proses pemecahan masalah, menghargai hak-hak klien, merangkai tantangan-tantangan sebagai kesempatan belajar, melibatkan klien dalam pembuatan keputusan dan evaluasi.
- d. Merefleksikan sikap dan nilai profesi pekerjaan sosial melalui ketaatan terhadap kode etik profesi, keterlibatan pengembangan profesional, riset dan perumusan kebijakan, penerjemahan kesulitan-kesulitan pribadi ke dalam isu-isu publik, penghapusan segala bentuk diskriminasi dan ketidaksetaraan kesempatan.

#### 8. Strategi Pemberdayaan Masyarakat

a. *Inward Looking*

Istilah strategi *Inward looking* bisa diartikan sebagai cara pandang ke dalam organisasi, yaitu melihat sejauhmana kekuatan dan kelemahan organisasi yang harus diperhitungkan sebelum konsep pemberdayaan pegawai dimulai. Kekuatan dan kelemahan internal adalah kegiatan yang bisa dimonitor dalam organisasi yang memperhatikan kinerja baik atau buruk (Sunarno, 2008 dalam jurnal Sulasih, 2021).

Menurut Priyono dan Marnis (2008) untuk memahami strategi pemberdayaan dalam sebuah lembaga yaitu melihat sejauh mana kekuatan dan kelemahan organisasi yang harus diperhitungkan sebelum konsep pemberdayaan pegawai diberikan. Kekuatan dan kelemahan merupakan kondisi yang bisa dilihat, dan dirasakan dari setiap kejadian yang ada atau bisa dipantau dari kegiatan yang dilakukan dengan memperhatikan kinerjanya baik atau buruk. Kekuatan dan kelemahan tersebut bisa muncul dari beberapa aspek antara lain: aspek manajemen, aspek informasi, aspek profil personil dan aspek produktivitasnya. Strateginya bisa diterapkan sebagai berikut:

- 1) Kreativitas, Bagaimana untuk mendorong agar personal untuk berkreasi dalam kepentingan lembaga. Dalam hal ini peran pimpinan sangat diperlukan, karena pimpinanlah yang bisa mendorong pegawai untuk menunjukkan kreativitas dan pimpinan menghargai hasil usaha personal tersebut.
- 2) Inovasi, Inovasi adalah upaya untuk merangsang personal didalam mencoba dan menemukan hal-hal yang baru dan merupakan kesempatan untuk menemukan strategi atau kebijakan baru yang sering kali terlupakan oleh jajaran manajemen.
- 3) Sinergi, Yaitu mengadakan hubungan antar personal yang harmonis, kompak, saling mengisi dan adanya kebersamaan dan

mendorong personal untuk berprestasi. Begitu pula tercipta rasa aman dan nyaman dalam menjalankan aktivitasnya sehingga hasil kerja akan meningkat dan pemberdayaan akan sesuai harapan.

- 4) Pemberian tanggung jawab, Sebagai pertanggung jawaban atas semua kegiatan yang dilakukan atas peran yang diberikan oleh lembaga. Semua yang dilakukan bis dipertanggungjawabkan atau akuntability setiap pekerjaan yang dilakukan.

b. *Outward Looking*

Kebalikan dengan *inward looking*, maka dalam *outward looking* yang dilihat organisasi bukan pada kekuatan dan kelemahan organisasi tetapi peluang dan ancaman eksternal diluar organisasi. Yang termasuk dalam definisi ini adalah ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintah, teknologi, kecenderungan berkompetisi. Semua itu secara signifikan akan membawa hasil baik atau bahkan menghancurkan organisasi di masa depan. Beberapa strategi yang bisa diterapkan dalam *outward looking* adalah:

- 1) *Benchmarking*, bisa diartikan sebagai suatu kegiatan membandingkan organisasi atau kinerja organisasi dengan organisasi lain yang sejenis yang dianggap lebih bagus. Perbandingan ini dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja organisasi sehingga bisa menyamai tau bahkan melebihi kinerja organisasi yang dibuat pembanding.
- 2) Diperbantukan/magang, Strategi lain yang bisa dipakai untuk pemberdayaan adalah dengan cara memperbantukan pegawai pada instansi lain. Perbantuan ini dapat terjadi karena permintaan instansi baru maupun karena permintaan pegawai yang bersangkutan. Pembantuan bisa dianggap sebagai tempat berlatih bagi pegawai terhadap tugas-tugas baru sehingga apabila mereka kembali ketempat kerja yang lama mereka sudah

bertambah pengalaman. Magang dapat pula dilakukan atas kerjasama dua organisasi atau lebih dengan tujuan memberi pengalaman lain atau menambah kompetensi kepada pegawai. Dalam hal ini kepada pegawai diberikan kesempatan untuk melakukan latihan kerja di organisasi lain dengan tujuan memberi kesempatan untuk menambah pengetahuan dan keterampilan yang nantinya bisa digunakan setelah yang bersangkutan kembali ke organisasi semula.

- 3) Kemitraan, Kemitraan merupakan strategi pemberdayaan yang menerapkan prinsip *win-win solution*. Kemitraan dijalankan dengan cara melakukan aktivitas secara bersama-sama dengan tanggung jawab dibagi sesuai dengan pekerjaan yang dilaksanakan. Kemitraan bisa dijalankan antara dua organisasi yang sama besar, atau anatar organisasi yang berbeda skalanya dengan maksud untuk membantu organisasi yang lebih kecil. Kemitraan yang dilaksanakan dengan tujuan pemberdayaan hampir sama dengan magang, namun demikian kerjasama dalam kemitraan lebih bersifat partner dalam arti mereka mempunyai kapabilitas dan kompetensi yang sama sehingga pekerjaan yang dilaksanakan lebih mudah dan lebih baik hasilnya. Wewenang dan tanggungjawab dibagi sesuai dengan kompetensi dan jenis pekerjaan yang harus dilakukan (Sunarno, 2008 dalam Sulasih, 2021).

### **C. Landasan Teologis**

Islam sebagai agama yang membawa rahmat kepada seluruh alam sangat memahami kebutuhan umatnya, tidak terkecuali dalam memahami kebutuhan hidupnya. Dalam hal ini pemberdayaan dapat menjadi suatu bentuk perubahan untuk memperbaiki kehidupan di dalam masyarakat, seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 11 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ  
مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَّالٍ

Artinya: “.....Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain dia.”

Ayat di atas menerangkan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada manusia untuk berusaha secara maksimal. Dalam Islam digunakan istilah kerja keras, kemandirian (*biyadihi*), dan tidak cengeng. Allah memerintahkan untuk berusaha dalam merubah penghidupannya, bukan hanya berpangku tangan dan meminta-minta seperti diriwayatkan dalam suatu hadis yang berbunyi:

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: أَيْدِي الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ  
أَيْدِي السُّفْلَىٰ وَأَبْدَأُ بِمَنْ تَعُولُ، وَخَيْرُ الصَّدَقَةِ عَنْ ظَهْرِ غَنَىٰ، وَمَنْ يَسْتَعْفِفْ يُعِفَّهُ اللَّهُ، وَمَنْ  
يَسْتَعْنِ يُعِنِّهِ اللَّهُ

Artinya : “*Dari Hakim bin Hizam radhiyallahu ‘anhu, dari Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam, Beliau shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “Tangan yang di atas lebih baik daripada tangan yang di bawah. Dan mulailah dari orang yang menjadi tanggunganmu. Dan sebaik-baik sedekah adalah yang dikeluarkan dari orang yang tidak membutuhkannya. Barangsiapa menjaga kehormatan dirinya maka Allah akan menjaganya dan barangsiapa yang merasa cukup maka Allah akan memberikan kecukupan kepadanya.” (Hadis Riwayat Al-Bukhari dari Hakim Bin Hizam radhiyallahu ‘anhu No 1427)*

Hadis ini mendorong umat Rasulullah SAW untuk bekerja keras agar memiliki kekayaan, sehingga dapat memberikan sesuatu pada orang lain baik sedekah maupun zakat. Berbicara mengenai kekayaan, dasar berusaha dalam ekonomi sangat kuat dalam Alquran dan hadis. Manusia diciptakan di muka bumi ini untuk berusaha/bekerja dalam memenuhi

kebutuhan ekonomi. Landasan berusaha ini terdapat dalam surah Al-Balad ayat 4, dimana Allah Swt. berfirman:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي كَبَدٍ

Artinya: “*Sesungguhnya kami telah menciptakan manusia berada dalam susah payah*”.

Kata “susah-payah” dalam bahasa arab disebut *kabad*, memiliki pengertian bahwa manusia diciptakan Allah dalam keadaan yang tidak pernah lepas dari kesulitan (*la yanfak min al-masyaq*). Oleh karena itu, berkerja atau berusaha dalam sektor ekonomi merupakan keharusan bagi manusia untuk meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup ekonomi.

Dalam menjalankan sebuah usaha tidak lepas dari adanya manajemen. Jika dilihat dalam konteks ekonomi Islam, manajemen syariah merupakan perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan, jika setiap orang berperilaku dalam sebuah kegiatan dilandasi dengan nilai tauhid maka diharapkan perilaku akan terkendali. Pada dasarnya manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak bisa lepas dari prinsip-prinsip manajemen karena segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib dan teratur sesuai dengan seperti dalam Al Qur’an surah As Sajdah ayat 5, dimana Allah Swt. berfirman:

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ

Artinya: “*Dia mengatur urusan dari langit kebumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu*”.

Dari isi kandungan ayat tersebut dapat diketahui bahwa Allah Swt. adalah pengatur alam (*Al Mudabbir/manager*). Keteraturan alam raya ini merupakan bukti kebesaran Allah Swt. dalam mengelola alam ini. Namun, karena manusia yang diciptakan Allah Swt. telah dijadikan sebagai khalifah

di bumi, maka dia harus mengatur dan mengelola bumi dengan sebaik-baiknya sebagaimana Allah Swt. mengatur alam ini.

Berbicara masalah manajemen tentunya tidak lepas dengan empat komponen yang ada yaitu:

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah kegiatan membuat tujuan perusahaan dan diikuti dengan membuat berbagai rencana untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan bereorientasi pada apa yang akan dikerjakan dan disesuaikan dengan sumber yang dimiliki. Dalam menjalankan organisasi sebuah keniscayaan jika tidak ada perencanaan. Ia merupakan kebutuhan dan keharusan yang harus dilakukan agar sebuah pekerjaan mendapatkan hasil yang optimal, di satu sisi, dan dilain hal mungkin dapat meminimalisir kerugian yang akan muncul (Aziz, 2022).

Sebagaimana Nabi telah bersabda:

إِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقَهُ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan suatu pekerjaan, dilakukan dengan itqan (tepat, terarah, jelas, tuntas).*” (HR. Thabrani)

Dalam Al-Qur-an Allah SWT. berfirman:

(٨) فَأَرْعَبْ رَبِّكَ وَإِلَى (٧) فَأَنْصَبْ فَرَعْتَ فَإِذَا

Artinya: “*Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap.*” (QS. Al Insyirah: 7-8)

Setiap apa yang diperbuat oleh manusia maka ia harus mempertanggung jawabkannya. Agama mengajarkan umatnya untuk membuat perencanaan yang matang dan itqan, karena setiap pekerjaan akan menimbulkan sebab akibat. Adanya perencanaan yang baik akan menimbulkan hasil yang baik juga sehingga akan

disenangi oleh Allah SWT. Tentunya penilaian yang paling utama hanya penilaian yang datang dari Allah SWT (Hidayat et al., 2023).

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian merupakan suatu kegiatan pengaturan sumber daya manusia dan sumber daya fisik lain yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan rencana yang telah ditetapkan serta menggapai tujuan perusahaan. Pengorganisasian dilakukan dengan tujuan membagi suatu kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih kecil. Hal ini menarik untuk disimak firman Allah SWT. dalam Al-Qur'an surat As-Shaff ayat 4:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنْيَانٌ مَّرْصُومٌ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah SWT. menyukai orang yang berjuang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.*”

Suatu kegiatan yang terorganisir dengan baik dan di antara bagian-bagiannya tersusun dengan rapi, kokoh, dan saling bersinergi, maka akan membuahkan hasil yang memuaskan dan maksimal. Selain tingkat keberhasilan yang dapat dicapai, keterorganisasian akan memudahkan dalam pergerakan, pengawasan, dan pengevaluasian. Seperti diriwayatkan dalam hadis Sayyidina Ali bin Abi Thalib yang berbunyi:

الْحَقُّ بِأَنَّ نِظَامًا يَعْلِبُهُ الْبَاطِلُ بِالنِّظَامِ

Artinya: “*Kebenaran yang tidak diorganisir dapat dikalahkan oleh kebatilan yang diorganisir.*”

Pengorganisasian dapat mempermudah seorang manajer melakukan perencanaan sampai dengan evaluasi dan menentukan siapa saja yang dibutuhkan guna menjalankan tugas-tugas yang akan dikerjakan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan organisasi. Pengorganisasian juga dapat dilakukan dengan cara menentukan *job description*, siapa yang menjalankan, mengelompokan tugas/fungsi,

siapa yang bertanggung jawab, dan diletakkan pada tingkatan mana keputusan itu diambil.

c. Pengarahan (*Directing/Leading*)

Pengarahan merupakan proses meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja secara maksimal serta menciptakan lingkungan kerja yang sehat, dinamis, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, pengarahan berfungsi mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial.

Setiap anggota suatu organisasi tentunya memiliki keragaman dalam hal pengetahuan, kecakapan dan keahliannya. Mereka juga beragam dalam hal pengalamannya. Oleh sebab itu, maka pengarahan sangat dibutuhkan. Tanpa pengarahan, anggota akan mengalami kesulitan dalam menjalankan tugas-tugas yang diembannya. Dalam kondisi tertentu, ini dapat menghambat roda organisasi dan bisa menggagalkan organisasi dalam mencapai tujuannya.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan suatu aktivitas menilai kinerja berdasarkan standar yang telah dibuat untuk kemudian dibuat perubahan atau perbaikan jika diperlukan. Tidak adanya pengawasan akan membuat pelaksanaan program yang telah direncanakan berjalan dengan tidak baik. Pengawasan bisa dilakukan dengan misalnya, memberikan batasan waktu penyelesaian (*deadline*), penambahan anggaran, atau kegiatan lain yang semula tidak direncanakan.

Bagi umat Islam, ada *control* dalam setiap diri (pribadi) yang berasal dari ketauhidan dan keimanan kepada Allah SWT. Sebab, dalam keyakinan Islam, Allah SWT. selalu mengawasi dan mengetahui segala bentuk aktivitas manusia. Karena itu umat Islam akan melakukan tindakannya dengan penuh tanggungjawab dan hati-hati. Namun demikian, pengawasan bukan hanya sebatas itu, melainkan harus dilakukan sebagai wujud evaluasi (*muhasabah*) setiap saat.

Rasulullah pernah bersabda:

أَنْ تَعْبُدَ اللَّهَ كَأَنَّكَ تَرَاهُ فَإِنْ لَمْ تَكُنْ تَرَاهُ فَإِنَّهُ يَرَاكَ

Artinya: “Hendaknya kamu menyembah Allah SWT. seolah-olah engkau melihat-Nya. Dan jika kamu tidak mampu melihat-Nya, maka (yakinkanlah) sesungguhnya dia melihatmu.” (HR. Bukhari)

Dalam ajaran Islam, proses menjalani kehidupan ini hendaknya dilakukan setahap demi setahap. Ada tahapan-tahapan yang harus dilalui oleh umat manusia. Hal ini sebagaimana difirman Allah SWT. yang berbunyi:

لَتَرْكَبُنَّ طَبَقًا عَن طَبَقٍ

Artinya: “Sesungguhnya kamu melalui tingkat demi tingkat (dalam kehidupan).” (QS. Al-Insyiqaaq: 19)

Meskipun konteks ayat diatas berbicara mengenai perkembangan manusia, namun kandungannya bisa diperluas untuk segala aspek kehidupan. Dalam hal ini setiap aspek kehidupan membutuhkan proses untuk sampai pada kondisi yang diidamkan. Tidak ada seorangpun di dunia ini yang mampu mencapai tujuan hidupnya tanpa melakukan segala hal dalam lintasan ruang dan waktu. Setiap tujuan baru akan dicapai apabila proses *step by step* telah dilakukan sebelumnya.

Dengan adanya pengawasan tersebut diharapkan perjalanan atau proses pencapaian tujuan organisasi akan berjalan dengan baik. Walaupun tidak dipungkiri akan terdapatnya berbagai hambatan atau rintangan yang menyertainya akan tetapi, dengan adanya pengawasan suatu hambatan dapat diselesaikan atau diminimalisir (Aziz, 2022)

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menerapkan pendekatan metodologi kualitatif dengan menggunakan jenis studi kasus (*case study*) yang bersifat deskriptif. Metode penelitian kualitatif menitikberatkan dalam memahami sebuah masalah secara mendalam dibanding hanya dengan mengamati masalah untuk tujuan generalisasi. Metode ini menganalisis setiap masalah dari kasus per kasus sebab meyakini bahwa setiap masalah memiliki sifat yang unik dan cenderung menggunakan teknik analisis yang mendalam (*indepth analysis*). Penelitian kualitatif menerapkan metode analisis perspektif partisipan dengan menggunakan pendekatan yang interaktif serta fleksibel. Tujuan utama dari penelitian ini adalah guna mendapatkan pemahaman mengenai fenomena sosial melalui perspektif partisipan (Siyoto. S, 2015)

Penelitian studi kasus (*case study*) merupakan salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang dikemukakan oleh Robert K. Yin. Yin mendefinisikan metode studi kasus sebagai pendekatan penelitian yang mencari jawaban terhadap pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa" terkait fenomena menarik. Dalam metode ini, peneliti memiliki sedikit kontrol terhadap peristiwa yang diamati, dengan fokus penelitian tertuju pada pemahaman fenomena kontemporer dari konteks kehidupan nyata (Yin, 2015).

Pada penelitian ini diambil dari studi kasus berupa adanya beberapa permasalahan yang terdapat di Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga tepatnya pada generasi muda setempat. Permasalahan ini mencakup banyaknya pemuda desa yang merantau, tingginya tingkat pengangguran, kurangnya pengusaha muda di desa, serta kurangnya keterampilan dan kompetensi dikalangan masyarakat desa. Hal tersebut menjadikan dorongan oleh seorang pemuda

desa untuk mendirikan sebuah usaha yang dinamakan Komerce. Adanya Komerce menciptakan lapangan pekerjaan baru yang ada di desa dengan sistem memberdayakan generasi muda melalui pelatihan-pelatihan yang sudah disediakan sehingga mereka bisa mendapatkan peningkatan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari untuk mencapai kemandirian ekonomi.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan objek atau tempat yang dijadikan penelitian guna memperoleh data yang akan diperlukan oleh penelitian. Peneliti memilih untuk melakukan penelitian dan pengambilan data di PT. Kampung Marketerindo Berdaya yang bertempat di Desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga. Tempat ini dipilih karena merupakan kantor pusat komerce yang ada di wilayah Purbalingga.

### **2. Waktu penelitian**

Pada penelitian ini untuk waktu penelitiannya berlangsung mulai bulan April sampai Mei 2024.

## **C. Subjek dan Objek Penelitian**

### **1. Subjek penelitian**

Subjek penelitian merupakan suatu atribut, ciri atau nilai seseorang atau sifat, objek atau kegiatan yang memiliki variabel tertentu yang ditetapkan sebagai bahan untuk dipelajari dan dilakukan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini ialah *public relation, manager komtim, trainer, customer service* usaha Komerce.

### **2. Objek Penelitian**

Objek penelitian yaitu variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari serta ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini

objeknya ialah dari generasi muda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Data merupakan informasi yang esensial dalam menjalankan suatu penelitian. Data yang relevan adalah data yang sedang dicari oleh peneliti mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Pada penelitian ini dibutuhkan data dari beragam sumber, termasuk data primer dan data sekunder yang mencakup aspek-aspek berikut:

##### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer ialah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Data primer bisa didapatkan melalui observasi dan wawancara langsung yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan data secara langsung melalui wawancara dengan individu terkait serta melalui observasi langsung di lapangan untuk mengetahui kejadian yang sesungguhnya terjadi. Subjek penelitian ini adalah *public relation, manager komtim, trainer, customer service* usaha Komerce.

##### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder ialah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2019). Sumber data sekunder dapat berupa buku, atau sumber lainnya yang relevan dengan topik penelitian yang sedang diteliti. Data sekunder yang diakses oleh peneliti pada penelitian ini mencakup beberapa jurnal, buku-buku, serta data dari internet mengenai masalah yang sedang diteliti.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data mempunyai peran yang krusial pada proses penelitian. Pada penelitian kualitatif pengumpulan data dilaksanakan dengan *natural setting* (kondisi yang alamiah), dengan penekanan pada teknik observasi partisipatif (*participant observation*), dokumentasi dan wawancara mendalam (*in dept interview*). Data dalam tahap pengumpulan ini yaitu meliputi:

### 1. Observasi

Observasi adalah proses yang melibatkan elemen biologis dan psikologis yang kompleks. Kemampuan peneliti untuk mengamati dan mengingat sesuatu adalah hal yang paling penting ketika menggunakan teknik observasi (Sugiyono, 2019). Pengamatan secara langsung dilakukan di lokasi penelitian lapangan agar bisa memahami bagaimana unit usaha Komerce dalam meningkatkan pemberdayaan dan kemandirian ekonomi generasi muda.

Dalam penelitian ini melakukan pengamatan langsung tentang lokasi usaha, alur kerja, manajemen kerja pada usaha Komerce dalam melakukan pemberdayaan ekonomi generasi muda.

### 2. Wawancara

Wawancara dijadikan sebagai salah satu metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini. Wawancara adalah interaksi verbal yang bentuk percakapan yang memiliki tujuan untuk mendapatkan informasi. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menentukan masalah yang akan diteliti serta untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang responden (Sugiyono, 2019).

Wawancara dilaksanakan dengan responden yang relevan dengan penelitian ini. Responden tersebut yakni pendiri *partner relation*, *manager* komtim, *trainer*, *customer service* usaha Komerce.

### 3. Dokumentasi

Data dokumentasi ini dikumpulkan melalui dokumen atau rekaman peristiwa yang telah terjadi. Dokumen bisa berupa karya besar, gambar, maupun teks yang dibuat oleh seseorang (Sugiyono, 2019). Dengan melihat dokumen penelitian yang relevan, informasi tambahan dapat ditemukan untuk mendukung data penting yang telah dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data sebelumnya. Diharapkan bahwa lebih banyak data yang dikumpulkan dan bersifat normatif dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti.

Peneliti dalam memperoleh data penelitian ini melalui dokumentasi berupa kegiatan dari usaha Komerce dan *learning process* (proses pembelajaran) yang kemudian dijadikan sebagai lampiran dalam keperluan penelitian.

### **F. Uji Keabsahan Data**

Pada penelitian kualitatif, metode yang dimanfaatkan untuk memeriksa keabsahan data yang dikumpulkan ialah melalui triangulasi. Triangulasi melibatkan penyatuan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data guna memverifikasi validitas hasil penelitian. Susan Stainback (1988) dalam (Sugiyono, 2019) mengatakan bahwa penelitian menggunakan teknik triangulasi untuk meningkatkan pemahaman tentang hasil dan menyatukan perbedaan antara data yang didapatkan oleh satu respinden dan responden yang lain. Tujuan dari teknik ini adalah untuk mendapatkan kesimpulan yang tepat dan akurat. Menurut Mathinson (1988) dalam (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa tujuan dari memanfaatkan teknik triangulasi pada saat pengumpulan data adalah untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan konsisten, lengkap, dan tidak mengandung kontradiksi.

### **G. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model Miles dan Huberman sebagai teknik analisis data. Menurut Miles and Huberman

(1984) analisis data kualitatif dilakukan secara berkelanjutan dan interaktif hingga data mencapai tingkat kejenuhan yang diinginkan (Mathew B. Miles, 2014). Proses analisis data Miles dan Huberman dapat dilihat sebagai berikut.

#### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data artinya adalah memberikan ringkasan, menyaring hal-hal utama, memusatkan pada aspek yang signifikan, dan mengidentifikasi tema serta pola. Dengan melaksanakan reduksi data akan menghasilkan gambaran yang lebih terfokus, memudahkan peneliti dalam langkah-langkah pengumpulan data berikutnya serta mempermudah pencarian informasi jika dibutuhkan.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan reduksi data berupa hasil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang sudah dikumpulkan sebelumnya untuk mempermudah memperoleh gambaran yang lebih jelas dan pengumpulan data selanjutnya.

#### 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah berikutnya adalah mendisplay data. Data dapat dipresentasikan dalam berbagai format dalam penelitian kualitatif seperti tabel, grafik, phi chard, pictogram dan sebagainya. Data dapat disusun dalam pola hubungan yang memudahkan dalam pemahaman. Pada penelitian kualitatif data juga dapat disajikan dengan bentuk ringkasan, diagram atau bagan, hubungan antar kategori, flowcart, dan lain sebagainya. Namun, format data yang paling umum digunakan ialah menggunakan teks naratif. Dengan dilakukannya data display, menjadi mudah untuk memahami peristiwa yang terjadi dan merencanakan tindakan selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti menyajikan data seperti tabel penghargaan yang pernah diraih founder komerce, tabel kemiskinan di Kabupaten Purbalingga dan data lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

### 3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah ketiga pada analisis data kualitatif ialah menarik kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif kesimpulan seringkali membawa temuan baru yang sebelumnya tidak diketahui. Temuan tersebut dapat berupa penjelasan atau gambaran tentang suatu obyek yang sebelumnya samar atau tidak terlihat namun menjadi jelas setelah diteliti. Selain itu, Kesimpulan juga dapat mencakup hubungan sebab-akibat atau interaksi, hipotesis atau teori. Jika data display yang telah dijelaskan dalam analisis data sebelumnya didukung oleh data yang kuat, maka dapat dijadikan kesimpulan yang dapat dipercaya.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Usaha Komerce

##### 1. Sejarah Singkat Berdirinya Komerce

Komerce dahulu dikenal dengan sebutan Kampung marketer yang didirikan tepatnya pada tanggal 27 Agustus 2017, dirintis oleh Novi Bayu Darmawan yang akrab dipanggil dengan Novi. Komerce terletak di daerah pedesaan yaitu Desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga. Beliau menekuni IT, lebih khususnya *skill* dalam hal *digital marketing* sejak duduk di bangku kuliah di Jakarta, dan juga mulai membangun bisnis online sejak itu. Novi Bayu Darmawan adalah alumni di STAN (Sekolah Tinggi Akuntansi Negara), sebuah perguruan tinggi yang menjamin anak didiknya menjadi PNS di lingkungan Kementerian Keuangan dengan fasilitas layanan kuliah “bintang lima”, diantaranya adalah biaya kuliah yang gratis, bahkan diberikan uang saku serta modul pembelajaran juga disediakan. Maka dari itu, setelah lulus beliau langsung dipekerjakan di Kementerian Keuangan dan berkarir di Kemenkeu selama kurang lebih 3,5 tahun.

Pada tahun 2021, Kampung marketer berubah nama menjadi Komerce. Ada beberapa alasan mengapa Kampung marketer berubah nama menjadi Komerce yaitu diantaranya karena kita ingin berkembang secara gerakan yang berfokus pada pemberdayaan pemuda. Komerce juga ingin membantu UMKM dengan “*The Real West*” yaitu menggunakan cara salah satunya melalui teknologi. Oleh karena itu, Komerce ingin *membranding* agar bisa terlihat lebih modern terkait dengan *e-commerce* dan juga agar lebih terkenal di masyarakat seluruh Indonesia. Pada tahun yang sama Komerce menambah unit tidak hanya terkait *customer service* dan *advertiser* tetapi juga memiliki layanan lain berupa teknologi dari komtim, komship, kompack serta juga tambahan *live streaming* dan admin *marketplace*. Namun *live streaming* dan admin *marketplace* tidak ada di Purbalingga

tetapi ditempatkan di Yogyakarta (Wawancara dengan Intan, *Public Relation Komerce* 20 Mei 2024 pukul 14.00 WIB).



Gambar 4.1. Kantor Pusat Komerce  
(Sumber: Kantor Pusat Komerce Desa Tunjungmuli, Karangmoncol, Purbalingga)

Komerce terinspirasi dari banyaknya pembisnis online dan UMKM yang tidak memiliki waktu serta pengetahuan yang cukup untuk mengelola bisnisnya. Selain itu, tingginya biaya untuk menggaji dan memenuhi kebutuhan *talent* yang di hire secara mandiri untuk membuat pembisnis dan UMKM berpikir berkali lipat untuk mencari karyawan yang membantu mereka memaksimalkan bisnisnya adapun disisi lain adanya permasalahan di desa seperti: pengangguran, banyaknya pemuda desa yang merantau, minimnya lapangan kerja di desa, sedikitnya pengusaha muda di desa, dan kurangnya kompetensi/*skill* warga desa. Maka dari, Novi Bayu Darmawan berpikir untuk membangun desa melalui berdirinya Komerce. Seiring dengan berjalannya waktu *skill* dan *passion* Novi Bayu di bidang *digital marketing* pun juga mulai tumbuh berkembang pesat. Novi Bayu memutuskan untuk mengundurkan diri dengan terhormat bahkan sangat *disupport* baik oleh atasannya. Beliau kembali ke desa dan rela mengeluarkan biaya ganti rugi kurang lebih senilai Rp 45 juta rupiah agar bisa keluar dari ikatan dinas. Hal ini sudah melalui perjalanan panjang dan menimbang-nimbang apa yang beliau lakukan kedepannya.

Setelah menjadi non PNS Novi Bayu ingin memiliki waktu yang lebih fleksibel, lebih dekat dengan keluarga, menikmati hamparan bumi nan indah di desa serta membangun dan memberdayakan warga di sekitar kampung halamannya. Niat beliau adalah ingin lebih bermanfaat untuk banyak orang dengan *skill* yang dimiliki dan ingin mengurangi pengangguran sebanyak mungkin dengan *skill* dan motivasi besarnya. Setelah memutuskan untuk kembali ke desa pasca *resign* dari pekerjaan di Jakarta, Novi Bayu mendidik dan memberdayakan warga desa di lingkup Kabupaten Purbalingga di bidang pendidikan IT, lebih khususnya adalah pendidikan berbasis *marketing* online. Beliau mempunyai tekad dengan program pendidikan ini, goal akhirnya adalah mampu memberdayakan sekaligus meningkatkan pendapatan dan mengurangi laju urbanisasi masyarakat Kecamatan Karangmoncol. Mimpi itu kian terwujud, bukan sebuah retorika tanpa *action* gila-gilaan. Walaupun berada di pelosok desa di bawah lereng bukit yang jauh dari hingar bingar keramaian, beliau ingin membuktikan bahwa teknologi dapat berkembang pesat dan memberi dampak luar biasa untuk banyak orang, dimulai dan dipelopori dengan program yang di gagas yang bernama Komerce. Untuk saat ini terdapat kurang lebih 250 *partner* aktif yang melakukan kolaborasi dengan Komerce. Komerce memiliki *talent* yang nantinya akan berkolaborasi para pembisnis online atau UMKM dengan masing-masing layanan Komerce yang terdapat 400 *talent customer service*, kurang lebih 50 *talent advertiser* dan 60 lebih *talent admin marketplace*.

## 2. Letak Komerce

Luas Wilayah Kecamatan Karangmoncol berkisar 6.028 Ha atau 7,75 persen luas Kabupaten Purbalingga, dengan jumlah penduduk 59.777. Kecamatan Karangmoncol merupakan kecamatan terluas kedua. Pada Kecamatan Karangmoncol terdiri dari 11 desa yaitu Baleraksa, Grantung, Karangsari, Kramat, Pekiringan, Pepedan, Rajawana, Sirau, Tajug, Tamansari, dan Tunjungmuli (Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga, 2024). Komerce saat ini memiliki 11 cabang kantor yang

tersebar 5 desa di wilayah Kecamatan Karangmoncol yaitu Desa Tunjungmuli, Tamansari, Rajawana, Kramat, dan Tajug. Letak kantor pusat Komerce di Purbalingga berada pada Jln. Sawah Tengah Nomor 3 Desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga. Sekarang Komerce tidak hanya memiliki kantor pusat di Purbalingga tetapi ada juga yang terletak di Yogyakarta dengan memiliki 2 cabang kantor (<https://komerce.id/about/>, 2024).

### 3. Visi dan Misi dan Komitmen Komerce

Berbicara mengenai visi dan misi, Komerce mempunyai visi “*e-build your e-commerce team*”. Untuk mencapai visi tersebut Komerce memiliki misi yaitu menjadi partner terbaik dari pembisnis di Indonesia agar mereka semakin berkembang di internet dengan menyediakan *talent* yang berkompeten di bidang *e-commerce* untuk berkolaborasi bersama membangun tim yang solid.

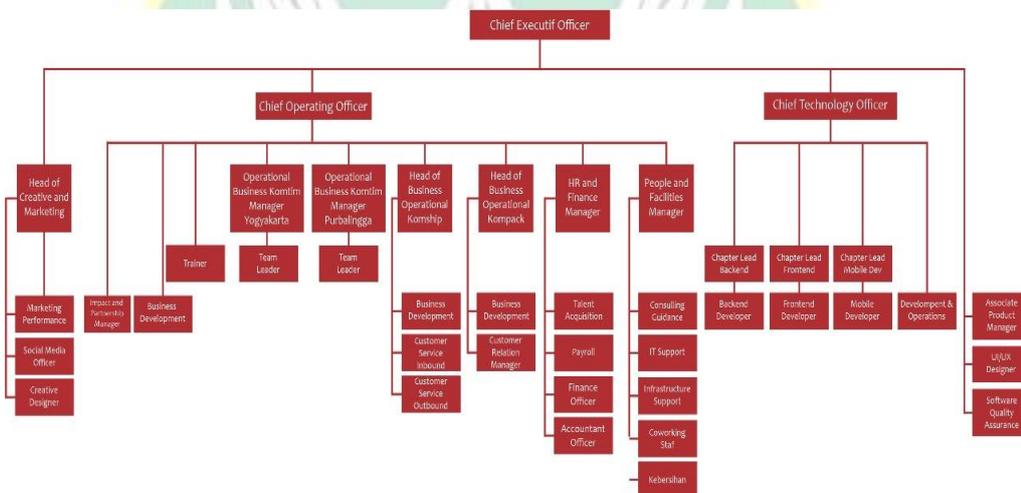
Komerce memiliki komitmen diantaranya sebagai berikut:

- 1) Komerce menyediakan talent-talent berkualitas di bidang *customer service, advertiser, dan admin marketplace*.
- 2) Komerce menyediakan talent dengan biaya yang sangat terjangkau bagi pembisnis online dibandingkan jika *hire talent* secara mandiri.
- 3) Komerce juga berkomitmen untuk selalu meningkatkan kapasitas guna meningkatkan kepuasan partner yang berkolaborasi bersama Komerce (<https://komerce.id/about/>, 2024).

### 4. Struktur Organisasi Komerce

Komerce membentuk suatu team manajemen dimana team tersebut semuanya berasal dari desa, dengan mempunyai jiwa mengabdikan, *leadership* dan komunikasi yang bagus karena mereka yang akan menjadi perpanjangan Komerce untuk memiliki sumber daya manusia yang berkompeten di bidang IT. Struktur organisasi di Komerce di pimpin oleh Novi Bayu Darmawan selaku *founder* Komerce, di bawah pimpinan terdiri dari enam kepala bidang antara lain:

- a) *Head of Creative and Marketing* yang meliputi *marketing performance, social media officer dan creativ designer.*
- b) *Chief Operating Officer* yang meliputi *impact and partnership manager, business development, trainer, operational business komtim manager Yogyakarta, operational business komtim manager Purbalingga, head of business operational komship, head of business operational kompack, HR and finance manager, people and facilities manager.*
- c) *Chief Technology Officer* yang meliputi *chapte lead backend, chapter lead frontend, chapter lead mobile dev, development & operations.*
- d) *Associate Product Manager*
- e) *UI/UX Designer*
- f) *Software Quality Assurance*



Gambar 4.2. Struktur Organisasi Komerce

(Sumber: Wawancara dengan Intan, *Public Relation Komerce* 20 Mei 2024)

## 5. Produk Komerce

Dalam menjalankan usahanya perlu adanya produk yang inovatif, berkualitas tinggi, dan relevan dengan kebutuhan pasar. Produk yang demikian tidak hanya membantu perusahaan untuk bersaing di pasar yang kompetitif, tetapi juga membangun reputasi dan loyalitas pelanggan. Dengan hal itu, Komerce memiliki produk usaha sebagai berikut:

a. Komtim

Komtim adalah penyedia jasa talent *customer service*, *advertiser*, dan *admin marketplace*, dan *livestreamer*. Didukung oleh tenaga pengajar berpengalaman dan kurikulum yang *up-to-date* menjadikan talent Komtim siap disalurkan untuk membantu meningkatkan bisnis online dan UMKM.

b. Komship

Komship merupakan *platform* pengiriman untuk membantu dalam pengiriman paket baik COD atau non COD tanpa minimum pengiriman. Komship sangat cocok untuk yang memiliki model bisnis seperti distributor, *dropshipper*, *reseller*, atau produsen.

c. Kompack

Kompack merupakan *platform* pengelolaan gudang untuk memudahkan pengguna dalam mengelola urusan pergudangan mulai dari proses *inbound* (penambahan stok), *management* stok, pengemasan, dan pengiriman. Kompack bekerja sama dengan pemilik properti sebagai mitra gudang yang sekaligus berperan dalam membawahi karyawan atau operator gudang (<https://komerce.id/about/>, 2024).

## B. Konsep dan Model Layanan Komerce

Di era modern sekarang ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi diberbagai aspek kehidupan manusia mengalami perubahan seperti sosial, budaya, pertahanan, dan berbagai aspek kehidupan lainnya salah satunya dalam aspek ekonomi dan bisnis sehingga perkembangan jual beli online atau *e-commerce* menjadi semakin pesat (Rifai & Suryani, 2019 dalam Nahda Engrasia & Ahmad, 2023). Perkembangan teknologi telah merubah cara interaksi dalam komunikasi pemasaran dari *face to face* menjadi *sreen to face*. Hal ini menyebabkan peningkatan pengguna internet serta pengguna media sosial di Indonesia yang berdampak pada peningkatan minat belanja secara online (Jasri et al., 2022).

Digitalisasi dalam perekonomian dapat disebut juga dengan ekonomi digital dapat membantu pembangunan dalam perekonomian terutama pada negara-negara berkembang seperti Indonesia. Bentuk dari digitalisasi perekonomian hadir dengan memberikan berbagai peluang setelah era masyarakat pertanian, revolusi industri, perburuan minyak, dan era kapitalisme yang belum mampu menjawab berbagai permasalahan terkait pembangunan berkelanjutan. Keadaan demikian menunjukkan bahwa keberadaan digitalisasi memberikan manfaat bukan hanya bagi pelaku usaha namun dapat membantu pertumbuhan perekonomian (Majid et al., 2023).

Perkembangan internet saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Internet di era digital saat ini dapat dikatakan begitu praktis, mudah dan efisien di tengah padatnya rutinitas sehari-hari. Masyarakat yang terus mengandalkan teknologi dan internet menginginkan kemudahan dan efisiensi di segala aspek kehidupan, salah satunya adalah berbelanja. Saat ini belanja online sudah menjadi *trend* yang populer, karena konsumen tidak perlu repot pergi ke toko untuk membeli apa yang mereka butuhkan, namun cukup membuka *website* belanja online menggunakan *smartphone* atau PC yang tersambung dengan internet. Pada dasarnya dalam sebuah pemasaran produk dapat melalui *screen to face* maupun pemasaran secara *face to face* perlu adanya konsep dan model layanan. Adanya konsep dan model layanan yang tepat dapat menghindarkan perusahaan dari kerugian promosi yang tidak efektif dan efisien (Jasri et al., 2022).

Pembisnis online atau pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus melek teknologi dan harus mampu memanfaatkan peluang ini dalam upaya peningkatan *closing selling*. Hal ini karena UMKM memiliki peran penting dalam laju ekonomi Indonesia terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan rumah tangga yang mendukung pendapatan rumah tangga. Secara tidak langsung membantu pemerintah dalam pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus meretas kemiskinan. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (*digital marketing*) memberikan harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi.

Pesatnya persaingan juga menjadikan digitalisasi perlu dilirik oleh pelaku UMKM. Selain itu, era digitalisasi juga dapat mempromosikan dengan media digital lebih efektif dan juga efisien sehingga bisa menghemat berbagai aspek dalam kegiatan bisnis (Jasri et al., 2022).

Komerce menjadi *startup* berbasis teknologi yang hadir untuk mendukung kemajuan bisnis online dan UMKM di Indonesia. Komerce muncul karena terinspirasi dari banyaknya pembisnis online dan UMKM yang tidak memiliki waktu serta pengetahuan yang cukup untuk mengelola bisnisnya. Selain itu, tinginya biaya untuk menggaji dan memenuhi kebutuhan *talent* yang di *hire* secara mandiri untuk membuat pembisnis dan UMKM berpikir berkali lipat untuk mencari karyawan untuk membantu mereka memaksimalkan bisnisnya. Adapun disisi lain adanya permasalahan di desa seperti pengangguran, banyaknya pemuda desa yang merantau, minimnya lapangan pekerjaan di desa, sedikitnya pengusaha muda di desa, dan kurangnya kompetensi/*skill* warga desa.

Dalam menjalankan usaha digital perlu memiliki konsep dan model dalam melakukan layanan ranah bisnis digital. Berdasarkan wawancara dengan Tri Lestari selaku *Manager* Komtim Komerce, konsep dari Komerce dalam ranah bisnis digital adalah dengan konsep yang terfokus kepada pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM). Konsep pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce yaitu dengan penyedia jasa layanan. Layanan yang dimaksud disini yaitu ada:

- a. *Customer service*
- b. *Advertiser*
- c. *Admin marketplace*
- d. *Livestreamer*

Pembisnis online atau UMKM yang memiliki usaha dengan tingkat penjualan yang tinggi otomatis dari mereka perlu membutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang banyak untuk dapat *handle* usahanya tersebut. Dengan adanya konsep pemberdayaan ini pembisnis online atau UMKM tidak perlu bersusah payah untuk mencari Sumber Daya Manusia (SDM) yang

memiliki kualitas baik. Komerce menyediakan layanan jasa untuk dapat *support* usaha yang dimiliki para pembisnis online atau UMKM. Untuk pembisnis online atau UMKM yang ingin berkolaborasi dengan Komerce harus sudah melalui kesepakatan antara kedua belah pihak dengan mengisi surat perjanjian kerjasama. Dengan itu, dapat dinyatakan resmi bergabung sebagai *partner* Komerce.

Tercapainya tujuan usaha tidak terlepas dengan Sumber Daya Manusia (SDM) yang baik. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi peranan penting dalam mencapai sebuah tujuan, hal ini dikarenakan Sumber Daya Manusia yang ada pada usaha memiliki peran dalam melaksanakan, merencanakan dan menguasai berbagai macam aspek yang bersangkutan. Sumber Daya Manusia (SDM) adalah komponen penting atau sebuah potensi yang mengandung peran untuk mewujudkan tujuan yang sudah ditetapkan. Butuh pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang baik untuk menghasilkan kualitas Sumber Daya Manusia yang memiliki kualitas. Bahwasanya jantung dari maju atau tidaknya sebuah usaha adalah tentang kemampuan Sumber Daya Manusiannya itu sendiri (Bukit et al., 2017 dalam (Iswandi, 2021).

Berdasarkan wawancara dengan Ihtiar Rahayu selaku *Trainer* Komerce, terdapat beberapa langkah-langkah apabila ingin bergabung dalam pemberdayaan yang diselenggarakan oleh Komerce sebagai berikut:

- 1) Pemberkasan
- 2) *Screening*
- 3) Pemboardingan
- 4) Pemplotingan
- 5) Pendampingan

Dari beberapa langkah tersebut akan ada tahapannya masing-masing, dimulai dari tahap pemberkasan. Pada tahap pemberkasan calon *talent* (orang yang diberdayakan) mengumpulkan semua persyaratan yang sudah ditentukan oleh pihak Komerce yang nantinya akan dilakukan seleksi pemberkasan. Setelah itu, jika lolos dalam tahap pemberkasan dilanjut dengan melakukan

tahap *screening* oleh pihak Komerce, tahap *screening* atau penyaringan karyawan ini umumnya sama yaitu dengan *background checking* atau pemeriksaan latar belakang calon *talent*. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan kandidat yang berkualitas, profesional, dan mendapatkan yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Apabila sudah dinyatakan lolos dalam tahap kedua, dilanjutkan tahap pemboardingan yaitu proses adaptasi, pemahaman, dan pengenalan perusahaan untuk *talent* yang baru bergabung. Pada proses ini, para *talent* baru akan mendapatkan berbagai materi mengenai kapan perusahaan berdiri, informasi fasilitas, struktur organisasi, pembagian departemen, dan lainnya. Nantinya *talent* tersebut akan diberikan pelatihan oleh *trainer-trainer* yang sudah profesional dalam bidangnya sehingga besar kemungkinan bahwa *talent* semakin cepat dalam menguasai ilmu yang diberikan. Tidak hanya diberikan pelatihan tetapi juga adanya pendampingan yang dilakukan oleh masing-masing *leader* untuk memberikan arah-arahan apabila terjadi kendala dalam pemberdayaan.

Pelatihan yang diberikan oleh *trainer* disesuaikan dengan bagian bidang masing-masing. Untuk *customer service* akan diberikan pendidikan dan pelatihan selama kurang lebih 1 minggu berupa. Sedangkan *advertiser*, *admin marketplace*, dan *livestreamer* kurang lebih selama 1 bulan. Setelah melalui tahapan tersebut, *talent* yang sudah dinyatakan lolos akan dikolaborasikan dengan *partner* (pembisnis online atau UMKM) yang membutuhkan jasanya untuk dapat *mensupport* usahanya. Nantinya dari *talent* dan *partner* tersebut juga akan melakukan kesepakatan terkait upah/gaji dan bonus yang akan diterima selama menjalani kolaborasi (Wawancara dengan Ihtiar Rahayu, *Trainer Komerce*, 21 Mei pukul 09.48 WIB).

Dalam perkembangan usaha digital saat ini, internet telah secara langsung merubah perilaku bisnis, pasar, dan industri untuk berubah memenuhi tuntutan ekonomi dan teknologi. Teknologi Informasi (IT) sekarang dimanfaatkan untuk mendorong aktivitas bisnis dan pasar. Internet menjadi mekanisme komunikasi yang kuat dan bisa memfasilitasi penyempurnaan dan pengolahan transaksi bisnis. Internet menawarkan peluang untuk melakukan penjualan produk

kebutuhan hidup sehari-hari secara langsung kepada pelanggan yang berada pada pasar konsumsi (*consumer market*) atau konsumen pada pasar industri. Usaha digital memunculkan banyak model layanan digital yang semakin beragam. Dengan berbagai teknologi membuat usaha dapat mengeksplorasi peluang-peluang di dunia digital. Model layanan digital yang bagus adalah salah satu faktor utama dalam meningkatkan keberhasilan usaha untuk jangka panjang (Pradana, 2015).

Berdasarkan wawancara dengan Tri Lestari selaku *Manager* Komtim, model layanan Komerce dalam ranah bisnis digital yaitu seperti berikut:

a. *Customer Service*

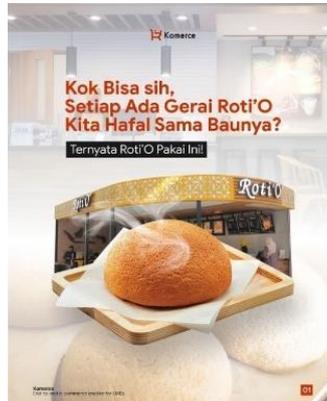


Gambar 4.3 Kegiatan Customer Service

(Sumber: Wawancara *Customer Service* Komerce, 21 Mei 2024)

Merupakan model layanan dimana *partner* akan disupport oleh *talent* terkait meng-*handle* chat pelanggan dengan cepat dan profesional untuk dapat meningkatkan penjualan dan performa toko. Sebagai *customer service* dituntut merespon dan meningkatkan penjualan melalui *chat customer* di aplikasi *chat*, *follow up*, *handling complaint*, membuat *report* harian sesuai dengan kebutuhan klien. Aplikasi yang sering digunakan para *customer service* ialah *whatsapp*, *facebook* dan *messenger*.

b. *Advertiser*



Gambar 4.4 Kegiatan *advertiser*  
(Sumber: Komerce)

Merupakan model layanan dimana *partner* akan *disupport* oleh *talent* terkait dengan mengoperasikan iklan digital untuk dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dengan *hire advertiser* dari Komtim. Seorang *advertiser* harus memasarkan produk klien melalui *platform facebook ads* maupun *google ads* dan *set up* iklan (membuat konten iklan dan halaman *landing pages*, menjalankan iklan, dan *monitoring traffic* agar berjalan maksimal). Media sosial yang dipergunakan dalam pembinaan ini berfokus pada pemanfaatan iklan dalam *facebook*, *instagram*, dan *google ads* yang mempergunakan dan merekam data *pixel* sesuai kebiasaan (*habit*) pengguna media sosial. Layanan ini diprioritaskan untuk produsen, distributor, dan maklon.

c. *Admin Marketplace*



Gambar 4.5 Kegiatan *admin marketplace*  
(Sumber: Komerce)

Merupakan model layanan dimana *partner* akan *disupport* oleh *talent* terkait mengoperasikan *online shop* di berbagai platform *marketplace* mulai

dari mengelola akun *marketplace* klien, *handle chat*, *editing* dan optimasi produk, *update* postingan, memproses orderan dan *setting ads* dan *event*. *Platform* yang biasa digunakan yaitu ada Shoppe, Tokopedia, dan Lazada. *Admin marketplace* menjadi *frontliner* yang berhubungan langsung dengan konsumen, sekaligus memberikan *customer experience* terbaik kepada konsumen.

d. *Livestreamer*



Gambar 4.6 Kegiatan *livestreamer*  
(Sumber: Komerce)

Merupakan model layanan dimana *partner* akan *disupport* oleh *talent* terkait *host* layanan *platform* guna meningkatkan penjualan dan mengenalkan produk lebih luas lagi melalui platform *Live Streaming* (TikTok, Shopee, Tokopedia dan *platform* serupa). *Livestreamer* harus bisa dalam membuat *brief* dan *short video* sebelum *live* berlangsung, menjalankan *live streaming* sesuai durasi yang ditentukan, memberikan informasi terkait produk selama *live*, mengarahkan *viewers* untuk melakukan pembelian selama *live* berlangsung dan *report general* seperti menginfokan matriks hasil *live*.

Era digital memang tidak mungkin untuk dihindari, apabila ingin bertahan maka pelaku pembisnis online harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital. selain itu, dukungan pemerintah sangat besar dalam hal ini. Dengan menumbuhkan jumlah pembisnis online ataupun UMKM yang menggunakan *platform* online agar dapat menyebar secara luas. Lewat kerjasama ini, pemerintah berharap dapat mempercepat transformasi UMKM di Indonesia menuju digital. Dengan kebijakan pemerintah, pembisnis online

atau UMKM memiliki potensi tumbuh dan berkembang, memiliki pasar yang jauh lebih mencapai internasional (Jasri et al., 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Tri Lestari selaku *Manager Komtim Komerce*, untuk wilayah Komerce pusat Purbalingga hanya *menghandle* model layanan *customer service* dan *advertiser* saja sedangkan untuk *admin marketplace* dan *livestreamer* dihandle oleh Komerce pusat Yogyakarta. Keperluan setiap pembisnis online atau UMKM itu berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Misalnya, ada yang sudah berjualan di *facebook* tetapi tidak memerlukan jasa untuk mengiklankan produk karena merasa bahwa sudah cukup jika hanya pada *marketplace* saja, ada pula *partner* yang hanya membutuhkan pengiklanan produk saja kemudian untuk bagian *customer servis* mereka *menghandle* sendiri.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Suryana (2014) bahwa kewirausahaan ditandai dengan adanya kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Kreatif adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah maupun peluang. Sedangkan inovatif menurut Setiadi (2003) merupakan menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat membeli terhadap produk tersebut yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian (Paramita et al., 2023). Berdasarkan hasil wawancara dengan Intan selaku *public relation Komerce* mengenai kemampuan kreatif dan inovatif, jadi ada inovasi baru mulai tahun 2021, dengan menambah layanan tidak hanya terkait *customer service* dan *advertiser* tetapi juga kita memiliki layanan lain yang berupa teknologi dari Komtim, Komship, Kompack serta juga ada tambahan *livestreamer* dan *admin marketplace*.

Peningkatan layanan merupakan salah satu hal yang krusial dalam suatu usaha. bahwasanya dengan adanya peningkatan layanan tersebut menjadikan Komerce lebih kreatif dan inovatif untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar

khususnya para pembisnis online dan UMKM agar lebih memilih untuk bermitra dengan Komerce dibanding dengan *startup* yang lain.

Dalam menjalankan sebuah usaha tidak lepas dari adanya manajemen. Jika dilihat dalam konteks ekonomi Islam, manajemen syariah merupakan perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan, jika setiap orang berperilaku dalam sebuah kegiatan dilandasi dengan nilai tauhid maka diharapkan perilaku akan terkendali sebagaimana berikut:

#### 1. Perencanaan (*planning*)

Merupakan kegiatan membuat tujuan perusahaan dan diikuti dengan membuat berbagai rencana untuk mencapai tujuan tersebut. Berdasarkan wawancara yang diperoleh di lapangan bahwa Komerce dengan melakukan perencanaan dalam merekrut karyawan supaya sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Dengan melakukan perencanaan tersebut akan mendapatkan hasil yang optimal, di satu sisi, dan lain hal dapat meminimalisir kerugian yang akan muncul.

Sebagaimana Nabi telah bersabda:

إِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan suatu pekerjaan, dilakukan dengan itqan (tepat, terarah, jelas, tuntas).*” (HR. Thabrani)

Dalam Al-Qur-an Allah SWT. berfirman:

(٨) فَأَرْعَبْ رَبِّكَ وَإِلَى (٧) فَأَنْصَبْ فَرَعْتَ فَإِذَا

Artinya: “*Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap.*” (QS. Al Insyirah: 7-8)

#### 2. Pengorganisasian (*organizing*)

Merupakan suatu kegiatan pengaturan sumber daya manusia dan sumber daya fisik yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan rencana yang telah ditetapkan serta menggapai tujuan perusahaan. Pengorganisasian dilakukan dengan tujuan membagi satu kegiatan besar

menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih kecil. Berdasarkan wawancara yang diperoleh di lapangan bahwa yang dilakukan Komerce dalam melakukan model layanan dengan membagi menjadi *customer service*, *advertiser*, *admin marketplace* dan *livestream* agar lebih terorganisasi.

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat As-Shaff ayat 4:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنْيَانٌ مَّرصُومٌ

Artinya: “Sesungguhnya Allah SWT. menyukai orang yang berjuang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.”

### 3. Pengarahan (*Directing/Leading*)

Pengarahan merupakan proses meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja secara maksimal serta menciptakan lingkungan kerja yang sehat, dinamis, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, pengarahan berfungsi mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial. Berdasarkan wawancara yang diperoleh di lapangan bahwa Komerce melakukan pengarahan dalam kegiatan dalam layanan seperti kepada *CS*, *advertiser*, *admin marketplace*, dan *livestreamer* agar dalam menjalankan tugasnya menjadi lebih mudah dan jika terdapat kendala dapat cepat terselesaikan.

Setiap anggota suatu organisasi tentunya memiliki keragaman dalam hal pengetahuan, kecakapan dan keahliannya. Mereka juga beragam dalam hal pengalamannya. Oleh sebab itu, maka pengarahan sangat dibutuhkan. Tanpa pengarahan, anggota akan mengalami kesulitan dalam menjalankan tugas-tugas yang diembannya. Dalam kondisi tertentu, ini dapat menghambat roda organisasi dan bisa menggagalkan organisasi dalam mencapai tujuannya.

### 4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan suatu aktivitas menilai kinerja berdasarkan standar yang telah dibuat untuk kemudian dibuat perubahan atau perbaikan jika diperlukan. Bagi umat Islam, ada *control* dalam setiap diri (pribadi) yang berasal dari ketauhidan dan keimanan kepada Allah SWT. Sebab,

dalam keyakinan Islam, Allah SWT. selalu mengawasi dan mengetahui segala bentuk aktivitas manusia. Karena itu, umat Islam akan melakukan tindakannya dengan penuh tanggungjawab dan hati-hati. Namun demikian, pengawasan bukan hanya sebatas itu, melainkan harus dilakukan sebagai wujud evaluasi (*muhasabah*) setiap saat. Berdasarkan wawancara yang diperoleh di lapangan bahwa dalam menjalankan tugasnya para *cs*, *advertiser*, *admin marketplace* dan *livestreamer* akan dipimpin oleh seorang *leader*, dimana salah tugasnya yaitu mengawasi dan membantu mereka jika terdapat kendala dalam menjalankan tugasnya.

Rasulullah pernah bersabda:

أَنْ تَعْبُدَ اللَّهَ كَأَنَّكَ تَرَاهُ فَإِنْ لَمْ تَكُنْ تَرَاهُ فَإِنَّهُ يَرَاكَ

Artinya: “Hendaknya kamu menyembah Allah SWT. seolah-olah engkau melihat-Nya. Dan jika kamu tidak mampu melihat-Nya, maka (yakinlah) sesungguhnya dia melihatmu.” (HR. Bukhari)

Dengan adanya pengawasan tersebut diharapkan perjalanan atau proses pencapaian tujuan organisasi akan berjalan dengan baik. Walaupun tidak dipungkiri akan terdapatnya berbagai hambatan atau rintangan yang menyertainya akan tetapi, dengan adanya pengawasan suatu hambatan dapat diselesaikan atau diminimalisir (Aziz, 2022).

### C. Analisis Pemberdayaan Ekonomi Generasi Muda Desa

Di era globalisasi dan digitalisasi yang terus berkembang, kewirausahaan tidak hanya menjadi jalur karir yang menjanjikan tetapi juga kekuatan pendorong yang penting bagi pertumbuhan ekonomi dan inovasi. Peningkatan kebutuhan akan keterampilan digital dan kewirausahaan yang kuat menjadi sangat krusial dalam masyarakat modern. Hal ini terutama berlaku bagi generasi muda Indonesia, yang merupakan segmen vital dari populasi karena sifatnya yang adaptif dan potensinya yang besar dalam menggerakkan inovasi dan pembangunan ekonomi. Peranan generasi muda saat ini sangat besar untuk membangun bangsa, cara berpikir generasi muda

yang luas dapat membuat perubahan dan dapat menjadi pelopor bukan hanya sekadar mengikuti trend yang sudah ada, akan tetapi dapat menciptakan hal-hal yang baru di masyarakat (Nur et al., 2024).

Komerce merupakan organisasi yang bergerak dalam pelatihan dan pendidikan di bidang IT untuk memperdayakan masyarakat desa khususnya para generasi muda. Komerce dalam pemberdayaan ekonomi desa melalui pendidikan dan pelatihan di bidang *digital marketing* yang berhubungan erat dengan kemajuan teknologi. Nantinya akan dihubungkan dengan UMKM yang ada di seluruh Indonesia. Kondisi ini memberikan gambaran terhadap peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) akan pengetahuan dan sebagai wadah UMKM untuk dapat meningkatkan bisnisnya terutama bidang *e-commerce* atau jualan online. Dengan adanya hal tersebut menjadikan pemuda disekitar Komerce maupun lainnya dapat mengembangkan diri dan lingkungannya guna meningkatkan mutu dan mencapai kesejahteraan hidup.

Berdasarkan wawancara dengan Tri Lestari selaku Manager Komtim Komerce, bentuk pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh Komerce yaitu dengan menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan di bidang *digital marketing*. Adapun alur dari pemberdayaan ekonomi melalui Komerce sebagai berikut:

#### 1. Masukan (*Input*)

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan elemen yang paling penting. Dalam hal ini generasi muda masuk ke Komerce untuk mengikuti serangkaian kegiatan pemberdayaan. Dimana generasi muda merupakan sebuah "*input*" dan usaha Komerce yang nantinya generasi muda tersebut diubah menjadi suatu "*output*" yaitu menjadi SDM yang terampil dibidang marketing online.

Pemberdayaan pada Komerce melibatkan warga desa khususnya generasi muda di Kecamatan Karangmoncol. Dimana Kecamatan Karangmoncol terdiri dari 11 desa yaitu: Baleraksa, Grantung, Karang Sari, Kramat, Pekiringan, Pepedan, Rajawana, Sirau, Tajug, Tamansari, Tunjungmuli. Sekarang Komerce sudah memiliki 11 cabang kantor

pemberdayaan yang tersebar di 5 desa wilayah Kecamatan Karangmoncol yaitu: Desa Tunjungmuli ada 3, Desa Rajawana ada 1, Desa Kramat ada 1 dan Desa Tajug ada 1 dan 2 kantor cabang untuk di Kota Yogyakarta. Komerce membuka kesempatan untuk warga desa khususnya para generasi muda terutama yang tinggal di sekitar Komerce jika membutuhkan suatu pekerjaan agar dapat bergabung dengan Komerce, layanan akan pemuda tidak akan dihilangkan karena sebagai jiwa Komerce yaitu memberdayakan generasi muda.

## 2. Proses Pembelajaran (*Learning Process*)

Proses pembelajaran di Komerce dilaksanakan melalui pendidikan dan pelatihan SDM dengan dilengkapi kurikulum berbasis marketing online, modul, serta pengajar yang berpengalaman. Generasi muda yang mendaftar diberi pendidikan dan pelatihan terlebih dahulu agar menjadi SDM yang terampil di bidang *marketing online*. Adapun beberapa keterampilan yang diajarkan sebagai berikut:

### a. *Customer Service*

Keterampilan yang diajarkan berupa meng-*handle* chat pelanggan dengan cepat dan profesional, meningkatkan penjualan melalui *chat customer* di aplikasi *chat*, *follow up*, *handling complaint*, membuat *report* harian sesuai dengan kebutuhan klien sehingga dapat meningkatkan penjualan dan performa toko. Aplikasi yang sering digunakan para *customer service* ialah *whatsapp*, *facebook* dan *messenger*.

### b. *Advertiser*

Keterampilan yang diajarkan yaitu dapat mengoperasikan iklan digital untuk dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dengan *hire advertiser* dari Komtim, dilatih memasarkan produk melalui *platform facebook ads* maupun *google ads* dan *set up* iklan (membuat konten iklan dan halaman *landing pages*, dan menjalankan iklan).

c. *Admin Marketplace*

Keterampilan yang diajarkan berupa yang mampu mengoperasikan *online shop* di berbagai platform *marketplace*. Mulai dari mengelola akun *marketplace* klien, *handle chat*, *editing* dan optimasi produk, *update* postingan, memproses orderan serta *setting ads* dan *event*.

d. *Livestreamer*

Keterampilan yang diajarkan berupa menjadi *host* layanan platform *live streaming* (TikTok, Shopee, Tokopedia dan *platform* serupa), membuat *brief* dan *short video*, memberikan informasi terkait produk selama *live*, mengarahkan *viewers* untuk melakukan pembelian selama *live* berlangsung dan *report general* seperti menginfokan matriks hasil *live*.

3. Keluaran (*Output*)

Sumber daya manusia yang terampil di bidang *digital marketing* sehingga siap untuk diberdayakan. Generasi muda wajib mengikuti dan melaksanakan proses pembelajaran yang diselenggarakan oleh Komerce. Untuk keterampilan *costumer service*, *admin marketplace*, *livestreamer* dilakukan selama 1 minggu sedangkan *advertiser* dilakukan selama kurang lebih 1 bulan. Setelah mengikuti pendidikan dan pelatihan tersebut diharapkan para pemuda dapat memiliki *skill* khususnya di bidang *IT* sehingga *output*-nya untuk dapat *survive* di kemudian hari dalam memecahkan permasalahan khususnya ekonomi baik untuk dirinya sendiri maupun lingkungannya (Wawancara dengan Ihtiar Rahayu, *Trainer* Komerce 21 Mei 2024 pukul 09.48 WIB).

4. Hasil (*Outcome*)

Sumber daya manusia yang sudah terampil mulai masuk program pemberdayaan dengan mulai berkolaborasi dengan *partner* (pembisnis) untuk membantu mereka dalam memasarkan produknya secara online. *Partner* yang bekerjasama sudah membuat kesepakatan terlebih dahulu dengan pihak Komerce terkait dengan layanan yang akan digunakan seperti

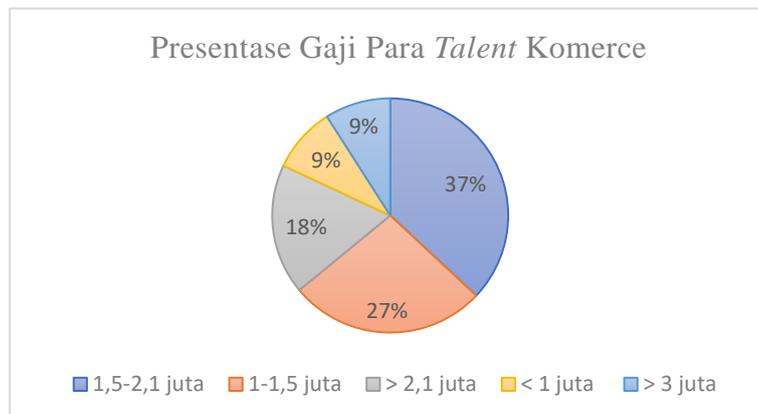
memberdayakan *customer service* untuk *handle* calon pembeli, *advertiser* untuk membuat strategi iklan penawaran produk kepada calon pembeli, *admin marketplace* untuk mengelola calon pembeli atau pelanggan pada *channel* media sosial, dan *livestreamer* untuk menjadi *host* layanan *platform*. Dalam hal ini para pembisnis online dan UMKM memberdayakan SDM Komerce untuk membantu kegiatan operasional bisnis mereka. Apabila sudah ada kesepakatan antara kedua belah pihak dengan mengisi surat perjanjian kerjasama dengan Komerce, hal tersebut dapat dinyatakan resmi bergabung sebagai *partner* Komerce.

Bentuk kerjasama ini adalah *partner* memberdayakan SDM di bidang *marketing digital* untuk melaksanakan tugas sesuai dengan kualifikasi yang sudah ditentukan. Setelah itu dari *partner* hanya fokus pada produk yang diperjualbelikan saja, sedangkan untuk proses pemasaran dihandle oleh SDM dari Komerce. *Partner* yang bergabung dengan Komerce tidak ada sistem kontrak. Apabila sewaktu-waktu dari pihak *partner* ingin mengakhiri masa kerjasama dengan Komerce dapat keluar secara fleksibel. Namun, biasanya *partner* yang sudah bergabung minimal harus dapat bertahan selama 3 bulan.

*Partner* yang sudah resmi bergabung dengan Komerce harus menyediakan *device* atau perangkat yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasional seperti *handphone* atau laptop, mempersiapkan produk *knowledge*, mempersiapkan *budget marketing*/biaya iklan apabila memberdayakan pada layanan *advertiser* dan harus mengeluarkan biaya untuk administrasi sebesar Rp 550.000,00/bulan untuk satu *talent* yang digunakan untuk kegiatan operasional apabila menggunakan lebih dari satu *talent* akan mendapatkan potongan biaya serta harus menyediakan gaji pokok serta bonus untuk masing-masing produk yang terjual.

Penyediaan *device* ini diperlukan karena dikhawatirkan data *partner* dengan *talent* akan tercampur sehingga dibutuhkan *device* untuk masing-masing *talent*. Apabila *partner* telah mengakhiri kerjasama dengan

Komerce maka semua *device* akan dikembalikan kepada partner agar data yang dimiliki partner tetap aman di *device* tersebut.



Gambar 4.7 Presentase gaji *talent* Komerce  
(Sumber: Komerce)

Dari diagram di atas menunjukkan bahwa kisaran gaji untuk talent atau anggota Komerce rata-rata 1,5-2,1 juta dan ada 3 juta dengan total 9% di atas rata-rata UMK. Hal ini menunjukkan pertumbuhan ekonomi dengan hadirnya peran teknologi digital dalam pembangunan yang berpusat pada masyarakat khususnya generasi muda. Dengan ini membuktikan bahwa keberadaan Komerce memberikan dampak positif bagi masyarakat. Pendapatan yang dimiliki masing-masing masyarakat membuat perekonomian warga mengalami peningkatan yang signifikan jika dibandingkan sebelum adanya Komerce.

Adapun gaji/upah pokok masing-masing *talent* per bulan yang didapatkan oleh partner sebagai berikut:

- a. *Customer Service (CS)* : Rp 600.000,00
- b. *Advertiser* : Rp 900.000,00
- c. *Admin Marketplace* : Rp 900.000,00
- d. *Livestreamer* : Rp 900.000,00

Dalam gaji pokok yang dikeluarkan tersebut belum termasuk dengan bonus penjualan untuk masing-masing produk. Apabila terjadi *closing* (penjualan) maka *partner* harus memberikan bonus kepada SDM tersebut, sehingga gaji mereka bertambah dengan tambahan dari adanya bonus yang diberikan oleh *partner*. Gaji atau upah yang diterima SDM ini merupakan

bentuk tercapainya salah satu tujuan pokok adanya pemberdayaan di mana program pemberdayaan harus dapat membawa perubahan bagi kehidupan subjek pemberdayaan.

Dalam konsep pemberdayaan menurut Anwas (2014) terdapat indikator pemberdayaan meliputi: pertama, kegiatan yang terorganisir dan bersifat kolektif. Kegiatan yang terorganisir dan bersifat kolektif merujuk pada proses dimana masyarakat bersatu dan bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Ini melibatkan pembentukan struktur, sistem, dan mekanisme yang memungkinkan masyarakat untuk mengidentifikasi masalah merencanakan solusi dan mengambil tindakan kolektif.

Berdasarkan wawancara yang diperoleh di lapangan bahwa dalam menjalankan pemberdayaan ekonomi generasi muda yang dilakukan oleh Komerce sudah terorganisir dan bersifat kolektif dimana Komerce sudah membentuk struktur, sistem dan mekanisme yang jelas dalam pelaksanaan pemberdayaan seperti dari *input* sampai *output* generasi muda setempat dengan membentuk kelompok-kelompok kecil, pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas dan selalu melibatkan tim dalam mengambil keputusan.

Kedua, upaya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dalam indikator ini dijelaskan jika tujuan utama dari adanya pemberdayaan yaitu untuk meningkatkan kualitas hidup. Merujuk pada teori Kartasmita (1996) menjelaskan bahwa memberdayakan masyarakat merupakan upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat. Dari pemikiran tersebut dapat dipahami bahwa tujuan dari pemberdayaan masyarakat adalah memandirikan masyarakat, memampukan dan meningkatkan kemampuan masyarakat serta membangkitkan kesadaran akan kemampuan yang dimiliki untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dan berkelanjutan.

Berdasarkan wawancara yang diperoleh di lapangan bahwa dengan adanya pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce membawa dampak positif bagi generasi muda setempat seperti mendapatkan pengalaman dan

ilmu baru, dapat membuka lapangan pekerjaan bagi pemuda sekitar, sudah bisa membantu perekonomian keluarga, mencukupi kebutuhan diri sendiri dan bisa menabung. Dengan hal tersebut sudah meningkatkan kualitas hidup masyarakat dari yang belum berpenghasilan menjadi berpenghasilan dan mandiri dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari.

Ketiga, pemberian prioritas kepada kelompok kurang beruntung. Indikator ini menekankan pada fokus pemberdayaan terhadap kelompok yang membutuhkan, dimana dalam kesejahteraan ini dapat dilakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Upaya tersebut dilakukan melalui pemberdayaan. Berdasarkan wawancara yang diperoleh di lapangan bahwa Komerce hadir sebagai salah satu upaya untuk dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan di daerah setepat khususnya para generasi muda. Dengan adanya pemberdayaan yang diselenggarakan Komerce untuk para generasi muda yang kurang beruntung tetapi memiliki kompetensi untuk diberdayakan nantinya dengan mereka bergabung dengan Komerce akan diberikan pendidikan dan pelatihan di bidang *digital marketing*. Setelah diberikan pendidikan dan pelatihan para generasi tersebut akan dikolaborasikan dengan pembisnis online ataupun UMKM yang membutuhkan jasa mereka.

Keempat, dilaksanakan melalui program peningkatan kapasitas pemberdayaan. Program ini merupakan strategi implementasi pemberdayaan melalui pengembangan kemampuan masyarakat. Merujuk pada teori Mulyawan (2016) yang menyatakan secara sosiologis pemberdayaan merupakan pemberian *power* kepada yang *powerless*, karena dengan memiliki *power* mereka yang terhimpit dalam ketidakberdayaan akan dapat melaksanakan proses aktualisasi-eksistensi dirinya.

Kondisi ketidakberdayaan pemuda dapat disebabkan berbagai aspek meliputi aspek ekonomi dan aspek sosial budaya. Aspek ekonomi mencakup keterbatasan modal dan kurangnya kemajuan teknologi. Sementara itu, aspek sosial budaya melibatkan kurangnya kompetensi dan tingkat

pendidikan yang rendah serta keterbatasan peluang kerja. Dari adanya aspek-aspek yang menyebabkan ketidakberdayaan ekonomi tersebut sehingga muncul pemberdayaan ekonomi melalui Komerce. Dengan melalui pendidikan dan pelatihan di bidang *digital marketing*.

Pada dasarnya pemberdayaan merupakan suatu proses yang terus berjalan terus-menerus, maka untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam meningkatkan taraf hidupnya perlu dilakukan upaya membangkitkan keberadaan mereka sehingga dapat memperbaiki kehidupan di atas kekuatan sendiri. Dalam proses pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Komerce dengan ini merujuk pada teori Wrihantolo dan Dwidjowijoto (2007) yang terdiri dari tiga tahapan yaitu:

- a) Tahap pertama yaitu penyadaran, yang artinya bahwa masyarakat diberdayakan dengan cara memberikan pencerahan sehingga mereka sadar bahwa mereka mempunyai hak untuk diberdayakan. Pada Komerce dalam proses pemberdayaan tahap pertama juga memiliki kesamaan yaitu melalui proses penyadaran. Novi Bayu Dermawan selaku *founder* Komerce memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya para generasi muda agar menyadari pentingnya suatu kompetensi dan *skill* di era revolusi industri 4.0 ini. Selain itu, beliau juga memberikan penyadaran tentang permasalahan yang banyak terjadi di pedesaan seperti pengangguran, banyaknya pemuda desa yang melakukan urbanisasi, minimnya lapangan pekerjaan yang ada di desa dan sedikitnya pengusaha muda desa.
- b) Tahap kedua yaitu tahap pengkapasitasan yang artinya memberdayakan masyarakat dengan memberikan kapasitas atau kekuatan kepada masyarakat. Bentuknya dapat berupa pendidikan, pelatihan, seminar, *workshop*, dan lain-lain. pada tahap kedua ini Komerce juga melakukan pengkapasitasan dengan memberikan kekuatan kepada masyarakat melalui pelatihan dan pendidikan pada bidang *digital marketing*. Selain

itu, Komerce juga mengadakan webinar ataupun *workshop* yang diisi oleh pemateri yang sudah profesional pada bidangnya.

- c) Tahap ketiga yaitu tahap pendayaan yang artinya masyarakat diberdayakan dengan cara memberikan kekuasaan atau peluang kepada masyarakat sehingga mereka merasa diberdayakan. Pada tahap ini yaitu pemberdayaan, dimana penerima manfaat atau masyarakat melakukan pelatihan dan pendidikan serta sudah menjadi SDM yang terampil dibidang *digital marketing* sehingga sudah dapat untuk diberdayakan dengan membantu para UMKM atau pembisnis online diseluruh Indonesia. Dalam hal ini UMKM atau pembisnis online yang sudah bekerjasama dengan Komerce akan dikenakan dua elemen biaya yang harus dikeluarkan perbulannya yaitu biaya gaji + bonus SDM dan biaya admin untuk kegiatan operasional.

Adapun teori yang dikemukakan oleh Sumodiningrat (1999) dalam Graha (2009) menjelaskan bahwa konsep pemberdayaan masyarakat guna mendorong ekonomi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pemberdayaan masyarakat tidak dapat dilakukan hanya dengan pendekatan daun, batang, ataupun akar saja secara sendiri-sendiri. Karena permasalahan-permasalahan yang terjadi harus dihadapi sesuai dengan aspeknya masing-masing.
2. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi tidak cukup hanya dengan memberikan modal, tetapi harus dengan penguatan kelembagaan ekonomi masyarakat, penguatan sumber daya manusia, penyediaan prasarana dan penguatan posisi tawarnya. Pada awal merintis Komerce yang sebelumnya dikenal dengan Kampung marketer, Novi Bayu Dermawan selaku *founder* Komerce dalam menunjang operasional kegiatan memberikan modal berupa paket data internet. Dalam penguatan sumber daya manusia dilakukan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi dan *skill/keterampilan* dari SDM Komerce. Komerce juga melakukan pendampingan oleh *leader* dan adanya *quality assurance* untuk mengecek kualitas dari

kinerja atau cara kerja dari SDM tersebut sesuai dengan standar kerja. Komerce menyediakan prasarana tempat pemberdayaan untuk SDM dapat beroperasi. (Wawancara dengan Tri Lestari, *Manager* Komtim Komerce 21 Mei 2024 Pukul 09.48 WIB).

3. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi harus dilakukan secara elegan tanpa menghambat dan mendeskriminasikan ekonomi kuat. Oleh karena itu, perlu menjalin kemitraan antara usaha mikro, kecil, menengah dan besar. Pada Komerce menjalin kemitraan merupakan hal yang sangat penting karena dalam sistem opsionalnya merupakan sistem kolaborasi dengan pembisnis online dan UMKM seluruh Indonesia. Komerce menjadi *partner* terbaik untuk pembisnis Indonesia agar mereka semakin berkembang di internet dengan menyediakan *talent* yang berkompeten untuk berkolaborasi bersama membangun tim yang solid dengan mendidik dan melatih masyarakat menjadi SDM yang terampil di bidang *digital marketing* untuk membantu memasarkan produk/jasa pembisnis online dan UMKM.
4. Pemberdayaan masyarakat tidak dapat dilakukan melalui pendekatan individu, melainkan melalui pendekatan kelompok. Pendekatan kelompok sangat diperlukan agar masyarakat dapat bekerjasama, berbagi ide, dan memanfaatkan keahlian masing-masing. Hal tersebut sering menghasilkan solusi yang lebih kreatif dan efektif daripada yang bisa dicapai individu secara terpisah. Pada Komerce terdapat pendekatan kelompok berupa tim kerja yang dipimpin oleh masing-masing *leader*.

Dalam pelaksanaan pemberdayaan berdasarkan hasil wawancara bahwasanya dalam suatu usaha diperlukan adanya manajemen syariah. Berbicara masalah manajemen tentunya tidak lepas dengan empat komponen yang ada yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah kegiatan membuat tujuan perusahaan dan diikuti dengan membuat berbagai rencana untuk mencapai tujuan

tersebut. Perencanaan bereorientasi pada apa yang akan dikerjakan dan disesuaikan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan merupakan kebutuhan dan keharusan yang harus dilakukan agar sebuah pekerjaan mendapatkan hasil yang optimal, di satu sisi, dan dilain hal mungkin dapat meminimalisir kerugian yang akan muncul. Berdasarkan wawancara yang diperoleh di lapangan bahwa yang dilakukan oleh Komerce dalam melakukan pemberdayaan yaitu sudah membuat perencanaan seperti alur dari pemberdayaan yang harus tersruktur tepat dan terarah dengan membentuk tim-tim yang sesuai dengan bidangnya agar lebih mudah dalam menjalankan usahanya.

Sebagaimana Nabi telah bersabda:

إِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan suatu pekerjaan, dilakukan dengan itqan (tepat, terarah, jelas, tuntas).*” (HR. Thabrani)

Dalam Al-Qur-an Allah SWT. berfirman:

(٨) فَأَرْعَبْ رَبِّكَ وَإِلَى (٧) فَأَنْصَبْ فَرَعْتِ فَإِذَا

Artinya: “*Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap.*” (QS. Al Insyirah:7-8)

## 2. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian merupakan suatu kegiatan pengaturan sumber daya manusia dan sumber daya fisik lain yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan rencana yang telah ditetapkan serta menggapai tujuan perusahaan. Pengorganisasian dilakukan dengan tujuan membagi suatu kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih kecil. Berdasarkan wawancara yang diperoleh di lapangan bahwa dalam pemberdayaan Komerce *talent* yang sudah dinyatakan lolos dalam program pendidikan dan pelatihan, setelah itu mereka akan

dibagi menjadi tim kecil yang dipimpin oleh seorang *leader* agar mudah dalam pengorganisasian.

Dalam Al-Qur'an surat As-Shaff ayat 4 disebutkan bahwa:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنْيَانٌ مَّرْصُومٌ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah SWT. menyukai orang yang berjuang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.*”

Suatu kegiatan yang terorganisir dengan baik dan di antara bagian-bagiannya tersusun dengan rapi, kokoh, dan saling bersinergi, maka akan membuahkan hasil yang memuaskan dan maksimal. Selain tingkat keberhasilan yang dapat dicapai, keterorganisasian akan memudahkan dalam pergerakan, pengawasan, dan pengevaluasian.

Seperti diriwayatkan dalam hadis Sayyidina Ali bin Abi Thalib yang berbunyi:

الْحَقُّ بِلَا نِظَامٍ يَغْلِبُهُ الْبَاطِلُ بِالنِّظَامِ

Artinya: “*Kebenaran yang tidak diorganisir dapat dikalahkan oleh kebatilan yang diorganisir.*”

### 3. Pengarahan (*Directing/Leading*)

Pengarahan merupakan proses meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja secara maksimal serta menciptakan lingkungan kerja yang sehat, dinamis, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, pengarahan berfungsi mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial. Berdasarkan wawancara yang diperoleh di lapangan bahwa kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce dengan adanya *onboarding* yaitu tahap dimana generasi yang ingin bergabung dengan Komerce dikatakan lolos akan dilakukan pengarahan seperti pengenalan *job desk*, lingkungan Komerce, aturan dan budaya yang ada di Komerce dan lain sebagainya.

Setiap anggota suatu organisasi tentunya memiliki keragaman dalam hal pengetahuan, kecakapan dan keahliannya. Mereka juga beragam dalam hal pengalamannya. Oleh sebab itu, maka pengarahan sangat dibutuhkan. Tanpa pengarahan, anggota akan mengalami kesulitan dalam menjalankan tugas-tugas yang diembannya. Dalam kondisi tertentu, ini dapat menghambat roda organisasi dan bisa menggagalkan organisasi dalam mencapai tujuannya.

#### 4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan suatu aktivitas menilai kinerja berdasarkan standar yang telah dibuat untuk kemudian dibuat perubahan atau perbaikan jika diperlukan. Bagi umat Islam, ada *control* dalam setiap diri (pribadi) yang berasal dari ketauhidan dan keimanan kepada Allah SWT. Sebab, dalam keyakinan Islam, Allah SWT. selalu mengawasi dan mengetahui segala bentuk aktivitas manusia. Karena itu umat Islam akan melakukan tindakannya dengan penuh tanggungjawab dan hati-hati. Namun demikian, pengawasan bukan hanya sebatas itu, melainkan harus dilakukan sebagai wujud evaluasi (*muhasabah*) setiap saat. Dalam pemberdayaan Komerce talent yang sudah dinyatakan lolos dalam program pendidikan dan pelatihan, setelah itu mereka akan dibagi menjadi tim yang dipimpin oleh seorang leader. Setiap sebulan sekali akan ada *quality assurance* yaitu pengecekan kualitas kinerja dari taent melalui masing-masing leader sebagai bahan evaluasi kedepannya.

Rasulullah pernah bersabda:

أَنْ تَعْبُدَ اللَّهَ كَأَنَّكَ تَرَاهُ فَإِنْ لَمْ تَكُنْ تَرَاهُ فَإِنَّهُ يَرَاكَ

Artinya: “Hendaknya kamu menyembah Allah SWT. seolah-olah engkau melihat-Nya. Dan jika kamu tidak mampu melihat-Nya, maka (yakinkanlah) sesungguhnya dia melihatmu.” (HR. Bukhari)

Dengan adanya pengawasan tersebut diharapkan perjalanan atau proses pencapaian tujuan organisasi akan berjalan dengan baik. Walaupun tidak dipungkiri akan terdapatnya berbagai hambatan atau

rintangan yang menyertainya akan tetapi, dengan adanya pengawasan suatu hambatan dapat diselesaikan atau diminimalisir (Aziz, 2022).

Adanya pemberdayaan masyarakat melalui Komerce, maka dapat mengatasi aspek-aspek ketidakberdayaan generasi muda. Dimana hasil tersebut berpengaruh dalam faktor ekonomi para generasi muda di desa. Melalui pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce pada aspek ekonomi generasi muda desa memperoleh modal dari pendapatan yang diterima dengan bekerja di Komerce serta dapat memiliki akses sumber daya teknologi yang dapat membantu SDM untuk berkontribusi lebih aktif dalam pengembangan, penyebaran, dan pemanfaatan teknologi agar mendukung inovasi baru seiring dengan perkembangan zaman sekarang ini. Sedangkan dalam aspek sosial budaya melalui pemberdayaan Komerce generasi muda desa dapat menciptakan kesempatan kerja bagi generasi muda desa dimana hal ini dapat mengurangi pengangguran di pedesaan dan urbanisasi. Generasi muda desa juga memperoleh pengetahuan dan *skill*/keterampilan yang dapat dikembangkan untuk mendayagunakan dan mempampukan potensi yang dimiliki sehingga memberikan nilai positif bagi kesejahteraan dan taraf hidup sosial ekonomi generasi muda desa agar mencapai kehidupan yang lebih baik dan berkelanjutan. Pemberdayaan dapat menjadi instrumen yang efektif dalam upaya mendistribusikan pemerataan pendapatan kepada seluruh masyarakat sehingga dapat memacu munculnya pelaku-pelaku usaha yang lebih merata dikalangan masyarakat.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian “Analisis Usaha Komerce Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Generasi Muda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga” dapat disimpulkan bahwa konsep layanan yang digunakan dalam menjalankan usaha Komerce yaitu menggunakan konsep berbasis pemberdayaan. Komerce menyediakan sumber daya manusia yang sudah diberikan pendidikan dan pelatihan di bidang *digital marketing* yang kemudian dikolaborasikan dengan partner pembisnis online atau UMKM seluruh Indonesia. Model layanan yang digunakan pada usaha Komerce yaitu dengan menyediakan berbagai layanan seperti *customer service* (menghandle chat pelanggan dengan cepat dan profesional), *advertiser* (dapat mengoperasikan iklan digital), *admin marketplace* (mampu mengoperasikan *online shop* di berbagai *platform marketplace*), dan *livestreamer* (mampu menjadi host layanan *platform*).

Bentuk pemberdayaan ekonomi generasi muda desa yang dilakukan Komerce melalui pendidikan dan pelatihan kepada sumber daya manusia dalam bidang teknologi dan informasi atau IT. Dalam melakukan pemberdayaan perlu adanya tahapan meliputi *input*, *learning process*, *output*, dan *outcome*. Tahap pemberdayaan masyarakat yang pertama ialah *input* artinya proses masuknya masyarakat desa sekitar yang bergabung dalam Komerce, kemudian anggota terdaftar akan melakukan tahap *learning process* dimana proses pembelajaran *digital marketing* dalam Komerce dan pelatihan lainnya akan didapat. Tahap ketiga *Output* mulai memberdayakan anggota dalam segi penerapan digital dalam proses pelaksanaan usaha yang dilakukan, mulai dari promosi, distribusi dan lainnya. Tahap terakhir ialah *outcome* keberlanjutan para anggota yang mulai bekerja sama dengan perusahaan dalam proses bisnisnya, kemudian mampu secara mandiri mengelola usahanya.

Dengan adanya pemberdayaan generasi muda desa melalui Komerce dapat memperoleh pendapatan, pengetahuan dan skill/keterampilan yang dapat dikembangkan untuk mendayagunakan dan mempampukan potensi yang dimiliki sehingga memberikan nilai positif bagi kesejahteraan dan taraf hidup sosial ekonomi generasi muda desa agar mencapai kehidupan yang lebih baik dan berkelanjutan. Pemberdayaan dapat menjadi instrumen yang efektif dalam upaya mendistribusikan pemerataan pendapatan kepada seluruh masyarakat sehingga dapat memacu munculnya pelaku-pelaku usaha yang lebih merata dikalangan masyarakat. Adapun dengan pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh Komerce juga menerapkan sistem manajemen syariah. Dalam proses manajemen Komerce menggunakan proses manajemen Islam berupa menerapkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dalam perspektif Islam.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan masukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemberdayaan yang dilakukan Komerce di bidang *digital marketing* sudah berjalan dengan baik. Akan tetapi, untuk kedepannya diharapkan Komerce dapat mencakup wilayah yang lebih luas lagi sehingga menambah manfaat untuk masyarakat luas.
2. Komerce harus selalu *up to date* dengan perkembangan era industri 4.0 ini, dengan menambah layanan inovasi baru lagi sesuai dengan permintaan pasar yang sedang tinggi.
3. Selalu meningkatkan performa tim agar dapat bersaing dengan startup bisnis lainnya yang hampir sama dengan Komerce.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh Majid, H. N. (2023). Peran Digitalisasi Ekonomi Untuk Membentuk Kemandirian Ekonomi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (Ekuitas)*.
- Aziz, F. A. (2022). Manajemen Perspektif Islam. (Cetakan III). Pustaka El-Bayan.
- BPS. "Kemiskinan". <https://purbalinggakab.bps.go.id/indicator/23/304/1/indikator-kemiskinan-kabupaten-purbalingga.html>. 9 Desember 2023 .
- Burhanuddin, S. (2011). Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal. Malang: UIN-Maliki Press.
- Faritz, M. (2017). Pengaruh Keberadaan Perusahaan Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Pangke Barat Kabupaten Karimun. *Jom Fisip*, 4(2).
- Hasibuan, F. M. M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemandirian Ekonomi Pondok Pesantren. *Ekonomi Dan Keuangan Syariah*.
- Hilyatin, D. L. (2016). Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Berbasis Madrasah Santripreneur Di Pondok Pesantren Darussalam. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*.
- Iswandi, A. (2021). Analisis Pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja dan Motivasi Melalui Reward System (Artikel Studi Manajemen Sumber Daya Manusia). *Ilmu Hukum Humaniora Dan Politik*, 1(3). <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1>
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2).
- Kata data. "Kemiskinan". <https://databoks.katadat.co.id/datapublish/2023/12/01/10-daerah-jawa-tengah-dengan-angka-kemiskinan-tertinggi>. 9 Desember 2023.
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/dr.v4i3.9676>
- Komerce. "Penghargaan Komerce". <https://komerce.id/about/> .5 November 2023.

- Lumintang, J. (2015). Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Kemajuan Pembangunan Masyarakat di Desa Tara-tara I. *Acta Diurna, IV(2)*.
- Mervi Takalawangen, M. M. (2019). Peran Pemerintah Dalam Pemberdayaan Pemuda Di Desa (Lesabe Tabukan Selatan Kabupaten Kepulauan Sangihe). *Jurusan Ilmu Pemerintahan*.
- Miles, M.B., Huberman, A.M., Saldana, J. (2014). "*Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*". Sage Publication. America.
- Misjaya, D. S. (2019). Konsep Pendidikan Kemandirian Ekonomi Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo-Jawa Timur. *Pendidikan Islam*.
- Monggilo, Z. M. (2016). Kajian Literatur Tipologi Perilaku Berinternet. *Ilmu Komunikasi*.
- Muhamad Rifai, W. A. (2015). Analisis Pemberdayaan Masyarakat Home Industry Dalam Rangka Mendorong Kemandirian Ekonomi. *Bisnis Perspektif*.
- Mulyawan, R. (2016). *Masyarakat, Wilayah, dan Pembangunan*. UNPAD PRESS.
- Nahda Engrasia, T., & Ahmad, A. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Keputusan Berbelanja Online Pada E-Commerce Zalora Di Bandar Lampung. *Manajemen dan Bisnis Ekonomi, 1(2)*.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia/>
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi.
- Nur, A., Ainun, A., & Astuti, W. (2024). Entreprenur: Pemberdayaan Generasi Muda Melalui Pengembangan Keterampilan Berwirausaha Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(1)*, 93–97.  
<https://doi.org/10.59734/lajpm.v1i2.18>
- Nurrahman, A. (2020). Upaya Pemerintah Dalam Mengatasi Permasalahan Pengangguran Di Indonesia. *Registratie*.
- Paramita, R. W. Daniar., Rahmawati, Rizal, N., Carito, W. D., Hakim, I., & Qori'atunnadyah, M. (2023). *Kewirausahaan: Bisnis Kreatif dan Inovatif (Buku Ajar Mata Kuliah Kewirausahaan)*. Widya Gama Press.
- Placenta Abshar Wijaya, J. S. (2020). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pengangguran dan Urbanisasi Pemuda Di Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol. *Pendidikan Ekonomi*.

- Placenta Abshar Wijaya. (2020). Peran Unit Usaha Komerce Dalam Mengatasi Pengangguran dan Urbanisasi Untuk Membentuk Ketahanan Pribadi Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. *Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Modus*, 27(2).
- Ramdani, D. (2014). Pelaksanaan Program Pemuda Sarjana Penggerak Pembangunan Di Pedesaan (PSP-3) Dalam Meningkatkan Kemandirian Kewirausahaan Pemuda dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Wilayah (Studi Di Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul, D.I Yogyakarta). *Ketahanan Nasional*.
- Rijalus, M. (2023). *Kewirausahaan*. Klik Media.
- Sandu Siyoto, A. S.(2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Simhadi. (2018). Pengantar Teori Kewirausahaan Jilid 1. Yogyakarta: Graha Cendekia.
- Suaib. (2023). *Pembangunan dan Pemberdayaan* (U. Nain, Ed.). CV. Adanu Abimata.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulasih, A. S. (2022). Peran Teknologi Digital Dalam Pembangunan Yang Berpusat Pada Masyarakat: Pendekatan Kebutuhan Dasar Dalam Program Pemasar Kampung. *Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*.
- Sulasih, W. N. (2021). Kajian Teologis Pemberdayaan Masyarakat Komerce. *Perwira Journal Of Community Development*.
- Wiradesa. "Kampung Marketer". <https://www.wiradesa.co/anak-muda-di-balik-kampung-marketer/>. 2 desember 2023.
- Yin, R. K. (2015). *Studi Kasus: Desain & Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yuliantri, R. D. (2021). Menelusuri Wacana Kemandirian Ekonomi Di Indonesia (1920 - 1965). *Pendidikan dan Sejarah*.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1: Surat keterangan melakukan penelitian di Komerce



Nomor : **S-405/KM/2024** Purbalingga, 04 Juni 2024  
Lampiran : -  
Hal : **Surat Balasan Izin Penelitian**

Dengan Hormat,

Menanggapi surat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, nomor: **519/Un.19/WD.I.FEBI/PP/009/3/2024**, tanggal 26 Maret 2024, perihal Permohonan Izin Riset Individual, dengan ini kami sampaikan bahwa nama berikut :

Nama : **Lutfi Setianingrum**  
Nomor Induk Mahasiswa : 2017201158  
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Analisis Unit Usaha Kampung Marketer dalam Meningkatkan Pemberdayaan dan Kemandirian Ekonomi Generasi Muda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga  
Lokasi Penelitian : PT Kampung Marketerindo Berdaya (Komerce)  
Waktu Penelitian : 1 Bulan  
Penanggung Jawab : Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.

Telah kami setuju untuk melaksanakan riset individual dan berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Kami juga berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi PT Kampung Maarketerindo Berdaya dan masyarakat luas.

Demikian surat balasan penelitian ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

PT Kampung Marketerindo Berdaya



Chanif Rizqiyati  
HR and Finance Operations Manager

## Lampiran 2: Transkrip Wawancara

### PEDOMAN WAWANCARA

#### 1) Wawancara dengan *Public Relation Komerce*

1. Bagaimana sejarah perkembangan berdirinya Komerce?
2. Apakah tujuan utama di dirikannya Komerce?
3. Bagaimana struktur organisasi Komerce?
4. Apakah Komerce bermitra dengan lembaga atau badan bisnis lain? jika iya, apa saja?
5. Apa yang menjadi ciri khas dari Komerce?

#### 2) Wawancara dengan *Manager Komtim Komerce*

1. Bagaimana konsep dan model layanan yang diberikan Komerce dalam ranah bisnis digital?
2. Bagaimana pendekatan yang dilakukan Komerce dalam melakukan pemberdayaan ekonomi pada generasi muda?
3. Startegi apa saja yang dilakukan oleh Komerce dalam melakukan pemberdayaan ekonomi?
4. Jika sudah dilakukan pemberdayaan tetapi tidak sesuai dengan ekspetasi, bagaimana langkah yang dilakukan Komerce?

#### 3) Wawancara dengan *Trainer Komerce*

1. Bagaimana alur usaha Komerce dalam meningkatkan pemberdayaan generasi muda?
2. Apa yang menjadi kendala dalam melakukan pemberdayaan?
3. Bagaimana solusi yang diambil dalam mengatasi kendala tersebut?

#### 4) Wawancara dengan *Customer Service Komerce*

1. Apakah dengan adanya usaha Komerce berdampak positif bagi saudara? jika iya, apa alasannya?

2. Dari pendapatan yang saudara terima dengan bekerja di Komerce, apakah sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?
3. Apakah dengan adanya usaha Komerce dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan hidup saudara?
4. Apa yang menjadi kendala selama diberdayakan oleh Komerce?
5. Bagaimana solusi yang diambil dalam mengatasi kendala tersebut?



## HASIL WAWANCARA

### 1. Wawancara dengan *Public Relation* Komerce

Hari, tanggal wawancara : Senin, 20 Mei 2024

Waktu : 14.00-14.37 WIB

Narasumber : Kak Intan

Pertanyaan : Bagaimana sejarah perkembangan berdirinya Komerce?

Jawaban : Komerce di dirikan tahun 2017, awalnya itu bukan Komerce tetapi dikenal dengan Kampung marketer. Jadi pada tahun 2017 dulu kegiatannya yaitu pertama, pelatihan dari pelatihannya itu ada pelatihan *customer service* dan *advertiser* (orang yang memberikan iklan di internet). Setelah pelatihan dari mereka tidak hanya melakukan pelatihan saja nanti akan disalurkan dengan UMKM yang butuh jasa *customer service* atau *advertiser*. Kemudian pada tahun 2021, baru berubah nama menjadi Komerce dan juga pada tahun yang sama kita menambah unit tidak hanya terkait *customer service* dan *advertiser* tetapi kita juga memiliki layanan lain yang berupa teknologi dari komtim, komship kompack, serta juga ada tambahan *live streaming* dan admin *marketplace*. Namun *live streaming* dan admin *marketplace* tidak ada di Purbalingga tetapi ditempatkan pada Yogyakarta. Untuk alasan mengganti nama dari Kampung marketer ke Komerce karena kita ingin berkembang secara gerakan yang berfokus pada pemberdayaan pemuda. Kita juga ingin membantu UMKM dengan “*The Real West*” dengan cara salah satunya teknologi. Oleh karena itu, kita ingin *membranding* agar bisa terlihat lebih modern terkait dengan *e-commerce* dan juga *membranding* agar kita lebih terkenal di masyarakat atau pasar seluruh Indonesia.

Pertanyaan : Apakah tujuan utama didirikannya Komerce?

Jawaban : Kami ingin mendukung atau membantu UMKM. Jadi kita ingin membantu UMKM dari hulu sampai ke hilir darimanapun kita menyediakan sebagai wadah agar mereka merasa terbantu terutama di bidang *e-commerce* atau jualan secara online. Namun tetap tujuan utama dari Komerce yaitu memberdayakan masyarakat terutama di sekitar Komerce. Oleh karena itu layanan kita pada pemuda tidak kita hilangkan karena itu adalah inti atau jiwa kita disitu.

Pertanyaan : Bagaimana struktur organisasi Komerce?

Jawaban : Untuk organisasi struktur tertinggi dipegang oleh Chif kemudian dibawahnya ada CEO dibawahnya ada bagian-bagian lagi nanti diperjelas dibagan struktur organisasi ya mba.

Pertanyaan : Apakah Komerce bermitra dengan lembaga atau badan bisnis lain? jika iya, apa saja?

Jawaban : Jadi dari kita bekerjasama atau bermitra dengan UMKM seluruh Indonesia mba.

Pertanyaan : Apa yang menjadi ciri khas dari Komerce?

Jawaban : Ciri khas dari Komerce kalo dari segi tampilan kita mengadakan pelatihan untuk yang nantinya kita salurkan ke UMKM. Jadi, bedanya dengan yang lain orang akan mendaftar dahulu ke kita setelah itu misal daftarnya menjadi *customer service* dan *advertiser* kemudian mereka nanti akan dilatih oleh trainer-trainer kita. Nah, ketika mereka sudah terlatih itu pun belum tentu mereka langsung mendapatkan *partner*. Komerce akan mencarikan partner yang sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Jadi intinya ciri khas dari Komerce seperti pertama, adanya pelatihan sebelum bekerja dengan pelatihan ini gratis tanpa dipungut biaya. Kedua, sistem kerjanya dikantor-kantor pemberdayaan dengan *partner* di seluruh Indonesia atau yang disebut dengan *Remote Colaboration* atau kolaborasi yang bersifat jarak jauh. Jadi, meskipun pekerjaanya ada disini tetapi mereka bisa menghubungkan dengan *partnernya* yang berlainan daerah. Dikantor pemberdayaan pun ada yang mengawasi. Ketiga, Komerce juga tidak ada sistem kontrak. Misalkan ada yang ingin

mengakhiri masa kerjanya mereka tidak harus benar-benar keluar di akhir bulan tetapi disembarang tanggal juga ga papa jadi kerjasamanya lebih fleksibel.



## HASIL WAWANCARA

### 2. Wawancara dengan *Manager* Komtim Komerce

Hari, tanggal wawancara : Selasa, 21 Mei 2024

Waktu : 09.48-10.36 WIB

Narasumber : Kak Tri Lestari

Pertanyaan : Bagaimana konsep dan model layanan yang diberikan Komerce dalam ranah bisnis digital?

Jawaban : Mungkin kemaren udah sempet disinggung juga bareng Mba Intan ya. Jadi konsepnya pemberdayaan, nanti kalo komtim itu kaya penyedia jasa layanan ya. Jadi namanya UMKM atau pembisnis online itu biasanya semakin usahanya semakin tinggi semakin banyak *lognya* sehingga mereka semakin banyak membutuhkan karyawan untuk *menghandle* bisnisnya itu. Jadinya mereka tanpa susah payah mencari karyawan. Karyawan yang menyediakan layanannya dan membantu *support* bisnis UMKM tersebut. Nah, kalo di digital marketing bisnis online itu kita menyediakan *customer service* kalo bahasa umumnya sering disebut salesnya. Jadi, gimana caranya biar si *customer service* ini mengarahkan *customer* untuk membeli produknya. Kemudian ada *advertiser* atau pengiklan dimana dia mengiklankan jualannya atau produknya yang nantinya akan dihubungkan dengan *customer servis* sesuai nomor yang tertera dipapan iklan yang kemudian nantinya *customer service* dan *advertiser* yang *menghandle* gitu. Terus abis itu ada *admin marketplace*, nah admin *admin marketplace* itu contohnya seperti shoppe, Tokopedia, dan lazada mereka yang mengolah, membantu *partner* kami dan klien kami untuk mengolah tokonya itu. Misalnya kaya membalas chat, estimasi waktu barangnya sampai. Kemudian yang satu lagi itu ada *live streaming*, sekarang kan di digital marketing itu lagi marak-maraknya penjualan yang melalui *live streaming* kita menyediakan *host* layanan *live streamingnya*. Nah, kalo di Purbalingga sendiri hanya ada *customer servis* sama *advertiser* saja.

Oleh karena itu, saya cuma *menghandle* itu saja. Kalo komtim yang di Yogyakarta ada layanan admin *marketplace* dan *live streaming*. Jadi kebutuhan setiap pembisnis atau UMKM itu berbeda-beda ada yang cuma jualan di *marketplace* tetapi ngga perlu mengiklankan produk karena sudah cukup di *marketplace* saja. Ada juga yang jualannya di Facebook tanpa di *marketplace*. Ada juga partner yang hanya butuh pengiklanannya saja kemudian *customer servicenya* mereka *handle* sendiri. Ada juga partner yang sudah ahli dalam *advertising* sehingga mereka sudah menjadi pengiklan dengan semakin banyak mereka mengiklankan sehingga semakin ramai. Otomatis dia butuh pengelolaan untuk bisa *menghandle* chat yang masuk jadi banyak yang menggunakan jasa *customer service* aja gitu. Harga masing-masing produk berbeda dan setiap layanan-layanan itu berbeda juga harganya.

Pertanyaan : Bagaimana pendekatan yang dilakukan Komerce dalam melakukan pemberdayaan ekonomi pada generasi muda?

Jawaban : Sebenarnya karena ini udah lama ya, dulu kan sejarahnya CEO ini kan mengadakan pelatihan gratis, mengedukasi para pemuda disini. Mereka kemudian mendapatkan pekerjaan dibagian *customer service* maupun *advertiser*. Nah, kalo saat ini kita cuma *open recruitmen* saja perusahaan-perusahaan ini sudah pada tertarik untuk bergabung. Nah, kalo seminar itu kita kan adanya diluar biasanya itu untuk pihak eskternal dan biasanya itu malah seminar untuk UMKM disana, kalo disini itu hanya dulu pelatihan secara gratisnya kalo sekarang kita tida pun para pencari kerja sudah pada datang sendiri malah sampai belum *open recruitmen* mereka sudah menanyakan. Kalo pemberdayaannya dulu dilakukan secara berkelompok aja si, kaya kelompok belajar. Tapi kalo dulu itu bukan seperti pemberdayaan mba jadi dulu kita gak butuh *social enterprice*. Dimasa *social enterprice* kita fokusnya untuk menambah skill nah sejarah adanya pemberdayaan karena adanya UMKM itu butuh untuk kaya meng CSin, mengiklankan akhirnya anak-anak atau orang-orang yang mengikuti pelatihan gratis ini diberikan penawaran mau atau tidak untuk

memegang sebuah UMKM. Tapi kalo sekarang pemberdayaanya kita lebih kelayaknya perusahaan pada umumnya aja itu. Kita lebih ada tahap-tahapnya aja seperti dulu orang-orang bawa KTP saja datang selesai sedangkan sekarang itu kita menyediakan link pendaftaran. Tahap interviewnya pun bisa 2 sampai 3 kali. Ada tahap *training*, tahap *pembording*, jadi sekarang karena itu *social enterprice* jadi tidak ada pendekatan-pendekatan seperti dulu lagi kaya berkelompok dan sebagainya gitu.

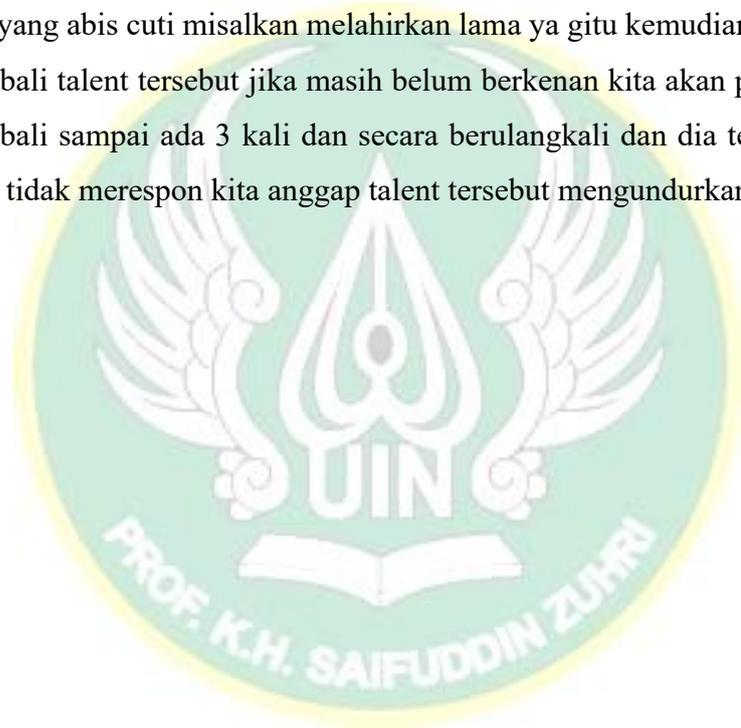
Pertanyaan : Startegi apa saja yang dilakukan oleh Komerce dalam melakukan pemberdayaan ekonomi?

Jawaban : Yang pertama kita kan *open recruitment*, kita sesuaikan lagi dengan kebutuhan yang kita butuhkan sesuai atau tidak. Kalo misal dia gak masuk kriteria ya kita ngga ambil jadi ngga semua orang yang mendaftar disini bisa diterima perlu adanya tahap seleksi gitu. Karena kita sekarang sistemnya bersaing tidak seperti dulu menggunakan babat alas. Melihat kebutuhan diluar itu makin unik juga dan semakin susah makanya kita sesuaikan dengan kriteria yang kita butuhkan. Jadi kalo memang sesuai dengan kriteria ya bakalan kita lanjutin. Contohnya kalo dulu kan sistemnya babat alas jadi kita sampai mengajarkan SDM yang gptek, karena sekarang sudah banyak perusahaan-perusahaan besar atau dengan agensi-agensinya yang mirip dengan kita.

Pertanyaan : Jika sudah dilakukan pemberdayaan tetapi tidak sesuai dengan ekspetasi, bagaimana langkah yang dilakukan Komerce?

Jawaban : Jadi contohnya gini misalnya ada 1 orang ternyata eskpetasi dari *partner* ini kurang sesuai solusinya yang pertama kita ganti *talentnya* kemudian yang kedua kita dilakukan adanya *monitoring* berkelanjutan oleh *talent lead* atau *trainer* dan juga setiap bulan ada namanya *quality assurance* itu untuk mengecek bagaimana kualitas dari kinerja atau cara kerja dari *talent* tersebut sudah sesuai standar atau belum, apakah kerjanya asal-asalan dan juga untuk *merefresh* mereka dan kita juga

setiap bulan ada *sharing season* itu kaya *refreshment* untuk temen-temen *talent* menambah ilmu lagi dan juga *sharing* kendala yang mereka alami di lapangan. Jika untuk pemutusan sepihak itu berada “ditangan *talent* sendiri” kalo memang dari mereka melakukan *fround* atau kesalahan yang fatal atau pelanggaran fatal yang dilakukan bahkan menimbulkan kerugian perusahaan maupun *partner* kita atau misal ada kejadian pemutusan sepihak itu karena dia sudah lama *off* atau sudah tidak pernah lagi mendapatkan *partner* jadi ketika dia *off* dan dia tidak mau melakukan pemberdayaan ulang maka kita akan melakukan pemutusan secara sepihak. Kadangkala ada yang abis cuti misalkan melahirkan lama ya gitu kemudian kita panggil kembali *talent* tersebut jika masih belum berkenan kita akan panggil ulang kembali sampai ada 3 kali dan secara berulang kali dan dia tetap menolak atau tidak merespon kita anggap *talent* tersebut mengundurkan diri.



## HASIL WAWANCARA

### 3. Wawancara dengan *Trainer* Komerce

Hari, tanggal wawancara : Selasa, 21 Mei 2024

Waktu : 09.48-10.36 WIB

Narasumber : Kak Ihtiar Rahayu

Pertanyaan : Bagaimana alur usaha Komerce dalam meningkatkan pemberdayaan generasi muda?

Jawaban : Kalo alur itu rekrutmen dulu kan kemudian mereka mengisi link pendaftaranya kemudian *screening* data untuk penyesuaian sama kriterianya apakah mereka sesuai atau tidak setelah itu baru ada tahap interviewnya selama 2 kali. Setelah itu baru ada pelatihan. Untuk CS sendiri pelatihanya ada 5 hari kalo *advertiser* itu ada 1 bulan ya kurang lebihnya ada sekitar 4 mingguan lah. Nah setelah adanya pelatihan baru adanya *pemboardingan*. Dimana *pemboardingan* ini untuk menggambarkan budaya diperusahaan itu seperti apa baru setelah itu jika memang ada *partner* atau para UMKM yang sedang membutuhkan jasa mereka baru nantinya kita *memploting* para *talent* ke UMKM nya. Jadi ngga kaya dulu yang *social enterprice* langsung jadi kalo sekarang membutuhkan proses untuk sekarang tahapnya itu lebih selektif lagi. Untuk pelatihanya sendiri dari CS seperti contohnya pengenalan *jobdesk*, *basic skill* yang harus mereka punya dan dipelatihan pun juga ada praktek dan tugasnya sehingga bisa terbangun *skill* yang baru itu. Jadi, sebelum melakukan *training* mereka yang belum bisa menangani suatu masalah itu setelah melakukan *training* bisa menangani permasalahan tersebut. Sedangkan untuk *advertiser* pun nanti akan tahu *start* iklan seperti apa, harus membuat apa, memulai dari apa, karena *ditraining* kita ini bukan hanya *by* materi saja tetapi ada prakteknya sekalian gitu.

Pertanyaan : Apa yang menjadi kendala dalam melakukan pemberdayaan?

Jawaban : Paling untuk kendala saat ini adalah kita lebih banyak lihat dari eksternalnya si. Contohnya kondisi jualan online itu sudah menurun yang mengakibatkan atau disebabkan oleh kondisi pasar yang saat ini, otomatis *user* atau partner yang masuk itu angkanya menurun bahkan ada yang off yang menyebabkan mau tidak mau kita tidak mendapatkan pekerjaan atau kita tidak diberdayakan. Contohnya pada saat Covid-19 justru malah pasar atau jualan online meningkatkan karena disebabkan dari peralihan offline ke online yang mengakibatkan kebutuhan orang pun menjadi meningkat. Karena orang melakukan belanjanya kebanyakan lewat online. Menurunnya malah justru saat ini terutama dari segi pasarnya atau UMKM yang ingin bergabung ditambah lagi kebijakan dari *meta* dan juga saat ini kompetitor bertambah semakin banyak lagi kan. Jadi membuat persaingan itupun menjadi lebih ketat yang menjadikan penghambatan dari pemberdayaan. Karena juga dari UMKM akan mencari untung untuk mereka sendiri juga.

Pertanyaan : Bagaimana solusi yang diambil dalam mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : Kita lebih memperbaiki layanan-layanan. Misalkan, yang dahulu hanya ada CS sama Advertiser sekarang udah ada Marketplace dan Live Streaming bahkan admin sosmed pun sudah ada. Jadi kita lebih menyediakan apa yang menjadi kebutuhan utama dari para pelaku UMKM. Bahkan sekarang ada di *sheeping* ada agregator dan sebagainya. Yang agregator-agregator *sheeping* menyediakan agregatornya jadi emang benar-benar bersaing ya kita meningkatkan pelayanan yang kita punya. Dari segi kualitas atau ketersediaan yang mereka butuhkan ya kita sediakan untuk ada. Kaya sekarang kan di Komerce kan bukan hanya ada komtim tetapi bisa meliputi pasar saat ini juga.

## HASIL WAWANCARA

### 4. Wawancara dengan *Customer Service* Komerce

Hari, tanggal wawancara : Selasa, 21 Mei 2024

Waktu : 10.45-11.33 WIB

Narasumber : Kak Isna

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce berdampak positif bagi saudara? jika iya, apa alasannya?

Jawaban : Iya banyak mba, contohnya merubah penghasilan dan membantu perekonomian keluarga. Dahulu saya bekerja sebagai pembuat wig dengan gaji yang belum bisa memenuhi perekonomian keluarga kalo untuk sekarang alhamdulillah sudah lumayan. Kerja di Komerce jam kerjanya lebih fleksibel dan gajinya lebih tinggi mba.

Pertanyaan : Dari pendapatan yang saudara terima dengan bekerja di Komerce, apakah sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?

Jawaban : Iya *alhamdulillah* sudah cukup.

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan hidup saudara?

Jawaban : Iya naik mba, contohnya udah bisa membeli kendaraan pribadi sendiri dan bisa menabung.

Pertanyaan : Apa yang menjadi kendala selama diberdayakan oleh Komerce?

Jawaban : Tidak ada kendala yang serius mba, paling terkadang sinyalnya agak susah.

Pertanyaan : Bagaimana solusi yang diambil dalam mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : Jadi kita memakai data sendiri nanti diganti oleh *partner*.

## HASIL WAWANCARA

### 5. Wawancara dengan *Customer Service* Komerce

Hari, tanggal wawancara : Selasa, 21 Mei 2024

Waktu : 10.45-11.33 WIB

Narasumber : Kak Arista

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce berdampak positif bagi saudara? jika iya, apa alasannya?

Jawaban : Dampak positif yang dirasakan banyak, pertama dari segi penghasilan dan mendapatkan ilmu baru. Dahulu saya bekerja di koperasi yang ada di Purbalingga tetapi memutuskan untuk *resign* dan bekerja di Komerce karena jaraknya lebih dekat dari rumah, jam kerjanya lebih fleksibel jika dikoperasi itu bisa sampai malam.

Pertanyaan : Dari pendapatan yang saudara terima dengan bekerja di Komerce, apakah sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?

Jawaban : *alhamdulillah*, sudah mencukupi untuk kebutuhan sehari-hari.

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan hidup saudara?

Jawaban : Ooh iya itu pasti mba, itu buktinya sudah bisa membeli motor sendiri.

Pertanyaan : Apa yang menjadi kendala selama diberdayakan oleh Komerce?

Jawaban : Tidak ada kendala mba, paling dulu kalo lagi *non job* tidak ada *partner* dan itu jadinya saya dirumah aja.

Pertanyaan : Bagaimana solusi yang diambil dalam mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : Ya mencari kesibukan aja dirumah mba.

## HASIL WAWANCARA

### 6. Wawancara dengan *Customer Service* Komerce

Hari, tanggal wawancara : Selasa, 21 Mei 2024

Waktu : 10.45-11.33 WIB

Narasumber : Kak Inung

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce berdampak positif bagi saudara? jika iya, apa alasannya?

Jawaban : Iya ada dampak positifnya mba, memiliki pengalaman, penghasilan sendiri terus juga dulu pas awal masuk belum terlalu banyak saingannya dibanding sekarang dan juga lebih dekat dari rumah.

Pertanyaan : Dari pendapatan yang saudara terima dengan bekerja di Komerce, apakah sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?

Jawaban : Sudah mencukupi mba, karena hanya untuk diri sendiri dan sedikit membantu orangtua.

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan hidup saudara?

Jawaban : Saya merasa naik karena memiliki penghasilan sendiri.

Pertanyaan : Apa yang menjadi kendala selama diberdayakan oleh Komerce?

Jawaban : Arah jalan ke tempat kerja rusak dan pernah *non job* sampai 1 bulan.

Pertanyaan : Bagaimana solusi yang diambil dalam mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : Tetep dilalui dan mencari kesibukan dirumah sembari membantu orangtua.

## HASIL WAWANCARA

### 7. Wawancara dengan *Customer Service* Komerce

Hari, tanggal wawancara : Selasa, 21 Mei 2024

Waktu : 10.45-11.33 WIB

Narasumber : Kak Vivi

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce berdampak positif bagi saudara? jika iya, apa alasannya?

Jawaban : Iya ada dampak positifnya mba, bisa membantu perekonomian keluarga tanpa merantau jauh, pekerjaannya fleksibel dan dekat dari rumah mba udah si paling gitu.

Memenuhi kebutuhan sehari-hari

Pertanyaan : Dari pendapatan yang saudara terima dengan bekerja di Komerce, apakah sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?

Jawaban : *Alhamdulillah*, sudah mencukupi, sudah bisa menabung.

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan hidup saudara?

Jawaban : Iya sudah meningkat mba

Pertanyaan : Apa yang menjadi kendala selama diberdayakan oleh Komerce?

Jawaban : Paling kalo lagi ada komplain dari konsumen, misal ada barang yang belum sampai. Jadi jam kerjanya juga bisa dirasakan sampai 24 jam karena harus selalu mengaktifkan *handphone* untuk memantau.

Pertanyaan : Bagaimana solusi yang diambil dalam mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : iya itu mba paling mentalnya dikuat-kuatin dan disabar-sabarin juga.

## HASIL WAWANCARA

### 8. Wawancara dengan *Customer Service* Komerce

Hari, tanggal wawancara : Selasa, 21 Mei 2024

Waktu : 10.45-11.33 WIB

Narasumber : Kak Anisa

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce berdampak positif bagi saudara? jika iya, apa alasannya?

Jawaban : iya ada dampak positifnya mba, bisa menunjang perekonomian.

Pertanyaan : Dari pendapatan yang saudara terima dengan bekerja di Komerce, apakah sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?

Jawaban : Iya sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan hidup saudara?

Jawaban : iya sudah sejahtera mba.

Pertanyaan : Apa yang menjadi kendala selama diberdayakan oleh Komerce?

Jawaban : Belum merasa ada kendala karena masih baru bekerja di Komerce mba.

## HASIL WAWANCARA

### 9. Wawancara dengan *Customer Service* Komerce

Hari, tanggal wawancara : Selasa, 21 Mei 2024

Waktu : 10.45-11.33 WIB

Narasumber : Kak Atin

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce berdampak positif bagi saudara? jika iya, apa alasannya?

Jawaban : Banyak dampak positif yang saya rasakan seperti kaya yang lainnya si mba seperti membantu perekonomian keluarga.

Pertanyaan : Dari pendapatan yang saudara terima dengan bekerja di Komerce, apakah sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?

Jawaban : *Alhamdulillah*, sudah membantu mencukupi kebutuhan sehari-hari.

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan hidup saudara?

Jawaban : Menurut saya, dengan sudah bisa membantu orangtua berarti tingkat kesejahteraanya sudah naik

Pertanyaan : Apa yang menjadi kendala selama diberdayakan oleh Komerce?

Jawaban : Sejauh ini belum ada, palingan dari *partner* seperti *cutomer* pada komplek.

Pertanyaan : Bagaimana solusi yang diambil dalam mengatasi kendala tersebut?

Solusi : Kalo ada komplek ditanggepin sebisanya jangan sampai diabaikan.

## HASIL WAWANCARA

### 10. Wawancara dengan *Customer Service* Komerce

Hari, tanggal wawancara : Selasa, 21 Mei 2024

Waktu : 10.45-11.33 WIB

Narasumber : Kak Camelia

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce berdampak positif bagi saudara? jika iya, apa alasannya?

Jawaban : Iya ada dampak positifnya lebih bisa membantu perekonomian keluarga, bisa memenuhi kebutuhan diri sendiri dan sudah bisa membeli kendaraan pribadi.

Pertanyaan : Dari pendapatan yang saudara terima dengan bekerja di Komerce, apakah sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?

Jawaban : Iya *alhamdulillah* sudah mencukupi.

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan hidup saudara?

Jawaban : Iya *alhamdulillah* sudah merasa naik dan gajinya juga lebih banyak dari sebelumnya serta juga jaraknya lebih dekat ketempat kerja.

Pertanyaan : Apa yang menjadi kendala selama diberdayakan oleh Komerce?

Jawaban : Seperti yang lainnya mba paling komplain, kadang komplainannya barangnya belum sampai-sampai, kadang cacat barang.

Pertanyaan : Bagaimana solusi yang diambil dalam mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : Menanggapi komplain tersebut seperti mengecek resi, bisa direturn yang penting ada video *unboxing*. Kalo misal barang return dan itu rusak dari perusahaan biaya barangnya ditanggung

perusahaan tetapi kalo biaya gratis ongkos kirim belum bertanggung oleh perusahaan.



## HASIL WAWANCARA

### 11. Wawancara dengan *Customer Service* Komerce

Hari, tanggal wawancara : Selasa, 21 Mei 2024

Waktu : 10.45-11.33 WIB

Narasumber : Kak Lia

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce berdampak positif bagi saudara? jika iya, apa alasannya?

Jawaban : banyak si dampak positifnya seperti membuka lapangan pekerja di desa, membantu perekonomian keluarga juga, menambah pengetahuan dan ketrampilan, mengisi waktu luang dengan kesibukan, melatih kesabaran dengan orang-orang random, menambah hiburan.

Pertanyaan : Dari pendapatan yang saudara terima dengan bekerja di Komerce, apakah sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari?

Jawaban : Iya sudah mencukupi mba.

Pertanyaan : Apakah dengan adanya usaha Komerce dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan hidup saudara?

Jawaban : Iya sudah naik, karena dekat dengan rumah jadi bisa dekat dengan orangtua.

Pertanyaan : Apa yang menjadi kendala selama diberdayakan oleh Komerce?

Jawaban : Terkait komplain produk, kalo dari Komerce sendiri belum ada kendala.

Pertanyaan : Bagaimana solusi yang diambil dalam mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : Sama aja, kita tanyain video unboxing nya terus jika memang ada kesalahan dari kita, kita memberikan solusi misal kita *merefund* dengan mengganti produk yang lebih baik atau kalo ngga

misal barangnya kurang kita kirim lagi barangnya yang penting ada video *unboxingnya*.



**Lampiran 3: Dokumentasi Penelitian**



Wawancara dengan *Public Relation Komerce*



Wawancara dengan *Manager Komtim dan Trainer Komerce*



Wawancara dengan *Customer Service* Komerce



Wawancara dengan *Customer Service* Komerce



Kegiatan yang ada di Komerce



Pemberdayaan ekonomi pada generasi muda melalui Komerce dalam *learning process* (proses pembelajaran)

**Lampiran 4: Surat Kesiediaan Pembimbing**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT PERNYATAAN  
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI**

Berdasarkan surat penunjukan oleh Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri No. 4423/Un.19/FEBI.J.E.S/PP.009/10/2023 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi atas nama:

Nama : Lutfi Setianingrum  
NIM : 2017201158  
Judul Skripsi : Pengaruh Unit Usaha Kampung Marketer Sebagai Upaya Mengatasi Pengangguran dan Urbanisasi Terhadap Kemandirian Ekonomi Generasi Muda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga.

Saya menyatakan bersedia / tidak bersedia \*) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 6 Oktober 2023

Naerul Edwin Kiky Aprianto, M.E.

Catatan: \*Coret yang tidak perlu

**Lampiran 5: Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**

Nomor: 793/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/5/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Lutfi Setianingrum

NIM : 2017201158

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 2 Mei 2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **76 / B+**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 3 Mei 2024  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



H. Sochim, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

## Lampiran 6: Surat Keterangan Lulus Ujian Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### **SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 664/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/1/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Lutfi Setianingrum  
NIM : 2017201158  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Pembimbing Skripsi : Naerul Edwin Kiky Aprianto, M.E.  
Judul : Analisis Unit Usaha Kampung Marketer Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Dan Kemandirian Ekonomi Generasi Muda Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga

Pada tanggal 6 Maret 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 30 April 2024  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah

H. Sochimim, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

## Lampiran 7: Sertifikat Ujian Bahasa Arab

 **MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**  
**STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**  
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsoau.ac.id | www.bahasa.uinsoau.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية جمهورية إندونيسيا  
جامعة الأستاذ كيهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبكرو  
الوحدة لتنمية اللغة

**CERTIFICATE**  
الشهادة  
No B-2953/U.n.19/K.Bhs/PP.009/ 3/2024

This is to certify that  
Name : **Lutfi Setlaningrum**  
Place and Date of Birth : **Purbalingga, 29 Agustus 2001**  
Has taken  
with Computer Based Test,  
organized by Language Development Unit on : **18 Maret 2024**  
with obtained result as follows :

منحت إلى  
الاسم  
محل وتاريخ الميلاد  
وقد شارك/ت الاختبار  
على أساس الكمبيوتر  
التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ  
مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي:

**Listening Comprehension: 53**    **Structure and Written Expression: 57**    **Reading Comprehension: 61**  
فهم المسوع    فهم العبارات والتراكيب    فهم المقروء

**Obtained Score : 570**    المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.    تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كيهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبكرو.

  **Purwokerto, 18 Maret 2024**  
**The Head of Language Development Unit,**  
رئيسة الوحدة لتنمية اللغة  
**Mulihah, S.S., M.Pd.**  
NIP.19720923 200003 2 001

EPTUS  
English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI    IQLA  
Instituto al-Quran '23 al-Lughah al-'Arabiyyah

## Lampiran 8: Sertifikat Ujian Bahasa Inggris

 **MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**  
**STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**  
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsoau.ac.id | www.bahasa.uinsoau.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية جمهورية إندونيسيا  
جامعة الأستاذ كيهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبكرو  
الوحدة لتنمية اللغة

**CERTIFICATE**  
الشهادة  
No B-2952/U.n.19/K.Bhs/PP.009/ 3/2024

This is to certify that  
Name : **Lutfi Setlaningrum**  
Place and Date of Birth : **Purbalingga, 29 Agustus 2001**  
Has taken  
with Computer Based Test,  
organized by Language Development Unit on : **18 Maret 2024**  
with obtained result as follows :

منحت إلى  
الاسم  
محل وتاريخ الميلاد  
وقد شارك/ت الاختبار  
على أساس الكمبيوتر  
التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ  
مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي:

**Listening Comprehension: 49**    **Structure and Written Expression: 58**    **Reading Comprehension: 55**  
فهم المسوع    فهم العبارات والتراكيب    فهم المقروء

**Obtained Score : 540**    المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.    تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كيهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبكرو.

  **Purwokerto, 18 Maret 2024**  
**The Head of Language Development Unit,**  
رئيسة الوحدة لتنمية اللغة  
**Mulihah, S.S., M.Pd.**  
NIP.19720923 200003 2 001

EPTUS  
English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI    IQLA  
Instituto al-Quran '23 al-Lughah al-'Arabiyyah

Lampiran 9: Sertifikat BTA PPI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | [www.iaipurwokerto.ac.id](http://www.iaipurwokerto.ac.id)

## SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/19225/27/2021

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

**NAMA** : LUTFI SETIANINGRUM  
**NIM** : 2017201158

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	98
# Tartil	:	85
# Imla`	:	81
# Praktek	:	90
# Nilai Tahfidz	:	88



Purwokerto, 27 Jul 2021



ValidationCode

Lampiran 10: Sertifikat KKN



The certificate is framed with a green border and features decorative green and yellow wave patterns at the top-left and bottom-right corners. At the top right, there are three logos: the UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri logo, the LPPM logo with the tagline 'Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat', and the KAMPUS logo.

# Sertifikat

Nomor Sertifikat : 1017/K.LPPM/KKN.52/09/2023

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **LUTFI SETIANINGRUM**  
NIM : **2017201158**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-52 Tahun 2024,  
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **100 (A)**.



Certificate Validation

**Lampiran 11: Sertifikat PPL**



# SERTIFIKAT

Nomor: B-475/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/3/2024

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

**NAMA : LUTFI SETIANINGRUM**

**NIM : 2017201158**

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2024 mulai bulan Januari 2024 sampai dengan Februari 2024 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A**

Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqasyah/Skripsi.

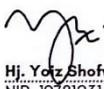
Purwokerto, 25 Maret 2024

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.,**  
NIP. 19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Hj. Yaz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.**  
NIP. 19781231 200601 1 027



**Lampiran 12: Daftar Riwayat Hidup**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Lutfi Setianingrum
2. NIM : 2017201158
3. Tempat/Tgl. Lahir : Purbalingga, 29 Agustus 2001
4. Alamat Rumah : Kasih, RT 004/ RW 002, Kecamatan  
Kertanegara, Kabupaten Purbalingga, 53358
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Darmanto  
Nama Ibu : Turmini

**B. Riwayat Pendidikan**

1. Pendidikan Formal
  - a. TK : TK Pertiwi 2 Kasih
  - b. SD/MI : SD Negeri 2 Kasih
  - c. SMP/MTs : SMP Negeri 1 Karanganyar
  - d. SMA/SMK/MA : SMA Negeri 1 Bobotsari
  - e. S1 : Universitas Islam Negeri Prof. K.H.  
Saifuddin Zuhri Purwokerto (2020-2024)
2. Pendidikan Non-Formal : PPM El-Fira 2 Purwokerto

**C. Pengalaman Organisasi**

1. Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto (2023-2024)
2. KSEI FEBI UIN SAIZU Purwokerto (2023-2024)

Purwokerto, 2 Juli 2024



Lutfi Setianingrum