

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI
KAMPUNG MARKETER
(STUDI KASUS DESA TAMANSARI KECAMATAN
KARANGMONCOL KABUPATEN PURBALINGGA)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Fianingsih

NIM. 1617201015

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2020

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI
KAMPUNG MARKETER
(STUDI KASUS DESA TAMANSARI KECAMATAN
KARANGMONCOL KABUPATEN PURBALINGGA)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Fianingsih

NIM. 1617201015

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2020

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI KAMPUNG MARKETER
(STUDI KASUS DESA TAMANSARI KECAMATAN KARANGMONCOL
KABUPATEN PURBALINGGA)**

Fianingsih

1617201015

E-mail: fianingsih91@gmail.com

ABSTRAK

Pemberdayaan masyarakat merupakan pemberian *power* kepada yang *powerless*, karena dengan memiliki *power* mereka yang terhimpit dalam ketidakberdayaan akan dapat melaksanakan proses aktualisasi-eksistensi dirinya. Secara struktur, manusia memang perlu diberi kesempatan untuk mengaktualisasikan eksistensinya (*self-actulization*), karena aktualisasi diri merupakan kebutuhan dasar manusia. Kondisi ketidakberdayaan masyarakat dapat disebabkan berbagai faktor. Yaitu diantaranya Faktor Ekonomi dan Faktor Sosial Budaya, Dimana Faktor Ekonomi meliputi: kurangnya modal dan rendahnya teknologi. Sedangkan Faktor Sosial Budaya, yang meliputi: Rendahnya Keahlian & Pendidikan, Terbatasnya kesempatan kerja. Maka, Pemberdayaan masyarakat perlu dilakukan untuk mengatasi permasalahan ketidakberdayaan masyarakat tersebut. Dalam hal ini pemberdayaan tersebut dapat dilakukan melalui sebuah organisasi yaitu Kampung Marketer. Dimana Kampung Marketer sudah banyak memberdayakan warga desa. Penelitian ini untuk menjawab pertanyaan bagaimana pemberdayaan masyarakat melalui Kampung Marketer.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif, yang terdiri dari tiga alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui Kampung Marketer meliputi input, learning process, output, outcome, dan wirausaha muda mandiri. Dimana warga desa yang masuk ke Kampung Marketer mengikuti proses pembelajaran sebagai *customer service*, *social media admin*, dan *content writer* yang dilakukan selama 1 minggu dan *advertiser* dilakukan selama 1 bulan. Program pemberdayaan yang berkolaborasi dengan pembisnis online memasarkan produk, dengan mempraktikan keterampilan apa yang sudah diajarkan. Hari kerja para sumber daya manusia Kampung Marketer yaitu hari Senin sampai Sabtu, dimulai pada jam 8 pagi sampai 4 sore. Dan Pemberdayaan menekan masyarakat desa (individu/kelompok) memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya.

Kata kunci : Pemberdayaan masyarakat, Kampung Marketer.

**COMMUNITY EMPOWERMENT BY MEANS OF KAMPUNG
MARKETER (TAMANSARI VILLAGE DISTRICT KARANGMONCOL
PURBALINGGA REGENCY)**

**Fianingsih
1617201015**

E-mail: fianingsih91@gmail.com

Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business
Purwokerto State Islamic Institute

ABSTRACT

Community empowerment is the giving of power to the powerless, because by having the power those who are squeezed into helplessness will be able to carry out the process of actualizing their existence. Structurally, humans really need to be given the opportunity to actualize their existence (self-actualization), because self-actualization is a basic human need. The condition of community powerlessness can be caused by various factors. Namely, including economic factors and socio-cultural factors, where economic factors include: lack of capital and low technology. Meanwhile, Socio-Cultural Factors, which include: Low Skills & Education, Limited job opportunities. So, community empowerment needs to be done to overcome the problem of disability in the community. In this case, this empowerment can be done through an organization, namely Kampung Marketer. Where Kampung Marketer has empowered many villagers. This research is to answer the question of how to empower the community through Kampung Marketer.

This type of research is field research (field research) using a qualitative descriptive approach. The data collection methods use interviews, observation, and documentation. While the data analysis technique in this study used a qualitative descriptive technique, which consisted of three activity lines, namely data reduction, data presentation and verification or drawing conclusions.

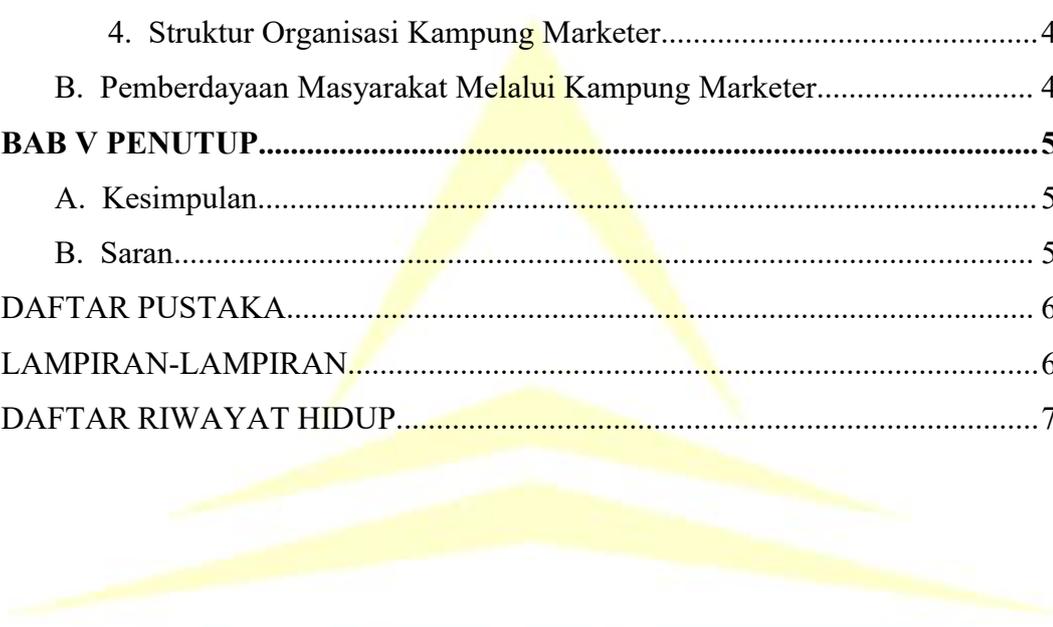
The results of this study indicate that community empowerment through Kampung Marketer includes input, learning process, output, outcome, and independent young entrepreneurs. Where villagers who enter Kampung Marketer follow the learning process as a customer service, social media admin, and content writer which is conducted for 1 week and advertiser is carried out for 1 month. Empowerment programs that collaborate with online businessmen to market products, by practicing what skills have been taught. The working days for the human resources of Kampung Marketer are Monday to Saturday, starting at 8 am to 4 pm. And empowerment presses village communities (individuals / groups) to acquire sufficient skills, knowledge, and power to influence their lives and the lives of others who concern them.

Key words : Community empowerment, Kampung Marketer

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	7
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Kajian Pustaka.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat.....	14
B. Indikator Pemberdayaan Masyarakat.....	17
C. Konsep Pemberdayaan Masyarakat.....	18
D. Model Pemberdayaan Masyarakat.....	23
E. Proses Pemberdayaan Masyarakat.....	26
F. Tujuan dan Sasaran Pemberdayaan Masyarakat.....	27
G. Strategi Pemberdayaan Masyarakat.....	28
H. Landasan Teologis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35

C. Sumber Data.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Teknik Analisis Data.....	37
F. Uji Keabsahan Data.....	38
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	40
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	40
1. Sejarah Berdirinya Kampung Marketer.....	40
2. Letak Kampung Marketer.....	41
3. Visi, Misi, dan Tujuan Kampung Marketer.....	42
4. Struktur Organisasi Kampung Marketer.....	43
B. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kampung Marketer.....	44
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	77



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel. I	Data Jumlah Masyarakat Yang Terbedaya Oleh Kampung Marketer
Tabel II	Kajian Pustaka



DAFTAR GAMBAR

Gambar I Struktur Organisasi Kampung Marketer



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masuknya industri ataupun perusahaan/organisasi tentunya sangat berpengaruh pada perkembangan wilayah itu sendiri, mulai dari segi pembangunan, perekonomian, pendidikan bahkan kebudayaan. Keberadaan suatu perusahaan/organisasi menjadi salah satu bentuk dalam pembangunan ekonomi. Pembangunan merupakan suatu proses perubahan yang direncanakan sebagai salah satu upaya manusia dalam meningkatkan kualitas hidupnya. Pembangunan secara nasional yang berkaitan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Dan pembangunan yang perlu diperhatikan adalah pembangunan yang berpusat pada rakyat. Baik dengan menggunakan bantuan teknologi maupun tanpa bantuan teknologi.

Menurut Widjajanti (2011), Tanggungjawab utama dalam program pembangunan adalah masyarakat berdaya atau memiliki daya, kekuatan atau kemampuan. Kekuatan yang dimaksud dapat dilihat dari aspek fisik dan material, ekonomi, kelembagaan, kerjasama, kekuatan intelektual dan komitmen bersama dalam menerapkan prinsip-prinsip pemberdayaan. Kemampuan berdaya mempunyai arti yang sama dengan kemandirian masyarakat. Terkait dengan program pembangunan, bahwa tujuan yang ingin dicapai adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berpikir, bertindak, dan mengendalikan apa yang mereka lakukan.

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, 2016:60)

Secara konseptual pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*), berasal dari kata “*power*” (kekuasaan atau keberdayaan). Pemberdayaan adalah proses dengan mana orang memberi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagai pengontrolan atas dan mengetahui terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Pemberdayaan masyarakat menekankan bahwa masyarakat (individu, kelompok) memperoleh keterampilan, pengetahuan dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupan dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya (Edi Suharto, 2005:57)

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat golongan masyarakat yang sedang kondisi miskin, sehingga mereka dapat melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun kemampuan masyarakat, dengan mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki dan berupaya untuk mengembangkan potensi itu menjadi tindakan nyata. (Zubaedi: 2013, 24)

Secara sosiologis pemberdayaan masyarakat merupakan pemberian *power* kepada kepada yang *powerless*, karena dengan memiliki *power* mereka yang terhimpit dalam ketidakberdayaan akan dapat melaksanakan proses aktualisasi-eksistensi dirinya. Secara struktur, manusia memang perlu diberi kesempatan untuk mengaktualisasikan eksistensinya (*self-actulization*), karena aktualisasi diri merupakan kebutuhan dasar manusia. Kondisi ketidakberdayaan masyarakat dapat disebabkan berbagai faktor. Yaitu diantaranya faktor ekonomi dan faktor sosial budaya. Dimana faktor ekonomi meliputi: kurangnya modal dan rendahnya teknologi. Sedangkan faktor sosial budaya, yang meliputi: rendahnya keahlian & pendidikan, terbatasnya kesempatan kerja. (Mulyawan, 2016: 55).

Dari adanya beberapa faktor-faktor yang menyebabkan ketidakberdayaan masyarakat seperti kurangnya modal, rendahnya teknologi, rendahnya

keahlian serta pendidikan dan terbatasnya kesempatan kerja. Maka, ini menjadi alasan dilakukannya suatu pemberdayaan masyarakat. Keberdayaan masyarakat dapat diwujudkan melalui partisipasi aktif masyarakat yang difasilitasi dengan adanya pelaku pemberdayaan. Sasaran utama pemberdayaan masyarakat adalah mereka yang lemah dan tidak memiliki daya, kekuatan atau kemampuan mengakses sumberdaya produktif atau masyarakat yang terpinggirkan dalam pembangunan. Tujuan akhir dari proses pemberdayaan masyarakat adalah untuk memandirikan warga masyarakat agar dapat meningkatkan taraf hidup keluarga dan mengoptimalkan sumberdaya yang dimilikinya.

Pemberdayaan masyarakat sesungguhnya upaya merubah pola perilaku masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian. Pemberdayaan masyarakat sangat penting dilakukan mengingat pertumbuhan ekonomi dan teknologi yang demikian pesatnya belakangan ini akan sangat mempengaruhi kemampuan tiap individu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Di era globalisasi ini semakin berkembangnya pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri, penjualan maupun jasa. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Salah satu contohnya adalah internet.

Peran internet seakan merubah semua kehidupan manusia, perkembangan internet yang begitu pesat mengakibatkan semua manusia bergantung pada kekuatan internet, sampai saat ini perkembangan internet semakin menyebar hampir di seluruh pelosok wilayah Indonesia. Internet tidak hanya di gunakan sebagai media informasi maupun komunikasi saja tetapi juga dimanfaatkan sebagai media pemasaran produk maupun jasa. Proses pemasaran produk atau jasa tersebut di lakukan secara online, atau yang sering di sebut *marketing online/digital marketing*.

Di zaman modern sekarang ini banyak perusahaan yang melakukan usaha di bidang *digital marketing*. Adanya perusahaan atau organisasi dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi

masyarakat seperti memberikan kesempatan kerja serta menyediakan barang/jasa yang dibutuhkan masyarakat. Perusahaan/organisasi yang melakukan usahanya melalui teknologi *digital marketing* tidak hanya dilakukan di kota-kota besar saja tetapi juga bisa dilakukan di desa.

Siapa pun ketika berbicara desa yang ada di pikiran mereka adalah suatu wilayah yang memiliki ciri-ciri terbelakang dan terisolisir. Secara geografis, letak desa memang berada pada jarak yang umumnya cukup jauh dari perkotaan, terpencil dan sebagainya. Dengan jarak yang jauh dari perkotaan, dapat dipastikan bahwa penduduk desa memiliki informasi, kesehatan dan sejenisnya yang minim.

Menurut Nurcholis & Kartono, (2016) yang menyatakan bahwa teori pembangunan dalam ilmu sosial dapat dibagi di dalam dua paradigma besar yaitu modernisasi dan ketergantungan. 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.

Dalam melihat realitas keterbelakangan di pedesaan, hal yang umum digunakan adalah membandingkan tingkat pendidikan dan ekonomi masyarakat pedesaan dengan perkotaan. Dimana masyarakat yang tinggal dikota diidentikkan dengan perilaku orang kota yang maju dan modern. Sedangkan masyarakat pedesaan diidentikkan dengan perilaku dan sikap yang dianggap kolot dan tradisional. Dengan keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh masyarakat desa terhadap akses sumber dasar yang ada, wajar jika kemudian desa selalu dianggap marginal dan terbelakang/tertinggal.

Namun tidak menutup kemungkinan suatu pedesaan tidak dapat berkembang dan maju. Dengan melakukan program pembangunan untuk terciptanya kemandirian masyarakat desa yaitu melalui pemberdayaan masyarakat sebuah desa dapat berkembang. Seperti halnya di desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga melalui sebuah organisasi yang memberdayakan masyarakat desa yaitu Kampung Marketer.

Di mana Kampung Marketer merupakan organisasi yang bergerak dalam pelatihan dan pendidikan di bidang IT untuk memberdayakan masyarakat desa yang bertempat di daerah pegunungan wilayah Karangmoncol, Purbalingga. Organisasi juga merupakan sebuah wadah atau tempat berkumpulnya sekelompok orang untuk kerjasama secara rasional dan sistematis, terkendali, dan dipimpin untuk mencapai suatu tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Berawal dari adanya pembisnis online yang membutuhkan *customer service* serta adanya permasalahan di desa seperti: pengangguran, banyaknya pemuda desa yang merantau, sedikitnya pengusaha muda di desa, dan kurangnya kompetensi/*skill* warga desa maka menjadi alasan berdirinya Kampung Marketer.

Pemberdayaan masyarakat melalui teknologi *digital marketing*, di mana masyarakat diberdayakan untuk membantu memasarkan produk para pembisnis online diseluruh Indonesia. Kampung Marketer ini mulai berdiri tahun 2017. Keberadaan Kampung Marketer pemberdaya masyarakat di tengah-tengah masyarakat desa merupakan wujud dan partisipasi dalam peningkatan dan pengembangan pembangunan masyarakat. Perusahaan dan masyarakat yang bermukim di sekitarnya merupakan dua komponen yang saling mempengaruhi. Secara general organisasi ini memberikan dampak kepada masyarakat desa sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan ekonomi mereka. Berikut adalah data jumlah pemberdayaan warga desa oleh organisasi tersebut:

Tabel. 1
Data Jumlah Pemberdayaan Masyarakat Oleh Kampung
Marketer

NO	Tahun	Bulan	Jumlah Masyarakat yang terbedaya
1	2017	November	20 SDM
		Desember	40 SDM
2	2018	Januari	60 SDM
		Februari	100 SDM
		Maret	209 SDM
		April	260 SDM
		Mei	281 SDM
		Juni	290 SDM
		Juli	314 SDM
		Agustus	342 SDM
		September	377 SDM
		Oktober	396 SDM
		November	446 SDM
		Desember	481 SDM
3	2019	Januari	511 SDM
		Februari	546 SDM
		Maret	576 SDM
		April	607 SDM
		Mei	638 SDM
		Juni	669 SDM
		Juli	694 SDM
		Agustus	694 SDM
		September	739 SDM
		Oktober	767 SDM
		November	796 SDM
		Desember	819 SDM
	2020	Januari	833 SDM
		Februari	846 SDM
		Maret	752 SDM
		April	752 SDM
		Mei	752 SDM
		Juni	752 SDM
		Juli	752 SDM
		Agustus	752 SDM

Sumber data wawancara pada Agustus 2020 dan websit Kampung Marketer

Jumlah pembisnis yang berkolaborasi dengan Kampung Marketer adalah 241. Kampung Marketer saat ini sudah memiliki 18 cabang kantor yang tersebar di 5 desa di wilayah kecamatan Karangmoncol yaitu desa Tunjungmuli ada 4, desa Tamansari ada 11, desa Rajawana ada 1, desa Kramat ada 1, dan desa Tajug ada 1. Keberadaaan Kampung Marketer tersebut dapat membantu perputaran uang dari kota ke wilayah tersebut yang telah mencapai Rp. 1.024.236.677 /bulan (Sumber: Hendrik Kurniawan Kabid pemberdayaan Kampung Marketer, Agustus 2020).

Dari banyaknya warga desa dalam pemberdayaan masyarakat yang mencapai 752 orang, serta lokasi Kampung Marketer yang terletak di desa jauh dari keramaian kota dan juga banyaknya cabang kantor yang tersebar di wilayah desa maka menjadi alasan peneliti untuk meneliti pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Kampung Marketer. Dengan demikian peneliti mengajukan penelitian yang berjudul "*Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kampung Marketer* (Studi Kasus Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga).

B. Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah batasan konsep atau istilah yang dipergunakan dalam judul penelitian sebagaimana yang diterapkan dalam penelitian ini.. Skripsi ini berjudul **PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI KAMPUNG MARKETER (Studi Kasus Desa Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga)** untuk mempermudah pengertian dan maksud judul tersebut, terlebih dahulu disini penulis jelaskan kata atau istilah dari kata-kata penting yang terdapat dalam judul, diantaranya yaitu:

1. Pemberdayaan Masyarakat

Secara etimologis pemberdayaan berasal dari kata dasar "daya" yang berarti kekuatan atau kemampuan. Bertolak dari pengertian tersebut maka pemberdayaan dapat dimaknai sebagai suatu proses menuju berdaya, atau proses untuk memperoleh daya/kekuatan/kemampuan, dan proses pemberian daya/kekuatan/kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang

kurang atau belum berdaya. Pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses dimana masyarakat, terutama mereka yang miskin sumber daya, kaum perempuan dan kelompok yang terabaikan lainnya, didukung agar mampu meningkatkan kesejahteraannya secara mandiri (Totok Mardikanto, 2017:61).

Secara konseptual pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*), berasal dari kata “*power*” (kekuasaan atau keberdayaan). Pemberdayaan adalah proses dengan mana orang memberi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagai pengontrolan atas dan mengetahui terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Pemberdayaan masyarakat menekankan bahwa masyarakat (individu, kelompok) memperoleh keterampilan, pengetahuan dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupan dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya (Edi Suharto, 2005:57)

2. Kampung Marketer

Kampung Marketer merupakan organisasi yang bergerak dalam pelatihan dan pendidikan di bidang IT untuk memberdayakan masyarakat desa yang bertempat di daerah pegunungan wilayah Karangmoncol, Purbalingga (Novi Bayu Darmawan, Webinar 2020). Menurut Eko Sulistyo selaku Public Relation Kampung Marketer menyatakan Kampung Marketer adalah organisasi pendidikan dan pemberdayaan dimana Kampung Marketer mencari SDM dari warga desa untuk membantu pembisnis online memasarkan produknya.

Organisasi adalah suatu bentuk persekutuan dua orang manusia atau lebih yang terikat secara formal untuk mencapai tujuan bersama dengan membagi-bagi tugas dan dikerjakan bersama, terdapat suatu kelompok atau seorang yang menjadi pemimpin dan sekelompok orang yang menjadi pengikut. Di dalam organisasi terdapat beberapa unsur yaitu: dua orang manusia atau lebih, adanya ikatan formal, ada tujuan bersama, ada pembagian tugas, ada orang atau kelompok atasan dan ada kelompok bawahan (Suhendra, 2008:30)

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu : Bagaimana Pemberdayaan Masyarakat oleh Kampung Marketer Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga?

D. Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan masalah di atas, maka dengan adanya penelitian Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kampung Marketer (Studi Kasus Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga. Maka akan diperoleh tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana pemberdayaan masyarakat oleh Kampung Marketer?

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Kampung Marketer hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan/motivasi dalam mengembangkan produk perusahaan serta memajukan perusahaan.
2. Bagi mahasiswa hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan keilmuan di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dan menjadi acuan bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian selanjutnya.
3. Bagi ilmu pengetahuan hasil penelitian ini dapat menambah referensi keilmuan dimasa yang akan datang dalam mengembangkan keilmuan.

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang ada dan yang belum ada. Penulisan skripsi ini ditunjang dengan kajian pustaka terdahulu. Kajian Pustaka digunakan untuk mengemukakan teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti sebagai

kajian pustaka dan dimaksudkan agar tidak ada kesamaan dengan penelitian sebelumnya.

Tabel. II
Kajian Pustaka

NO.	Nama Peneliti / Judul Penelitian/ Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Popi Andiyansari / Studi Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi / 2014	Adanya Pemberdayaan masyarakat melalui jalan pelatihan, metode penelitian	Lokasi penelitian, Subjek penelitian
2.	Arif Eka Sulthany dkk / Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (Studi Desa Sumberasri Kec. Purwoharjo Kab. Banyuwangi) / 2013	Sama-sama melakukan pemberdayaan masyarakat, metode penelitian	Lokasi penelitian dan subjek penelitian
3.	Asa Ria Pranoto & Dede Yusuf / Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarijaya / 2014	Metode penelitian, sama melakukan proses pemberdayaan masyarakat	Lokasi penelitian, hasil penelitian berbeda.
4.	Agus Triyono / Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development	Metode penelitian, objek penelitian yaitu	Lokasi penelitian, hasil penelitian

	Program Posdaya (POS Pemberdayaan Keluarga) PT. Holcim Tbk Pabrik Cilacap / 2014	pemberdayaan masyarakat	berbeda.
5.	Bahar Adhi Nugroho / Pemberdayaan Desa Melalui Pengembangan Agrowisata Durian (Studi Kasus di Kelompok Tani Tri Mulya Desa Pageralang, Kemranjen, Banyumas) / 2020	Metode penelitian, objek penelitian yaitu pemberdayaan masyarakat	Lokasi penelitian, hasil penelitian berbeda.

Penjelasan dari tabel di atas yaitu: yang pertama, yaitu jurnal Popi Andiyansari “*Studi Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi*” 2014. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat dilakukan oleh Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) Nanggulan 2 melalui TIK yang terkait dengan antara lain: informasi, organisatoris, pembangunan sosial, pembangunan ekonomi dan penguatan identitas kebudayaan. Jalan pemberdayaan yang ditempuh melalui tiga cara yaitu: pelatihan secara teknis, sosialisasi etika pengguna internet, penanaman motivasi untuk mencari informasi melalui internet. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat sebuah proses transformasi dari masyarakat pedesaan menuju masyarakat informasi yang ditandai dengan adanya persepsi positif mengenai pentingnya internet sebagai sebuah media untuk mencari dan menggali informasi. Proses transformasi ini juga diikuti oleh partisipasi masyarakat baik dari sisi pengelola PLIK maupun masyarakat Banyuwangi yang telah merasakan adanya pelatihan TIK. Proses transisi menuju masyarakat informasi ini juga menjadi salah satu titik pembangunan daerah di bidang sosial, ekonomi, dan budaya yang kemudian menjadi salah satu pilar dari kesuksesan agenda pembangunan nasional.

Yang kedua, yaitu jurnal Arif Eka Sulthany dkk “*Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (Studi Desa Sumberasri Kec. Purwoharjo Kab. Banyuwangi*” 2013. Hasil penelitian ini menjelaskan tentang program pemberdayaan ini digagas langsung oleh pemerintah Provinsi Jawa Timur. Wujud dari program pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan TIK dengan melahirkan telecenter. Dalam proses pemberdayaan masyarakat tersebut dilakukan pendampingan UKM dan pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). Pendampingan yang dilakukan mampu meningkatkan kualitas, produksi, pemasaran dan laba. Kurangnya partisipasi pemilik UKM karena minimnya pengetahuan tentang manfaat TIK serta kunjungan Tim FI yang kurang maksimal menjadi penghambat pendampingan. Dalam pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) yang dilakukan Telecenter Asriloka menjadikan masyarakat mampu menggunakan TIK untuk mencari informasi untuk mengembangkan dan mencari pemecahan masalah dalam bidang pertanian dan peternakan, dengan TIK potensi wisata dapat diperkenalkan secara efektif dan efisien kepada masyarakat luar, serta TIK mampu menunjang pendidikan di Desa Sumberasri.

Yang ketiga, yaitu jurnal Asa Ria Pranoto & Dede Yusuf “*Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarijaya*” 2014. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya program Tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) PT Pertamina EP Field Sanga-sanga berbasis pengembangan perekonomian yang mandiri pasca kebergantungan pada dunia pertambangan di Sarijaya, dilakukan sesuai dengan nilai-nilai CSR yang berprinsip *triple bottom line*. Program CSR tersebut dilaksanakan melalui tiga tahap utama, yaitu tahap perencanaan, tahap implementasi, dan tahap evaluasi.

Yang keempat, yaitu jurnal Agus Triyono “*Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program Posdaya (POS Pemberdayaan Keluarga) PT. Holcim Tbk Pabrik Cilacap*” 2014. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat yang dilakukan Posdaya PT

Holcim berbasis 4 pilar yaitu kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan lingkungan. Tahapan dalam pelaksanaan posdaya dilakukan dengan 2 tahapan, yakni analisa kebutuhan dan dilanjutkan sosialisasi kepada masyarakat yang akan menjadi subjek pelaksana Posdaya. Sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat maka PT Holcim tidak serta merta memberikan Program Posdaya kepada masyarakat, akan tetapi PT Holcim melakukan koordinasi dengan pihak kelurahan serta masyarakat terlebih dahulu. Dengan proses demikian, maka segala macam bentuk kegiatan Posdaya bersumber dari masyarakat serta memperhatikan aspek potensi subjek Posdaya.

Yang kelima, yaitu Bahar Adhi Nugroho "*Pemberdayaan Desa Melalui Pengembangan Agrowisata Durian (Studi Kasus di Kelompok Tani Tri Mulya Desa Pageralang, Kemranjen, Banyumas)*" 2020. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan agrowisata cenderung sudah sesuai dengan teori pemberdayaan. Di mana pengembangan tersebut meliputi: pembentukan kelompok tani, sosialisasi potensi agrowisata, pelatihan pertanian durian, perencanaan partisipatif agrowisata, dan pengadaan kegiatan.

IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemberdayaan masyarakat melalui Kampung Marketer Desa Tamansari Kec. Karangmoncol Kab. Purbalingga dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat oleh Kampung Marketer meliputi *input, learning process, output, outcome*, dan wirausaha muda mandiri. Proses *input* yaitu warga desa yang masuk ke Kampung Marketer mendaftar dan membawa surat lamaran kerja beserta data diri lainnya untuk di data dan menjadi bahan pertimbangan untuk proses penerimaan. Dari data jumlah pemberdayaan masyarakat oleh Kampung Marketer yang sudah mencapai 752 SDM itu 80% dari warga desa berasal dari Kecamatan Karangmoncol dan 20% dari luar Kecamatan Karangmoncol.

Proses pembelajaran di Kampung Marketer dijalankan melalui proses pendidikan dan pelatihan SDM Kampung Marketer dengan di lengkapi kurikulum berbasis *online marketing*, modul, serta pengajar SDM Keterampilan yang diajarkan di Kampung Marketer adalah *customer service, social media admin, dan content writer* yang dilakukan selama 1 minggu. Sedangkan untuk keterampilan yang sebagai *advertiser* itu proses pembelajarannya dilakukan selama 1 bulan. Pembelajarannya sendiri dilakukan di kantor Kampung Marketer pusat yaitu di desa Tamansari. Dan untuk program Wisata Edukasi, dimana masyarakat luar bisa belajar bisnis *online* selama 1 minggu dengan narasumber dibalut dengan kegiatan di *outdoor* dan kegiatan sosial.

Proses *output*/Keluaran, untuk menjadi SDM yang terampil di bidang *digital marketing* dan siap diberdayakan. Maka, warga desa wajib mengikuti dan melaksanakan proses pembelajaran melalui pendidikan dan pelatihan tersebut yang diadakan Kampung Marketer. Dalam proses *outcome*/hasil, program pemberdayaan yang berkolaborasi dengan pembisnis online memasarkan produk, dengan mempraktikan keterampilan apa yang sudah diajarkan. Maka masyarakat desa dalam bekerja membantu memasarkan,

tetap bekerja dan tinggal di desa nya saja yaitu di 18 kantor yang sudah tersebar di beberapa desa wilayah Karangmoncol. Untuk menunjang kegiatan para SDM di kantor maka disediakan internet yang kuat, laptop, *handphone*, listrik, meja dan kursi. Selain itu hari kerja para SDM Kampung Marketer yaitu hari Senin sampai Sabtu, dimulai pada pukul 08.00-16.00 WIB. Untuk memantau kerja SDM, maka dilakukan kegiatan asistensi yang dilakukan oleh leader setiap harinya. Diadakannya *breafing* setiap hari sabtu dan evaluasi pimpinan setiap satu bulan sekali. SDM Kampung Marketer yang sudah bekerja lama dengan peforma kerjanya bagus menciptakan bisnis dengan keterampilan yang sudah dimiliki akan dilepas menjadi wirausaha mandiri di bidang *online marketing*. Sudah 2 kali pelepasan tersebut masing-masing ada 2 SDM yang dilepas. Dan pemberdayaan menekankan bahwa masyarakat desa (individu/kelompok) memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan sebelumnya, peneliti mencoba untuk memberi saran, terutama bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

1. Terus tingkatkan motivasi serta kesadaran masyarakat tentang pentingnya memperoleh skill/keterampilan dibidang digital marketing dan juga pentingnya pembangunan masyarakat desa.
2. Terus ciptakan lapangan kerja untuk masyarakat desa agar dapat mengurangi tingkat pengangguran dan urbanisasi.
3. Perkuat sistem pendidikan dan pelatihan mutu kerja SDM agar mampu bersaing di industri global.
4. Terus tingkatkan promosi penjualan perusahaan/organisasi agar lebih banyak mitra yang berkolaborasi dengan demikian lebih banyak masyarakat desa yang terberdaya.
5. Lebih perluas lagi kantor cabang dalam kegiatan operasional perusahaan hingga masyarakat pelosok desa dapat di jangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Ully Hikmah. Mochamad Saleh Soeaidy, & Ainul Hayat. 2007. *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Dari Desa Tertinggal Menuju Desa Tidak Tertinggal*. Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol.2, No. 12
- Andiyansari, Popi. 2014. *Studi Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan Vol. 18 No. 2 Oktober
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data Model Bogdan & Biklen, Model Miles & Huberman, Model Strauss & Corbin, Model Spradley, Analisis Isi Model Philipp Mayring Program Komputer Nvivi*, (Jakarta: Rajawali Press)
- Faritz, Muhammmad. 2017. *Pengaruh Keberadaan Perusahaan Terhadap Kondisi sosial Ekonomi Masyarakat Desa Pangke Barat Kabupaten Karimun*. JOM FISIP Vol. 4 No. 2 periode Oktober
- Graha, Andi Nur. 2009. *Pengembangan Masyarakat Pembangunan Melalui Pendampingan Sosial dalam Konsep Pemberdayaan di Bidang Ekonomi*. Jurnal of economic, Vol 5. No.2.
- LPPM UHAMKA. *Pemberdayaan Dalam Perspektif Islam*, <https://lppm.uhamka.ac.id/ilmiah/pemberdayaan-dalam-perspektif-islam/>, diakses pada 28 Juli 2020
- Lumintang, Juliana. 2015. *Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Kemajuan Pembangunan Masyarakat Di Desa Tara-tara I*. e-journal "Acta Diurna" Vol. 4, No. 2
- Kurniawan, Ferry Duwi dan Luluk Fauziah. 2014. *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Menanggulangi Kemiskinan*. Jurnal Program Studi Administrasi Negara Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Volume 2 Nomor 2 periode September
- Mardikanto, Totok. 2017. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. (Bandung: CV Alfabeta)
- Masram & Mu'ah. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Surabaya; Zifatama Publisher)

- Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Peneliiian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyawan, Rahman. 2016. *Masyarakat, Wilayah, dan Pembangunan*. (UNPAD Press)
- Nasution. 1988. *Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Trasito
- Nugroho, Bahar Adhi. 2020. *Pemberdayaan Desa Melalui Pengembangan Agrowisata Durian (Studi Kasus di Kelompok Tani Tri Mulya Desa Pageralang, Kemranjen, Banyumas)*. Skripsi
- Nurcholis, Hanif. Kartono, Drajat Tri & Aisyah, Siti. 2016. IPEM4542/MODUL-Pembangunan Masyarakat Desa dan Kota. Tangerang selatan: Universitas Terbuka
- Pranoto, Asa Ria & Dede Yusuf. 2014. *Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarijaya*". Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 18 No. 1 Juli
- Prijono & Pranaka. 1996. *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: CSIS
- Priyono & Marnis. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Surabaya: Zifatama Publisher)
- Safri, Hendra. 2017. *Manajemen dan Organisasi Dalam Pandangan Islam*. Journal of Islamic Education Management, Vol.2, No.2
- Sakdiah. 2014. *Karakteristik Manajemen Organisasi Islam*. Jurnal Al-bayan/ Vol. 20, No.29, Januari-Juni
- Salam, Syamsir dan Amir Fadilah. 2008. *Sosiologi Pedesaan*, Jakarta : Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-16, Bandung; CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung; ALFABETA)

- Suharto, Edi. 2009. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Dan Pekerja Sosial*. (Bandung: PT Refika Aditama)
- Suharto, Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Umat*, (Bandung: PT Refika Aditama)
- Suhendra. 2008. *Manajemen Organisasi Dalam Realita Kehidupan*. (Bandung: CV Mandar Maju)
- Sulistiyani, Ambar Teguh . 2004. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*,. Yogyakarta : Gava Media
- Sulthany, Arif Eka dkk. 2013. *Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (Studi Desa Sumberasri Kec. Purwoharjo Kab. Banyuwangi*. Artikel Ilmiah Hasil penelitian mahasiswa
- Sumodiningrat, Gunawan. 1999. *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Bina Rena P Pariwara
- Sunarno. 2008. *Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Modul Diklatpim Tingkat III*. (Jakarta: Lembaga Administrasi Negara-Republik Indonesia).
- Tulusan, Femy M. G. dan Very Y. Londa. 2014. *Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan di Desa Lolah Kecamatan Tomboriri Kabupaten Minahasa*, , Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum Volume 1 Nomor 1
- Triyono, Agus. 2014. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program Posdaya (POS Pemberdayaan Keluarga) PT. Holcim Tbk Pabrik Cilacap*” . Jurnal Komuniti Vol.6 No. 2 September
- Widjajanti, Kesi. 2011. *Model Pemberdayaan Masyarakat*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol.12, No.1
- Wrihatnolo, Randi R dan Riant Nugroho Dwidjowijoto. 2007. *Manajemen Pemberdayaan: Sebuah Pengantar dan Panduan untuk Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Media Komputindo
- Zubaedi. 2013. *Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktik*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup