

## **KAJIAN TEOLOGIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KAMPUNG MARKETER PERSPEKTIF EPISTEMOLOGI**

Sulasih<sup>1,4</sup> Weni Novandari<sup>2</sup> Suliyanto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto

<sup>4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Saizu Purwokerto

*E-mail address:* sulasih@gmail.com

### **ABSTRACT**

The type of research conducted is 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 descriptive qualitative techniques, which consisted of three flow of activities, namely data reduction, data presentation and verification or drawing conclusions. The results of this study indicate that community empowerment through Marketer Village includes input, learning process, output, outcome, and independent young entrepreneurs. Where villagers who enter the Marketer Village follow the learning process as customer service, social media admin, and content writer which is carried out for 1 week and advertisers are carried out for 1 month. An empowerment program that collaborates with online businessmen to market products, by practicing what skills have been taught. Empowerment of rural communities (individuals/groups) acquires sufficient skills, knowledge, and power to influence their lives and the lives of other people of concern. life and supported epistemologically empowerment includes models, processes, goals and strategies of empowerment are interrelated essences.

**Keywords :** Theology, Community Empowerment, Epistemology

### **ABSTRAK**

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 mempraktikkan keterampilan apa yang sudah diajarkan. Pemberdayaan masyarakat desa (individu/kelompok) memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya. Secara teologis pemberdayaan masyarakat konsepsi pemberdayaan dalam Islam adalah bersifat menyeluruh (*holistik*) menyangkut berbagai aspek dan sendi-sendi dasar kehidupan serta didukung secara epistemologi pemberdayaan mencakup model, proses, tujuan dan strategi pemberdayaan merupakan hakikat yang saling terkait.

**Kata kunci :** Teologis, Pemberdayaan Masyarakat, Epistemologi

### **PENDAHULUAN**

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)

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 sumbermdaya 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 di kota 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 hal nya 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 *costumer 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 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. Keberadaan 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)

## KAJIAN TEORI

### 1. Pengertian 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 pemberdayaan (*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. Ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Kekuasaan seringkali dikaitkan dengan kemampuan kita untuk membuat orang lain melakukan apa yang kita inginkan, terlepas dari keinginan dan minat mereka. Ilmu sosial tradisional menekankan bahwa kekuasaan berkaitan dengan pengaruh dan kontrol. Pemberdayaan merujuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga memiliki kekuatan atau kemampuan dalam (a) memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan yang dalam arti bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, dan bebas dari kesakitan; (b) menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan; (c) berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi kelompok lemah dan rentan. (Edi Suharto, 2005:57-59)

Menurut Sulistyani (2004: 77), secara etimologis pemberdayaan berasal pada kata "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 atau proses pemberian daya/kekuatan/kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya.

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. (Mulyawan, 2016: 55)

## 2. Indikator Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Suhendra (2006) indikator pemberdayaan masyarakat adalah sebagai berikut:

- 1) Mempunyai kemampuan menyiapkan dan menggunakan sumber-sumber yang ada di masyarakat.
  - 2) Dapat berjalannya "*bottom-up planning*".
  - 3) Kemampuan dan aktivitas ekonomi.
  - 4) Kemampuan menyiapkan hari depan keluarga.
  - 5) Dan kemampuan menyampaikan pendapat dan aspirasi tanpa adanya tekanan.
- (Mulyawan 2016:60)

Kondisi ketidakberdayaan masyarakat dapat disebabkan berbagai faktor. Menurut Anna Both & Firdausy 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: kurangnya modal dan rendahnya teknologi.
  2. Faktor sosial dan budaya yang meliputi: rendahnya keahlian & pendidikan, terbatasnya kesempatan kerja, *cultural poverty*.
  3. Faktor geografi dan lingkungan yang meliputi: keterbatasan sumber daya alam, penyakit, kurang sumbunya lahan.
  4. Faktor personal dan fisik, yang meliputi: umur/usia, jenis kelamin, dan kesehatan.
- (Mulyawan, 2016: 5)

## 3. 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, 2016:60)

Dalam Mulyawan (2016:67-68), konsep pemberdayaan masyarakat mencakup pengertian pembangunan masyarakat (*community development*) dan pembangunan yang bertumpu pada masyarakat (*mommunity based development*) dan dalam tahap selanjutnya muncul istilah *driven development* yang diterjemahkan sebagai pembangunan yang diarahkan masyarakat atau pembangunan yang digerakan masyarakat. (Mulyawan, 2016:66)

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

1. Arti kata wangun yang berarti pantas, serasi, harmonis, yang ditinjau, kepercayaan, teknologi dan ekonomi.
2. Arti kata membangun berarti membangun usaha, pengadaan.

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. (Nurcholis & Kartono, 2016: 36

Dimensi pemberdayaan masyarakat menurut Effendy (2002, 314-315) mengandung makna tiga pengertian yaitu *enabling*, *empowering*, dan *maintaining* sebagai berikut:

- 1) *Enabling*, diartikan sebagai terciptanya iklim yang mampu mendorong berkembangnya potensi masyarakat. Tujuannya agar masyarakat yang bersangkutan mampu mandiri dan berwawasan bisnis yang berkesinambungan.
- 2) *Empowering*, mengandung pengertian bahwa potensi yang dimiliki oleh masyarakat lebih diperkuat lagi. Pendekatan yang ditempuh adalah dengan cara meningkatkan *skill* dan kemampuan manajerial.
- 3) *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)

#### 4. Model Pemberdayaan Masyarakat

##### 1. 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. (Sunarno, 2008: 50

##### 2. 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.

##### 3. 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: 58)

## 5. Proses Pemberdayaan Masyarakat

Proses pemberdayaan menurut Wrihatnolo dan Dwidjowijoto (2007) terdiri dari tiga tahapan yaitu:

- a. Tahap pertama, yaitu penyadaran: proses penyadaran dilakukan dengan memberikan pengetahuan yang bersifat *kognitif*, *belief*, dan *healing* kepada masyarakat agar menyadari bahwa mereka mempunyai sesuatu yang dapat membantu mereka keluar dari permasalahan yang dihadapi ataupun menjadi lebih baik dari kondisinya pada saat itu.
- b. Tahap kedua, yaitu pengkapasitasan (*capacity building*) terdiri atas: pengkapasitasan manusia, berarti memampukan manusia baik secara individu maupun kelompok agar mampu menerima daya atau kekuasaan yang akan diberikan. Bentuknya dapat berupa pendidikan, pelatihan, seminar, *workshop* dan lain-lain.
- c. Tahap ketiga, yaitu proses pemberdayaan adalah tahap pendayaan atau pemberian daya yaitu pemberian kekuasaan pada organisasi/masyarakat yang diberdayakan

## 6. Tujuan dan Sasaran Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Sumaryadi dalam Mulyawan (2016:70-71) 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 sebagi berikut:
  - a. Terbukanya kesadaran dan tumbuhnya keterlibatan masyarakat akar rumput dalam mengorganisir diri untk 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 untk perbaikan proksuktivitas dan pendapatan mereka. (Mulyawan,2016

## 7. Strategi Pemberdayaan Masyarakat

### 1. *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: 68)

Menurut Priyono dan Marnis (2008:86-87), 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 anatara lain: aspek manajemen, aspek informasi, aspek profil personil dan aspek produktivitasnya. Strateginya bisa diterapkan sebagai berikut:

- a) 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
- b) 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
- c) 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
- d) 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

### 2. *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. (Sunarno, 2008: 72). Beberapa strategi yang bisa diterapkan dalam *outward looking* adalah:

- a) *Benchmarking*, *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.
- b) 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

- c) 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, 2008:73-75)

## LANDASAN TEOLOGIS

Seperti yang dijelaskan dalam Islam, Islam sebagai agama yang membawa rahmat kepada seluruh alam sangat memahami kebutuhan penggunanya, tidak terkecuali dalam memahami kebutuhan hidupnya. Dalam hal ini pemberdayaan dapat menjadi suatu bentuk perubahan untuk memperbaiki kehidupan di dalam masyarakat. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Ar-Rad' ayat 1

﴿إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ﴾

Artinya:

*“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”*(QS Ar Rad ayat 11)

Berbicara mengenai pemberdayaan tidak dapat dilepaskan dari persoalan kemiskinan sebagai objek dari pemberdayaan itu sendiri. Pemberdayaan mempunyai filosofi dasar sebagai suatu cara mengubah masyarakat dari yang tidak mampu menjadi berdaya, baik secara ekonomi, sosial, maupun budaya. Sedangkan kemiskinan dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang. Namun demikian, ada 2 kriteria dasar dalam persoalan kemiskinan. Pertama adalah kemiskinan secara ekonomi. Dalam hal ini, kemiskinan dapat dilihat dengan indikator minimnya pendapatan masyarakat (kekurangan modal), rendahnya tingkat pendidikan, kekurangan gizi, dan sebagainya, yang berpengaruh besar terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat. Kedua, kemiskinan yang dipengaruhi pola tingkah laku dan sikap mental masyarakat, berbagai bentuk penyimpangan sosial, sikap pasrah (menerima apa adanya) sebelum berusaha, merasa kurang berharga, perilaku hidup boros, malas- walau dalam hal ini. Namun, sikap-sikap diatas mempunyai pengaruh besar terhadap rendahnya kemampuan masyarakat untuk mengadakan perubahan-perubahan dalam dirinya sendiri. Dengan melihat kenyataan diatas tadi dapat kita tarik sebuah benang merah penilaian adanya kebijakan yang salah dalam pembangunan ekonomi pada tingkat makro sehingga pemerataan pembangunan dari konsepsi keadilan sosial tidak mengenai sasaran

Kemudian penyimpangan dari pola tingkah laku dan nilai dasar norma yang berlaku dalam hal ini nilai-nilai dasar Islam. Persoalannya menjadi jelas, tinggal yang kita

perlu adalah analisis bagaimana Islam memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut. Ada dua hal mendasar yang diperlukan dalam mewujudkan “pemberdayaan menuju keadilan sosial” tersebut. Pertama adalah pemahaman kembali konsep Islam yang mengarah pada perkembangan sosial kemasyarakatan, konsep agama yang dipahami umat Islam saat ini sangat individual, statis, tidak menampilkan jiwa dan ruh Islam itu sendiri. Kedua, pemberdayaan adalah sebuah konsep transformasi sosial budaya. Oleh karenanya, yang kita butuhkan adalah strategi sosial budaya dalam rangka mewujudkan nilai-nilai masyarakat yang sesuai dengan konsepsi Islam.

Dalam perspektif Islam, kemiskinan bukanlah sebuah azab maupun kutukan dari Tuhan. Namun, disebabkan pemahaman manusia yang salah terhadap rezeki yang diberikan. Al-Quran telah menyinggung dalam Surat 43 yaitu Az-Zukhruf ayat 32

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ  
فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ

Artinya:

*“Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.”(QS Az-Zukhruf :32)*

Perbedaan taraf hidup manusia adalah sebuah rahmat sekaligus “peringat” bagi kelompok manusia yang lebih “berdaya” untuk saling membantu dengan kelompok yang kurang mampu. Pemahaman seperti inilah yang harus ditanamkan di kalangan umat Islam, sikap simpati dan empati terhadap sesama harus di pupuk sejak awal. Ini sejalan dengan firman Allah dalam surat Al-Hasyr ayat 7

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَابْنِ  
السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۗ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۗ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:

*“Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.”(QS Al-Hasyr :7)*

Dari Kedua surat di atas yaitu QS Az-Zukhruf :32 dan QS Al-Hasyr :7 menunjukkan bahwa kemiskinan lebih banyak diakibatkan sikap dan perilaku umat yang salah dalam memahami ayat-ayat Allah SWT, khususnya pemahaman terhadap kepemilikan harta kekayaan. Dengan demikian, apa yang kemudian disebut dalam teori sosiologi sebagai “kemiskinan absolut” sebenarnya tidak perlu terjadi apabila umat Islam memahami secara benar dan menyeluruh (*kaffah*) ayat-ayat Allah tadi. Kemiskinan dalam Islam lebih banyak dilihat dari

kacamata non-ekonomi seperti kemalasan, lemahnya daya juang, dan minimnya semangat kemandirian.

Karena itu, dalam konsepsi pemberdayaan, titik berat pemberdayaan bukan saja pada sektor ekonomi (peningkatan pendapatan, investasi, dan sebagainya), juga pada faktor non-ekonomi. Rasulullah SAW telah memberikan suatu cara dalam menangani persoalan kemiskinan. Konsepsi pemberdayaan yang dicontohkan Rasulullah SAW mengandung pokok-pokok pikiran sangat maju, yang dititikberatkan pada “menghapuskan penyebab kemiskinan” bukan pada “penghapusan kemiskinan” semata seperti halnya dengan memberikan bantuan-bantuan yang sifatnya sementara (*temporer*).

Demikian pula, didalam mengatasi problematika tersebut, Rasulullah tidak hanya memberikan nasihat dan anjuran, tetapi beliau juga memberi tuntunan berusaha agar rakyat biasa mampu mengatasi permasalahannya sendiri dengan apa yang dimilikinya, sesuai dengan keahliannya. Rasulullah memberi tuntunan memanfaatkan sumber-sumber yang tersedia dan menanamkan etika bahwa bekerja adalah sebuah nilai terpuji. Karenanya, konsepsi pemberdayaan dalam Islam adalah bersifat menyeluruh (*holistik*) menyangkut berbagai aspek dan sendi-sendi dasar kehidupan. Rancangan model pemberdayaan yang harus dibangun pun harus mengacu pada hal-hal tersebut. (LPPM UHAMKA,2020)

## **EPISTEMOLOGI**

Pengertian Epistemologi Secara bahasa, istilah epistemologi berasal dari bahasa Yunani episteme yang artinya ilmu pengetahuan (knowledge atau science) dan logos yang artinya ilmu.<sup>6</sup> Cabang filsafat yang berkaitan dengan asal, sifat, dan jenis pengetahuan. Logos lazim dipakai untuk menunjukkan adanya pengetahuan sistematis.

Sedangkan secara istilah, epistemologi dapat diartikan sebagai pengetahuan sistematis mengenai pengetahuan. Dengan demikian, epistemologi merupakan salah satu cabang filsafat yang mengkaji secara radikal asal mula pengetahuan, struktur, metode, dan validitas pengetahuan. Miska Muhammad Amin, mengatakan bahwa epistemologi terkait dengan masalah-masalah yang meliputi: a) filsafat, yaitu sebagai cabang filsafat yang berusaha mencari hakikat dan kebenaran pengetahuan, b) metoda, sebagai metoda, bertujuan mengantar manusia untuk memperoleh pengetahuan, c) sistem, sebagai suatu sistem bertujuan memperoleh realitas kebenaran pengetahuan itu sendiri. Epistemologi merupakan cabang filsafat yang konsen dengan hakekat (nature) dan lingkup pengetahuan, pra-anggapan, dasar-dasar, dan reabilitas umum untuk mengklaim sesuatu sebagai pengetahuan.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif dimana peneliti langsung terjun kelapangan. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian atau di lapangan dengan melakukan pengamatan mengenai suatu fenomena dalam keadaan alamiah (Moleong, 2012; 26). sedangkan paradigma yang digunakan adalah kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif yang kemudian ditarik kesimpulan. Sumber data pada penelitian berupa Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang di cari . Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh dari subjek penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu melalui dokumentasi dari sosial media resmi Kampung Maketer, penelitian terdahulu dan pihak ketiga

Teknik Pengumpulan Data dengan Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti (Sugiyono, 2012). Observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada

objek penelitian. Observasi langsung dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa, sehingga observasi berada bersama objek yang ditelitinya., Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon (Sugiyono,2012). Wawancara pada penelitian ini akan melakukan wawancara dengan pihak organisasi Kampung Marketer untuk mengetahui pemberdayaan terkait di perusahaan tersebut. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dapat berupa tulisan, gambar dan karya-karya monumental (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini menggunakan dokumen dari penelitian terdahulu dan juga menggunakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian. Dalam metode ini, digunakan untuk memperoleh data-data yang berupa tulisan, gambar, dan dokumen lainnya seperti media sosial Kampung Marketer yang mendukung penelitian.

Teknik Analisis Data meliputi: **Reduksi** Data yaitu Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. (Sugiyono, 2019:323), **Penyajian Data** yaitu Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay/penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman (1984) menyatakan “*The most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*”. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. (Sugiyono, 2019:325). **Varifikasi**, Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah **penarikan kesimpulan dan verifikasi**. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung dengan bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. (Sugiyono, 2019:329). Uji Keabsahan Data dengan Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (realibilitas), *confirmability*/obyektivitas (Sugiyono 2019)

## HASIL DAN DISKUSI

### Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kampung Marketer

Dari data-data yang peneliti peroleh yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Maka selanjutnya peneliti melakukan analisis data untuk memaparkan, menggambarkan, mendeskripsikan lebih lanjut tentang data hasil penelitian. Hasil analisa tersebut menemukan bahwa Kampung Marketer merupakan organisasi yang bergerak dalam pelatihan dan pendidikan di bidang IT untuk memberdayakan masyarakat desa. Kampung Marketer dalam pemberdayaan masyarakat desa melalui pendidikan dan pelatihan di bidang *digital marketing* yang berhubungan erat dengan kemajuan teknologi. Sehingga kondisi ini memberikan gambaran terhadap peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) akan pengetahuan untuk kemudian dimaksimalkan dalam proses pemberdayaan masyarakat demi mengurangi jumlah pengangguran dengan menciptakan lapangan pekerjaan serta mengurangi laju urbanisasi (perpindahan desa ke kota)

Dari adanya beberapa faktor-faktor yang menyebabkan ketidakberdayaan masyarakat tersebut Maka muncullah suatu pemberdayaan masyarakat melalui Kampung Marketer. Dimana Kampung Marketer menciptakan alur solusi untuk mengatasi ketidakberdayaan masyarakat dalam kemiskinan. Alur solusi tersebut antara lain sebagai berikut

#### 1. *Input*/Masukan

Dalam Priyono dan Marnis (2008: 3), Organisasi memiliki berbagai macam sumber daya sebagai '*input*' untuk diubah menjadi '*output*' berupa produk barang atau jasa. Sumber daya tersebut meliputi modal atau uang, teknologi untuk menunjang proses produksi, metode atau strategi yang digunakan untuk beroperasi, manusia dan sebagainya. Di antara berbagai macam sumber daya tersebut, manusia atau SDM merupakan elemen yang paling penting. Dalam hal ini masyarakat desa masuk ke Kampung Marketer untuk mengikuti serangkaian kegiatan pemberdayaan. Dimana masyarakat desa merupakan sebuah '*input*' dari organisasi Kampung Marketer yang nantinya masyarakat desa tersebut akan diubah menjadi suatu '*output*' yaitu menjadi SDM yang terampil dibidang *online marketing*

Pemberdayaan di Kampung Marketer melibatkan warga desa khususnya pemuda/pemudi di Kecamatan Karangmoncol. Di mana Kecamatan Karangmoncol terdiri dari 11 desa yaitu: Baleraksa, Grantung, Karangsari, Kramat, Pekiringan, Pepedan, Rajawana, Sirau, Tajug, Tamansari, Tunjungmuli. Kampung Marketer 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. 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. Dalam proses ini Kampung Marketer membuka kesempatan warga desa khususnya pemuda/pemudi yang membutuhkan suatu pekerjaan untuk masuk ke Kampung Marketer. 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. (Sumber: Wawancara dengan Eko Sulisty, Public Relation Kampung Marketer 19 Agustus 2020)

#### 2. *Learning Process*/Proses Pembelajaran

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 yang berpengalaman. Dalam konsep ini warga desa yang masuk Kampung Marketer di didik dan di latih agar menjadi SDM yang terampil di bidang *online marketing*. Adapun keterampilan beberapa yang diajarkan di Kampung Marketer antara lain

- a. *Customer Service*, Keterampilan meng-*handle* calon pembeli melalui aplikasi *chatting* dan mampu meng-konversikannya sebagai pembeli. Sebagai *customer service* dituntut untuk mempunyai keterampilan meng-*handle* calon pembeli melalui sebuah aplikasi *chatting*, aplikasi yang dipergunakan ialah *Whatsapp* dan *facebook* sehingga diharapkan dari pendidikan ini mampu mengkonversikan calon pembeli untuk menjadi pembeli yang sesungguhnya.
- b. *Advertiser*, Keterampilan menggunakan media digital untuk membuat strategi iklan (*advertisement*) penawaran produk/jasa kepada calon pembeli. Seorang *advertiser* dituntut melakukan pola kegiatan untuk meningkatkan keterampilan menjaga interaksi (*engagement*) dan mengelola calon pembeli maupun pelanggan di channel social media sehingga menjadi sebuah *brand*. Media sosial yang dipergunakan dalam pembinaan ini berfokus pada pemanfaatan iklan dalam *facebook*, *instagram*, dan *google ads* yang mempergunakan dan merekam data pixel atas kebiasaan (habit) pengguna media sosial.
- c. *Social Media Admin*, Keterampilan menjaga interaksi (*engagement*) dan mengelola calon pembeli maupun pelanggan di channel social, media sebuah brand. *Social media admin* ini melakukan upaya meningkatkan *skill* dalam memanfaatkan secara penuh menggunakan media digital untuk membuat strategi iklan (*advertisement*) penawaran produk/jasa kepada calon pembeli atas penawaran produk yang akan dijual.
- d. *Content Writer*, Keterampilan memproduksi sebuah konten yang menarik untuk sebuah brand di media online. Memproduksi sebuah konten artikel/penawaran produk biasanya pada *blog* maupun *sales page*. Kurikulum pendidikan terakhir yang dilakukan oleh Kampung Marketer ini berfungsi untuk meningkatkan keahlian dalam proses memproduksi sebuah konten yang menarik untuk sebuah brand di media *online*, sehingga mampu mendorong pembeli melakukan kegiatan jual beli secara *online*. (Sumber: Novi Bayu Darmawan pada webinar “*Mengenal Social Enterprise dan Studi Kasus Kampung Marketer*” April 2020)

Dalam proses pembelajaran ini, di Kampung Marketer untuk Pelatihan dan Pendidikan di bidang *digital marketing* diperuntukan untuk 2 hal yaitu:

- a. Pelatihan dan pendidikan yang diberikan ke penerima manfaat (warga/pemuda desa yang membutuhkan lapangan pekerjaan). Dimana warga desa menjalani pelatihan dan pendidikan dan nantinya warga desa akan menjadi SDM Kampung Marketer yang terampil di bidang *digital marketing* yang siap untuk diberdayakan membantu pembisnis online atau *user (costumer)* Kampung Marketer. Untuk tempat proses pembelajarannya sendiri dilakukan di kantor Kampung Marketer pusat yaitu tepatnya di desa Tamansari. Proses pembelajaran tersebut dilakukan selama 1 minggu untuk keterampilan *customer servise*, *social media admin* dan *content writer*. Sedangkan untuk keterampilan yang sebagai *advertiser* itu proses pembelajarannya dilakukan selama 1 bulan
- b. Pelatihan dan Pendidikan yang diberikan ke masyarakat dari luar atau user Kampung Marketer yang ingin belajar seputar *digital marketing*. Pelatihan dan pendidikan ini dinamakan program Wisata Edukasi, dimana masyarakat luar bisa belajar bisnis *online* selama 1 minggu dengan narasumber dibalut dengan kegiatan di *outdoor* dan kegiatan sosial. Dalam wisata edukasi sudah disediakan penginapan, budgeting iklan. dalam pembelajaran wisata edukasi meliputi digital marketing, riset produk & *supplier*, kestabilan iklan, *basic skill customer*, dll. Dalam hal ini, masyarakat luar yang ingin belajar melalui program wisata edukasi ini, harus mendaftar dan dikenakan biaya Rp. 1.000.000. (Sumber: Wawancara dengan Eko Sulisty, Public Relation Kampung Marketer 19 Agustus 2020)

### 3. 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 selama 1 minggu untuk keterampilan *customer servise, sosial media admin, content writer* dan 1 bulan untuk *advertiser*. Diharapkan setelah mereka terdidik dan terlatih, mereka memiliki *skill* di bidang pendidikan IT sehingga *output*-nya mereka dapat memiliki *skill* untuk *survive* di kemudian hari memecahkan masalah-masalah seperti mengurangi pengangguran, mengurungi tingkat urbanisasi dan meningkatkan pendapatan. (Sumber: Wawancara dengan Eko Sulisty, Public Relation Kampung Marketer 19 Agustus 2020)

### 4. Outcome/Hasil

SDM yang sudah terampil mulai masuk program pemberdayaan dengan mulai berkolaborasi dengan pembisnis online membantu memasarkan produk mereka. Sebelumnya, para pembisnis online sudah terlebih dahulu bekerja sama/ berkolaborasi dengan membuat kesepakatan yaitu biaya dan pengiriman *divice* seperti laptop dan *handphone*. Ada 2 elemen biaya yang dikeluarkan partner perbulannya, yaitu biaya admin sebesar Rp. 500.000, 00 untuk kegiatan operasional dan biaya gaji+bonus untuk SDM Kampung Marketer. Adapun detail gaji pokok yang diterima SDM sebagai berikut

- *Customer Servis* : Rp. 600.000/bulan di luar bonus dari hasil penjualan, terlihat jelas bahwa disini ukuran gaji yang diperoleh masyarakat tergantung dengan jumlah penjualan dari perusahaan sehingga muncul motivasi kerja berdasarkan pada jumlah barang yang berhasil di iklankan melalui online marketing.
- *Advertiser* : Rp. 900.000/bulan
- *Sosial Media Admin* : Rp. 900.000/bulan
- *Content Writer* : Rp. 900.000/bulan

Panggilan lain untuk para pembisnis online adalah bos *partner*. Jumlah pembisnis/*partner* yang berkolaborasi dengan Kampung Marketer adalah 241. Setelah para pembisnis online melakukan kesepakatan dengan pihak Kampung Marketer, mereka bisa melakukan pemberdayaan SDM sesuai dengan kebutuhan bisnisnya. Seperti memberdayakan *customer servis* untuk meng-*handle* calon pembeli, *advertiser* untuk membuat strategi iklan penawaran produk kepada calon pembeli, *sosial media admin* untuk mengelola calon pembeli/pelanggan di channel sosial media sebuah brand, dan *content writer* untuk memproduksi sebuah konten yang menarik untuk sebuah brand di media online. Dalam hal ini para pembisnis online memberdayakan SDM Kampung Marketer untuk membantu kegiatan operasional bisnis mereka. Partner Kampung Marketer dalam memberdayakan atau istilahnya mengambil SDM, itu tergantung kebutuhan *partner*. Ada yang memberdayakan 1-3 SDM, ada 2-10 lebih SDM, dan yang paling banyak ada 2-30 SDM. Oleh karena itu Kampung Marketer membentuk tim kerja SDM untuk setiap *partner*. Tim tersebut di pimpin atau di dampingi oleh *leader*. Dalam proses ini, program pemberdayaan yang berkolaborasi dengan pembisnis online memasarkan produk, dengan mempraktikkan keterampilan apa yang sudah diajarkan seperti keterampilan *Customer Servis, Advertiser, Sosial Media Admin* dan *Content Writer*. 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. Antara lain di desa Tunjungmuli ada 4 kantor, desa Tamansari ada 11 kantor, desa Rajawana ada 1 kantor, desa Kramat ada 1 kantor, dan desa Tajug ada 1 kantor.

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. Selain itu, untuk

menguatkan kerja tim di Kampung Marketer adanya saling berkoordinasi dan komunikasi antara sumber daya manusia dengan *leader* dan pimpinan maka, diadakannya *breafing* setiap hari sabtu dan evaluasi pimpinan setiap satu bulan sekali. (Sumber: Wawancara dengan Hendrik Kurniawan Kabid Pemberdayaan Kampung Maketer, Agustus 2020)

#### 5. Wirausaha Mandiri

Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh Kampung Marketer salah satunya yaitu menciptakan *enterpreneur*/pengusaha muda mandiri di desa. Maka, setelah melalui tahapan konsep diatas 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*. Dalam hal ini, diadakan sebuah acara untuk pelepasan wirausaha mandiri. Dari awal berdirinya Kampung Marketer yaitu tahun 2017 sampai saat ini sudah diadakan 2 kali pelepasan wirausaha mandiri. Dalam 2 kali pelepasan tersebut masing-masing ada 2 SDM yang dilepas. Ini menjadi salah satu bentuk dari pemberdayaan masyarakat yaitu suatu kemandirian masyarakat. (Sumber: Wawancara dengan Hendrik Kurniawan Kabid Pemberdayaan Kampung Maketer, Agustus 2020)

Selain itu, Mengacu pada teori Edi Suharto (2009:57) yang mengatakan pemberdayaan menekan bahwa masyarakat (individu/kelompok) memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya. Berikut ini hal yang diperoleh dari pemberdayaan masyarakat melalui Kampung Marketer antara lain:

##### 1. Keterampilan

Dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat melalui Kampung Marketer ada beberapa keterampilan di bidang *digital marketing* yang diperoleh masyarakat desa antara lain:

- a. *Customer Service*, keterampilan meng-handle calon pembeli melalui aplikasi *chatting* dan mampu meng-konversikannya sebagai pembeli
- b. *Advertiser*, keterampilan menggunakan media digital untuk membuat strategi iklan (*advertisement*) penawaran produk/jasa kepada calon pembeli.
- c. *Social Media Admin*, keterampilan menjaga interaksi (*engagement*) dan mengelola calon pembeli maupun pelanggan di channel social media sebuah *brand*.
- d. *Content Writer*, keterampilan memproduksi sebuah konten yang menarik untuk sebuah brand di media *online*. (Sumber: Novi Bayu Darmawan pada webinar “*Mengenal Social Enterprice dan Studi Kasus Kampung Marketer*” April 2020)

##### 2. Pengetahuan

Kampung Marketer mempunyai program pendidikan dan pelatihan SDM Kampung Marketer yang di lengkapi dengan kelengkapan Kurikulum berbasis *online marketing*, Modul dan pendidik SDM yang berpengalaman. Dalam Priyono dan Marnis: 2008, 46) menjelaskan, pendidikan sendiri berhubungan peningkatan pengetahuan umum dan pemahaman atas lingkungan secara seluruh. Sedangkan, latihan adalah suatu usaha peningkatan pengetahuan dan keahlian seorang karyawan untuk mengerjakan suatu pekerjaan tertentu. Dalam hal ini warga desa yang masuk Kampung Marketer di didik dan di latih agar menjadi SDM yang terampil di bidang *online marketing*. Kampung Marketer dalam konsepnya di sini melakukan pendidikan dan pelatihan kepada masyarakat yang diberdayakan. Dengan adanya program pendidikan dan pelatihan tersebut maka masyarakat desa dapat memperoleh pengetahuan di bidang *online marketing*

Berkaitan dengan pengetahuan, maka dalam proses pemberdayaan masyarakat di Kampung Marketer dengan ini mengacu pada teori Wrihatnolo dan Dwidjowijoto (2007) terdiri dari tiga tahapan yaitu:



- a) Tahap pertama, yaitu penyadaran: proses penyadaran dilakukan dengan memberikan pengetahuan yang bersifat *kognitif*, *belief*, dan *healing* kepada masyarakat agar menyadari bahwa mereka mempunyai sesuatu yang dapat membantu mereka keluar dari permasalahan yang dihadapi ataupun menjadi lebih baik dari kondisinya pada saat itu. Di Kampung Marketer dalam proses pemberdayaan tahap pertama juga sama yaitu proses penyadaran. Dimana Novi Bayu Darmawan selaku *founder* Kampung Marketer memberikan pengetahuan kepada masyarakat agar menyadari pentingnya suatu kompetensi dan *skill* di era industri 4.0 ini, serta memberikan penyadaran tentang permasalahan yang ada di desa seperti permasalahan pengangguran, banyaknya pemuda desa yang merantau (laju urbanisasi dari desa ke kota), minimnya lapangan kerja di desa, sedikitnya *entrepreneur*/pengusaha muda di desa. (Sumber: Novi Bayu Darmawan pada webinar Juni 2020)
  - b) Tahap kedua, yaitu pengkapasitasan (*capacity building*) terdiri atas: pengkapasitasan manusia, berarti memampukan manusia baik secara individu maupun kelompok agar mampu menerima daya atau kekuasaan yang akan diberikan. Bentuknya dapat berupa pendidikan, pelatihan, seminar, *workshop* dan lain-lain. Pada tahap kedua ini Kampung Marketer juga melakukan pengkapitasan yang memampukan masyarakat secara kelompok agar masyarakat dapat menerima daya atau kekuasaan yang akan diberikan. Dimana Kampung Marketer memberikan pelatihan dan pendidikan dalam bidang *digital marketing*. Kampung Marketer juga mengadakan webinar/seminar *online*.
  - c) Tahap ketiga, yaitu proses pemberdayaan adalah tahap pendayaan atau pemberian daya yaitu pemberian kekuasaan pada organisasi/masyarakat yang diberdayakan. Di tahap ini yaitu pemberdayaan, dimana penerima manfaat/warga desa yang telah melakukan pelatihan dan pendidikan serta sudah menjadi SDM yang terampil dibidang *digital marketing* siap diberdayakan membantu para pembisnis *online* diseluruh Indonesia. Dalam hal ini pembisnis online yang sudah berkerjasama dengan Kampung Marketer akan dikenakan 2 elemen biaya yang dikeluarkan perbulanya yaitu biaya gaji + bonus SDM dan biaya admin untuk kegiatan operasional
3. Kekuasaan

Secara konseptual pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*), berasal dari kata “*power*” yang artinya kekuasaan atau keberdayaan. Kekuasaan disini berkaitan dengan pengaruh dan kontrol.(Edi Suharto, 2009:57). Pemberdayaan masyarakat melalui Kampung Marketer merujuk pada kemampuan warga desa, khususnya pemuda desa sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam sebagai berikut:

- a. Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan yang dalam arti bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, dan bebas dari kesakitan;
- b. Menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan; Warga desa yang terbedayakan itu menjadi SDM Kampung Marketer dan mereka menerima hasil dari kegiatan tersebut, yang berupa pendapatan ekonomi/gaji + bonus dari pembisnis *online*.
- c. Dari kegiatan operasioanal Kampung Marketer yang memberdayakan masyarakat, membantu memutarakan uang dari kota ke wilayah tersebut telah mencapai Rp. 1.024.236.677 /bulan.

Dari adanya pemberdayaan masyarakat melalui Kampung Marketer, maka dapat mengatasi faktor-faktor ketidakberdayaan tersebut. Dimana hasil tersebut berpengaruh dalam

faktor ekonomi melalui pemberdayaan tersebut masyarakat desa memperoleh modal dari pendapatan gaji pokok tersebut serta dapat meningkatkan kemajuan teknologi seperti internet. Dalam faktor sosial budaya melalui pemberdayaan tersebut masyarakat desa dapat memperoleh *skill/keahlian* dan pengetahuan, serta dapat terciptanya kesempatan kerja bagi masyarakat desa yang hal ini dapat mengurangi pengangguran di desa dan urbanisasi. Dengan ini masyarakat desa bisa terberdaya

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemberdayaan masyarakat kampung marketer 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 mempraktikkan 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 menekan bahwa masyarakat desa (individu/kelompok) memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya. Secara teologis pemberdayaan masyarakat konsepsi pemberdayaan dalam Islam adalah bersifat menyeluruh (*holistik*) menyangkut berbagai aspek dan sendi-sendi dasar kehidupan serta didukung secara epistemologi pemberdayaan mencakup model, proses, tujuan dan strategi pemberdayaan merupakan hakikat yang saling terkait.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Uly 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 Bodgan & 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, Juiliana. 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