

**PERAN KOMERCE DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI
MASYARAKAT PADA GENERASI MILENIAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

Annisa Widya Safira

NIM 1705026149

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. DR. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185 Website:
febi.walisongo.ac.id – Email: febi@walisongo.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An.Sdr. Annisa Widya Safira

Kepada Yth.
Dekap Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

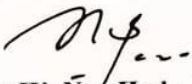
Assalamu'alaikum Wr.Wb
Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara

Nama : Annisa Widya Safira
NIM : 1705026149
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : ANALISIS PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI
KAMPUNG MARKETER DI DESA TUNJUNG MULI KECAMATAN KARANGMONCOL
KABUPATEN PURBALINGGA

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan Demikian harap menjadi maklum. Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 14 November 2022

Pembimbing I


Dr. Hj. Nur Huda, M. Ag
NIP. 19690830 199403 2 003

Pembimbing II


Zuhdan Ady Fataron, S.T, M.M
NIP. 19840308 201503 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl.Prof DR.HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691.
Semarang

Nomor : B-1141/Un.10.5/D.1/PP.00.9/03/2020

31 Maret 2020

Lamp :-

Hal : Penunjukan Menjadi Dosen
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :

Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag
Dosen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Uin Walisongo

Di Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut
dibawah ini :

Nama : Annisa Widya Safira

Nim : 1705026149

Program Studi : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Analisis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui
Kampung Marketer dalam Mengurangi Tingkat Kemiskinan dan Penyerapan
Tenaga Kerja di Desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten
Purbalingga.

Maka, kami mengharap kesediaanya Saudara untuk menjadi pembimbing I
penulisan skripsimahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahannya Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbing dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi

Untuk membantu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai
pembimbing I Saudara/I Zuhdan Ady Fataron, M.Si

Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb



Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Annisa Widya Safira
NIM : 1705026149
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : PERAN KOMERCE DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI
MASYARAKAT PADA GENERASI MILENIAL

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat
cumlaude/baik/cukup, pada tanggal:

22 Desember 2022

dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun
akademik 2022/2023

Semarang, 22 Desember 2022

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Kartika Marella Vanni, S.S.T, M.E

NIP. 199304212019032028

Sekretaris Sidang

Zuhdan Adv Fataron, S.T,M.M

NIP. 19840508201503 1 003

Penguji I

Fita Nurotul Faizah, M.E

NIP. 199405032019032026

Penguji II

Dr. H. Ahmad Furqon, LC, MA

NIP. 19751218 200501 1 002

Pembimbing I

Dra. Hj. Nur/Huda, M.Ag

NIP. 19690830 199403 2 003

Pembimbing II

Zuhdan Adv Fataron, S.T,M.M

NIP. 19840308 201503 1 003



MOTTO

Al-Qur'an Ali 'Imran Ayat 139

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: Janganlah kamu (merasa) lemah dan jangan (pula) bersedih hati, padahal kamu paling tinggi (derajatnya) jika kamu orang-orang mukmin.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang penulis cintai dan banggakan yang dimana senantiasa mengiringi doa di setiap langkah penulis dalam menggapai cita-cita dan harapannya dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Wahjoe Adi Koesoemo, S.E dan Endang Martiningsih, S.Pd merupakan orangtua penulis yang telah membesarkan, merawat, dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang dengan doanya yang selalu menyertai langkah penulis yang penuh dengan keikhlasan yang tak ternilai harganya. Karena berkat kasih sayangnya penulis dapat hadir di dunia.
2. Saudara kandungku, Yahya Arif Rahman dan Alfin Ramadhan karena mereka adalah orang-orang penting dalam hidup penulis, dengan memberikan bantuan baik dalam materil maupun dalam bentuk kasih sayang dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
3. Alm. Soemarno selaku eyang kakung penulis yang semasa hidup beliau memberikan kasih sayang, semangat, dan juga doa untuk penulis menyelesaikan skripsi.
4. Prof. Dr. Dra. Sri Suwitri, M.Si selaku bude penulis yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada penulis.
5. Teman-teman seperjuangan di kelas ekonomi Islam (EID Angkatan 17) yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, karena merekalah penulis mendapatkan semangat dalam menyelesaikan skripsi, karena mereka adalah keluarga penulis di kampus UIN Walisongo Semarang.
6. Teman dekat penulis Faradina, Kristi, Osi, Esi, Ewi, Ayu, Elsa, Clarisna, Estri, Samsul, Nela, Dini, Agis dan Alm. Bahtiar yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi penulis.

DEKLARASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana disuatu perguruan tinggi manapun dilembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan didalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 12 Desember 2022



Almasa Widya Safira
NIM: 1703026149

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi pada sebuah skripsi diperlukan dikarenakan terdapat sebagian kata yang berupa nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang secara asli ditulis dengan huruf Arab sehingga harus disalin ke dalam huruf latin. Sehingga perlu diterapkan sebuah transliterasi sebagai jaminan konsistensi.

A. Konsonan

ء = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

َ = a

ِ = i

ُ = u

C. Diftong

أَيّ = ay

أَوْ = aw

D. Syaddah (ّ)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطّبّ *al- thibb*.

E. Kata Sandang (.... ال)

Kata sandang (.... ال) ditulis dengan *al*.... misalnya = الصناعة *al-shina 'ah*. *Al*- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya الميثة الطبيعية = *al-ma 'isyah al-thabi 'iyyah*

ABSTRAK

Pemberdayaan tidak terlepas dari pembangunan suatu negara. Pemberdayaan merupakan salah satu upaya untuk mensukseskan pembangunan. Adanya pemberdayaan biasanya terjadi karena banyaknya pengangguran, rendahnya pendidikan dan lain sebagainya. Pemberdayaan ekonomi masyarakat saat ini mensasarkan kepada generasi milenial atau biasa disebut generasi Y yang biasanya digunakan untuk menyebut generasi yang lahir pada tahun 1980 hingga tahun 2000. Generasi milenial dianggap akrab dalam perubahan teknologi digital, media sosial. Generasi ini memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai peluang bisnis. Hal ini dimanfaatkan oleh Komerce untuk memberdayakan pemuda desa dalam bidang *digital marketing*.

Tujuan penelitian ini untuk menentukan bentuk pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh Komerce dalam mengurangi tingkat kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. Jenis Penelitian ini Penelitian Lapangan bersifat deskriptif dengan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komerce memiliki peran terhadap generasi milenial dimana memberikan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pelatihan *Information and Technology*. Dalam melakukan pemberdayaan Komerce menerapkan prinsip-prinsip Perspektif Ekonomi Islam antara lain: Prinsip Kepedulian, Prinsip *Ta'awun*, dan Prinsip persamaan Derajat. Pada tahun 2022 generasi milenial di Desa Tunjungmuli yang menjadi wiraswasta sebanyak 2008 Jiwa dan 681 SDM yang aktif diberdayakan dengan memiliki pendapatan masing-masing SDM kisaran Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000 jika diakumulasikan pendapatan keseluruhan SDM pada tahun 2022 mencapai Rp. 12.708.794.513

Kata Kunci: *Pemberdayaan Ekonomi, Kemiskinan, Tenaga Kerja, Generasi Milenial, Komerce*

ABSTRACT

Empowerment is inseparable from the development of a country. Empowerment is one of the efforts to succeed in development. The existence of empowerment usually occurs because there is a lot of resistance, low education and so on. Empowerment of the current economic society is targeting the millennial generation or commonly called generation Y which is usually used to refer to the generation born in 1980 to 2000. The millennial generation is considered familiar with changes in digital technology, social media. This generation takes advantage of technological advances as a business opportunity. This is utilized by Komerce to equip rural youth in the field of digital marketing.

The purpose of this study was to determine the form of community economic empowerment carried out by Komerce in reducing poverty levels and absorbing labor in the View from an Islamic Economic Perspective. This type of field research is descriptive with qualitative methods and data collection techniques using observation, interview and documentation techniques.

The results of the study show that Komerce has a role for the millennial generation which provides community empowerment through Information and Technology training. In empowering Commerce, it applies the principles of an Islamic Economic Perspective, including: the Principle of Caring, the Principle of Ta'awun, and the Principle of Equality. In 2022 the millennial generation in Tunjungmuli Village will become entrepreneurs as many as 2008 people and 681 HR who are actively empowered by having a reach of each HR in the range of Rp. 1,500,000 – Rp. 3,000,000 if the accumulated income of all HR in 2022 reaches Rp. 12,708,794,513

Keywords: *Economic Empowerment, Poverty, Labor, Millennial Generation, Commerce*

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu kita panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua hamba-Nya terlebih kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, Nabi akhir zaman dan pembawa rahmat bagi seluruh alam. Tidak ada kata yang pantas penulis ungkapkan kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penulisan skripsi ini selain ucapan rasa terima kasih, terutama penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Dr. H. Ahmad Furqon, LC, MA selaku Dosen Wali penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dorongan, dan motivasi selama penulis duduk dibangku perkuliahan.
5. Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag selaku Dosen Pembimbing skripsi I yang dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan keikhlasan dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Zuhdan Ady Fataron, S.T, M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi II yang dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan keikhlasan dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap dosen dan tenaga pendidik serta civitas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah membantu dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.

8. Nofi Bayu Darmawan selaku Founder dan Syaefullah Syeif selaku Co. Founder and Chief Growth Komerce, yang telah banyak membantu penulis dalam memperoleh data guna menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Staff Komerce, yang telah banyak membantu penulis dalam memperoleh data guna menyelesaikan skripsi ini.
10. Joko Pranoto selaku Kepala Desa dan juga perangkat desa Tunjungmuli yang telah membantu penulis memperoleh data guna menyelesaikan skripsi ini.
11. Orang tua penulis skripsi yang telah, merawat, mendidik, dan mendukung penulis hingga sampai perguruan tinggi.
12. Seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang.
13. Seluruh teman dekat yang selalu memberikan support dan bantuannya.
14. Segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berjasa membantu penulis dengan berbagai macam bantuannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi materi, dan analisisnya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis berharap, semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya. Aamiin

Semarang, 12 Desember 2022

Annisa Widya Safira
NIM: 1705026149

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
DEKLARASI.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Rumusan Masalah.....	12
3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
4. Tinjauan Pustaka.....	13
5. Metode Penelitian.....	20
6. Sistematika Penulisan.....	24
BAB II.....	26
LANDASAN TEORI.....	26
A. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat.....	26
1. Pengertian Pemberdayaan.....	26
2. Pengertian Pemberdayaan Menurut Islam.....	28

3. Tujuan Pemberdayaan	32
4. Proses Pemberdayaan	34
5. Bentuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	38
6. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	40
B. Kemiskinan	40
1. Pengertian Kemiskinan	40
2. Faktor-faktor penyebab Kemiskinan	41
3. Indikator Kemiskinan	42
4. Kemiskinan Menurut Perspektif Islam	42
5. Cara Penanggulangan Kemiskinan Dalam Perspektif Islam	43
C. Tenaga Kerja	44
1. Pengertian Tenaga Kerja	44
2. Tenaga Kerja dalam Perspektif Islam	45
D. <i>Generasi Millennial</i>	47
BAB III	49
GAMBARAN UMUM KOMERCE	49
A. Profil Komerce	49
1. Sejarah Komerce	49
2. Kantor dan Kontak Komerce	52
3. Visi dan Misi Komerce	53
4. Value Komerce	54
5. Struktur Organisasi Komerce	54
B. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Komerce	56
BAB IV	67
ANALISIS PERAN KOMERCE DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PADA GENERASI MILENIAL	67
A. Analisis Bentuk Pemberdayaan Ekonomi Yang Dilakukan Komerce	67
B. Analisis Dampak dari Pemberdayaan Komerce dalam Mengurangi Tingkat Kemiskinan dan Penyerapan Tenaga Kerja Ditinjau Dari Perspektif Islam	87
BAB V	101
PENUTUP	101

A. Kesimpulan.....	101
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	108
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk&Presentase Penduduk Miskin di Indonesia Tahun 2016-2022.....	2
Tabel 1.2 Tingkat Tenaga Kerja Kabupaten Purbalingga Diatas Usia 15 Tahun Pada Tahun 2010-2020.....	4
Tabel 1.3 Jumlah Penduduk & Presentase Penduduk Miskin Di Kecamatan Karangmoncol tahun 2016-2020.....	7
Tabel 1.4 Potensi Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Berdasarkan Pendidikan Pada Tahun 2022.....	9
Tabel 1.5 Kajian Pustaka.....	17
Tabel 3.1 Akumulasi Total Pendapatan SDM Komerce Agustus 2017-Agustus 2022.....	65
Tabel 4.1 Data Perkembangan Penyerapan SDM Komerce yang berasal dari Kecamatan Karangmoncol Agustus 2017-Agustus 2022.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Komerce.....	54
Gambar 3.2 Alur Pemberdayaan Komerce.....	56
Gambar 4.1 Mata Pencaharian Masyarakat Desa Tunjungmuli Tahun 2022.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Komerce.....	108
Lampiran 2 pertanyaan SDM Komerce.....	109
Lampiran 3 pertanyaan masyarakat sekitar.....	110
Lampiran 4 pertanyaan Kepala Desa.....	111
Lampiran 5 Dokumentasi kegiatan penelitian.....	112
Lampiran 6 Dokumentasi kegiatan Komerce.....	115

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Pemberdayaan merupakan salah satu konsep atau upaya suatu negara dalam melakukan pembangunan. Di Negara yang sedang berkembang, pemberdayaan muncul ketika pembangunan menimbulkan disinteraksi sosial, kesenjangan ekonomi, degradasi sumber daya alam. Secara umum pembangunan saling berkaitan satu sama lain dengan pemberdayaan masyarakat. Di Indonesia dalam melaksanakan pembangunan ada angka kemiskinan yang selalu menjadi permasalahan. Kemiskinan disebabkan oleh beberapa faktor seperti pengangguran, keterbatasan sumber daya alam maupun manusia, dan tingkat pendidikan yang rendah. Masyarakat miskin akan mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, minuman, jaminan atas sosial, pendidikan, dan kesehatan hal seperti ini yang menimbulkan kebodohan.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat pada dasarnya harus dilaksanakan secara optimal dan terarah agar dapat memperbaiki keadaan ekonomi sekaligus mampu mengangkat kondisi ekonomi masyarakat miskin yang ada. Fenomena kemiskinan yang terjadi di negara Indonesia ini sudah berlangsung sejak lama. Sudah berbagai upaya penanggulangan kemiskinan, namun masih ada masyarakat di Indonesia hidup dalam rantai kemiskinan. Karena Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang, maka tingkat kemiskinan menjadi salah satu masalah dalam mencapai pembangunan dan pertumbuhan ekonomi.

Tabel 1.1
 Jumlah dan Presentase Penduduk Miskin di Indonesia
 Tahun 2016 – Tahun 2022

Tahun	Jumlah Penduduk Miskin (Juta)	Jumlah Penduduk Miskin (%)
2016	27.76	10.7
2017	26.58	10.12
2018	25.67	9.66
2019	24.79	9.22
2020	27.55	10.19
2021	26,05	9,31
2022	26,16	9,54

Sumber : Data diolah dari Badan Pusat Statistik 2022

Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa tingkat penduduk miskin di Indonesia secara umum dari tahun ke tahun mengalami penurunan, baik dalam sisi jumlah maupun presentase. Akan tetapi, pada tahun 2015 dan 2020 mengalami tingkat kenaikan. Pada tahun 2015 terjadi kenaikan jumlah penduduk miskin dikarenakan naiknya harga barang kebutuhan pokok sebagai akibat dari kenaikan harga bahan bakar minyak. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan yang disebabkan oleh adanya pandemi *Covid-19* yang melanda di Indonesia, sehingga tingkat jumlah penduduk miskin pada tahun 2020 meningkat drastis¹. Pada data diatas dampak adanya pandemi *Covid-19* presentasi jumlah penduduk mengalami penurunan dari tahun 2020 yang semula 27.55% kemudian pada tahun 2021 menjadi 26.05% dan pada tahun 2022 menjadi 26,16% dengan tingkat kemiskinan tahun 2021 9,31% dan pada tahun 2022 meningkat kembali 9,54%

¹ Badan Pusat Statistik, Profil Kemiskinan di Indonesia September 2020, di akses 11 November 2022 Pukul 12.18 WIB

Kemiskinan dalam pandangan Islam suatu permasalahan yang dapat membahayakan akhlak, kelogisan berfikir, keluarga, dan juga masyarakat. Dalam ajaran Islam kemiskinan dianggap sebagai musibah dan bencana dimana seharusnya memohon perlindungan kepada Allah SWT atas kejahatan yang tersembunyi di dalamnya. Apabila kemiskinan tidak segera diatasi, maka kemiskinan dapat mengakibatkan lupa adanya Allah SWT dan juga rasa sosial yang hilang kepada sesama manusia. Hilangnya rasa sosial ini karena tersimpannya kedengkian kepada orang yang lebih mampu atau kaya. Dengan munculnya rasa iri dan dengki mampu melenyapkan kebaikan-kebaikan. Permasalahan kemiskinan tidak dapat dilepaskan dengan pemenuhan kebutuhan minimal. Dalam ajaran Islam kebutuhan pokok tidak hanya dari aspek kebutuhan materiil saja, akan tetapi berkaitan dengan kebutuhan spiritual dan tentunya paling penting beribadah kepada Allah SWT².

Kemiskinan selalu berkaitan erat dengan penyerapan tenaga kerja kepada masyarakat. Seperti di Indonesia dengan adanya penyerapan tenaga kerja di harapkan dapat mengurangi pengangguran agar terlepas dari kemiskinan. Penyerapan tenaga kerja yakni masyarakat angkatan kerja usia 15 tahun – 64 tahun yang sedang mencari pekerjaan, memiliki pekerjaan ataupun sementara tidak bekerja bahkan menganggur. Sedangkan berdasarkan UU No 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, tenaga kerja merupakan setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat³.

Penyerapan tenaga kerja ini hadir karena adanya tenaga kerja dan peluang kesempatan kerja. Dengan tercapainya keberhasilan pembangunan ekonomi salah satunya adalah penyerapan tenaga kerja. Dalam penyerapan tenaga kerja sebagaimana seharusnya para pencari kerja dapat melihat peluang atau kesempatan kerja yang ada di sekitar

² Naerul Edwin, *Kemiskinan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi Islam, vol. 8, No.2 2017, h.179

³ UU RI No 13 tahun 2003

lingkungan tempat tinggal. Tingkat pendidikan seseorang dan juga pengalaman kerja sebagai salah satu tolak ukur dalam penyerapan tenaga kerja. Di setiap negara, seperti negara Indonesia kualitas sumber daya manusia sebagai salah satu faktor keberhasilan dalam pembangunan negara demi tercapainya cita-cita suatu negara itu sendiri⁴.

Penyerapan tenaga kerja di Indonesia pada umumnya setiap tahun mengalami peningkatan, hal ini dikemukakan oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dimana Indonesia pada tahun lalu mencapai 1.560.361 tenaga kerja. Pencapaian penyerapan tenaga kerja pada tahun 2020 sebesar 10,5% dibandingkan pada tahun 2019 hanya mencapai 7,13% atau sebanyak 1.033.835 tenaga kerja⁵. Pertumbuhan Penyerapan tenaga kerja mengalami kenaikan dari tahun ke tahun tidak lepas dari terealisasinya investasi yang ada di Indonesia seperti pada tahun 2020 mencapai Rp. 826,3 Triliun.

Tabel 1.2
Tingkat Tenaga Kerja Kabupaten Purbalingga Diatas Usia 15 Tahun
Tahun 2010 – Tahun 2020

Tahun	Bekerja Terhadap Angkatan kerja (%)	Tingkat Pengangguran (%)	Angkatan Kerja Terhadap Penduduk Usia Kerja (%)
2010	95,16	4,84	85,09
2011	95,45	4,55	83,02

⁴ Susiati, *Penyerapan Tenaga Kerja Bagi Masyarakat Desa Perangat Selatan Pada PT. Kutai Sawit Plation Kecamatan Marang Kayu*, ejurnal Ilmu Pemerintahan, vol 1 no 4, 2013, hal 1402

⁵ <https://nasional.kontan.co.id/news/sepanjang-2020-penyerapan-tenaga-kerja-tumbuh-105-ditopang-pertumbuhan-investasi#:~:text=%2C04%20-0.34%25-,Sepanjang%202020%2C%20penyerapan%20tenaga%20kerja,10%2C5%25%20ditopang%20pertumbuhan%20investasi&text=ILUSTRASI.&text=Angka%20ini%20tumbuh%2010%2C5,sebanyak%201.033.835%20tenaga%20kerja>. Di unduh pada 12 November 2021, Pukul 09:26 WIB

2012	95,03	4,97	90,37
2013	93,90	6,10	85,69
2014	93,18	6,82	84,18
2015	93,14	6,86	83,81
2016	*	*	*
2017	93,70	6,30	83,52
2018	93,21	6,79	83,17
2019	*	5,07	81,67
2020	*	6,82	85,11

Sumber : Data Diolah dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga 2021

Catatan: (*) Data tidak tersedia di Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga 2021

Tingkat pengangguran di Kabupaten Purbalingga seperti yang terdapat pada tabel pada setiap tahunnya tidak mengalami penurunan, justru mayoritas setiap tahunnya mengalami kenaikan. Meskipun pada tahun 2019 mengalami penurunan yakni menjadi 5.07% yang semula dari tahun sebelumnya tahun 2018 berada di presentase 6,79%. Jika dilihat tingkat pengangguran mengalami penurunan yang bagus untuk tahun 2019. Setelah mengalami penurunan yang signifikan terjadi kenaikan pengangguran pada tahun 2020 hal ini tidak terlepas dari adanya pandemi covid 19 yang terjadi di Indonesia. Pandemi ini mengakibatkan banyaknya karyawan yang putus kontrak kerja, dan banyaknya usahawan yang mengalami gulung tikar seperti yang terjadi di Kabupaten Purbalingga sehingga menyebabkan banyaknya pengangguran berada di angka 6,82%. Hal seperti ini mengakibatkan banyaknya pengangguran karena tidak adanya penyerapan tenaga kerja.

Pemberdayaan secara singkat diartikan sebagai upaya dalam memberikan kesempatan dan kemampuan kepada masyarakat untuk berpartisipasi, bernegosiasi, mempengaruhi, dan mengendalikan

kelembagaan secara bertanggung jawab. Pemberdayaan ekonomi masyarakat cara untuk mengentaskan kemiskinan demi tercapainya kesejahteraan masyarakat itu sendiri.

Pemberdayaan juga diharapkan dapat membuka lapangan pekerjaan sehingga adanya penyerapan tenaga kerja⁶. Hal ini, tidak hanya dapat dilakukan oleh pemerintah saja akan tetapi pihak swasta juga dapat membantu dalam mengentaskan kemiskinan dan memberikan lapangan pekerjaan. Dengan adanya pemberdayaan salah satu bentuk inisiatif yang diberikan kepada masyarakat agar dapat hidup secara mandiri demi tercapainya kesejahteraan.

Salah satu organisasi yang bergerak dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah Komerce merupakan organisasi swasta yang di dirikan oleh Nofi Bayu Darmawan, Komerce berasal dari Kampung Marketer yang berdiri pada Agustus 2017 dan melakukan rebranding menjadi Komerce pada 1 Januari 2021, dimana organisasi ini mendidik dan melatih SDM pemuda desa di bidang IT. Nofi Bayu Darmawan merupakan salah satu pemuda desa Tunjungmuli yang menimba ilmu di Sekolah Tinggi Ilmu Akuntansi (STAN) Jakarta. Pada awalnya hanya berjualan secara online sebagai reseller, kemudian Nofi fokus pada bisnisnya sehingga pada saat sudah bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) di salah satu Instansi Kementerian Keuangan di Indonesia beliau memilih untuk keluar dan kembali ke kampung halaman yaitu di Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga yang berada sangat jauh dari pusat keramaian kota untuk melanjutkan bisnis online dan memberdayakan masyarakat sekitar. Hal itu dilakukan karena melihat pemuda di desa sekitar banyak yang menganggur dan memilih merantau ke ibukota.

⁶ Adon Nasurullah Jamaludin, *Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Program PNPM Mandiri Perdesaan (Penelitian di Desa Kersamanah Kecamatan Kersamanah Kabupaten Garut)*, Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UIN Sunan Gunung Djati, 2012, h. 9

Sasaran dari pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh Komerce yakni pemuda desa dimana zaman sekarang lebih dikenal dengan generasi milenial atau generasi Y istilah ini digunakan untuk menyebut generasi yang lahir pada rentang tahun 1980-an hingga tahun 2000. Dengan kata lain generasi milenial ini adalah anak-anak muda yang berada di umur sekitaran 17-37 Tahun. Generasi milenial dianggap sebagai gelombang pertama yang lahir di dunia teknologi.

Generasi milenial sangat berkualitas dalam pengetahuan digital, dengan seperti itu mereka sangat cepat dengan memperoleh penggunaan alat dan IT. Penamaan generasi milenial atau generasi Y berasal dari William Staruss dan Neil Howe yang menciptakan istilah pada tahun 1987⁷. Karakteristik generasi milenial berbeda-beda berdasarkan wilayah kondisi sosial ekonominya. Pada umumnya generasi Y ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital.

Generasi milenial menyadari bahwa internet dapat mengubah dan memberi kemudahan bagi hidup mereka. Banyak anak-anak pada generasi ini yang memanfaatkan teknologi sebagai peluang bisnis, mereka menggunakan *platform* seperti facebook, instagram, shopee dan lain sebagainya.

Dengan melihat perkembangan zaman Nofi melahirkan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh Komerce karena banyaknya pemuda desa di sekitar Desa Tunjungmuli maupun Kecamatan Karangmoncol minimnya *skill* di bidang IT, sehingga Komerce melatih dan mendidik pemuda desa atau generasi milenial di sekitarnya dengan ilmu-ilmu *digital marketing* dengan harapan mampu membawa perubahan kehidupan menjadi mandiri.

Tabel 1.3

Jumlah dan Presentase Penduduk Miskin di Kecamatan Karangmoncol

⁷ Neila Susanti dan Marliyah, “*Pola Pemberdayaan Ekonomi Generasi Milenial (Studi Kasus Komunitas Serikat Saudagar Nusantara/SSN Di Medan)*”, Jurnal Human Falah, Vol. 6, No. 1, 2019, h. 89

Tahun 2016 – Tahun 2020

Tahun	Jumlah Penduduk Miskin
2016	4.012
2017	3.280
2018	3.519
2019	3.116
2020	3.207

Sumber: Data diolah dari Badan Pusat Statistik 2020

Dapat dilihat pada Tabel 1.2 jumlah penduduk miskin yang berada di Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga secara mayoritas setiap tahunnya mengalami penurunan dari tahun 2016 hingga tahun 2020⁸. Akan tetapi ada tahun yang mengalami kelonjakan tingkat kemiskinan yang semula pada tahun 2017 sebesar 3.280 jiwa mengalami kenaikan pada tahun 2018 menjadi 3.519 jiwa dengan selisih 239 jiwa. Setelah mengalami kenaikan tingkat kemiskinan di tahun 2018 sebanyak 3.519 jiwa angka kemiskinan dapat menurun di tahun 2019 sebanyak 3.116 jiwa dengan selisih 403 jiwa penduduk yang dapat melepaskan diri dari angka kemiskinan. Pada tahun 2020 angka kemiskinan mengalami peningkatan kembali menjadi 3.207 jiwa yang semula dari tahun 2019 3.116 dengan kenaikan 91 jiwa penduduk yang dikarenakan *pandemic covid-19* melanda di Indonesia mengakibatkan banyak masyarakat terkena imbasnya seperti pemutusan hubungan kerja sehingga banyak yang menjadi pengangguran. Dengan melihat mayoritas setiap tahunnya mengalami penurunan jumlah masyarakat miskin di kecamatan Karangmoncol hal ini memperlihatkan keberhasilan pembangunan ekonomi karena dapat dilihat dari salah satu berkurangnya tingkat kemiskinan di masyarakat sekitar.

⁸ Badan Pusat Statistik, Jumlah Keluarga Pra Sejahtera, di akses 15 Mei 2021

Kondisi sumber daya manusia di desa Tunjungmuli seperti yang terdapat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.4

Potensi SDM Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga berdasarkan Pendidikan Tahun 2022

No.	Pendidikan	Jumlah SDM
1.	Tidak/belum sekolah	1183
2.	Usia 7-45 tahun tidak pernah sekolah	620
3.	Usia diatas 45 tahun tidak pernah sekolah	137
4.	Tidak tamat SD/Sederajat	0
5.	Tamat SD/Sederajat	5016
6.	SLTP/Sederajat	2641
7.	SLTA/Sederajat	1317
8.	Diploma I/II	14
9.	Akademi/Diploma III/S.Muda	43
10.	Diploma IV/Strata I	179
11.	Strata II	6
12.	Strata III	1
13.	Penduduk usia 7-15 tahun yang masih sekolah	1314
14.	Penduduk usia 7-15 tahun yang tidak sekolah	474

Sumber: Profil Desa Tunjungmuli diambil pada 20 September 2022

Melihat kondisi Desa Tunjungmuli dengan jumlah penduduk sebanyak 12.945 orang, dengan mayoritas berpendidikan tamat SD/Sederajat dengan 5016 orang. Kondisi nyata seperti ini membuat Nofi Bayu Darmawan memiliki tekad untuk memberdayakan pemuda-pemuda desa agar memiliki skill dan tidak menjadi pengangguran.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh Komerce berada di Desa Tunjungmuli dan letak geografis yang sulit dijangkau karena dibawah lereng Gunung Slamet. Dimana awal dilakukannya pemberdayaan mengalami kesulitan dengan banyaknya permasalahan-permasalahan. Hambatan yang di alami oleh Komerce pada saat menyadarkan pemuda desa sesuai dengan karakteristik generasi milenial yang berdasarkan kondisi wilayah sosial-ekonomi dimana ilmu yang susah diterima oleh pemuda desa setempat karena rendahnya pendidikan dan identik warga desa yang tidak mudah menerima ilmu-ilmu baru apalagi di bidang IT, kendala lainnya seperti susah sinyal karena dibawah gunung. Hal ini dibuktikan dengan awal melakukan penyadaran dan penyaluran warga Desa Tunjungmuli tidak ada yang tertarik bergabung hingga bulan April 2018 baru 1 pemuda desa yang tertarik bergabung.

Bentuk dari pemberdayaan masyarakat sekitar dengan melatih *digital marketing online* . Alur atau bentuknya yaitu pertama melalui proses *input* atau masukan, kedua *learning process* atau proses pembelajaran, ketiga *output* atau keluaran, keempat *outcome* atau hasil, dan yang kelima wirausaha mandiri. Selain dari pemberdayaan ada hal lain juga yang dilakukan oleh Nofi melalui Komerce yakni menyerap tenaga kerja masyarakat sekitar yang telah di bina dan dianggap mampu dan bisa. Upaya yang dilakukan oleh Nofi Bayu Darmawan untuk mengurangi kemiskinan, urbanisasi dan penyerapan tenaga kerja sebagai sorotan oleh pemerintah, karena itu instansi-intansi pemerintah dari berbagai daerah melakukan kolaborasi atau belajar di organisasi yang di dirikan oleh Nofi Bayu Darmawan.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat berdasarkan pada Perspektif Islam memiliki tujuan untuk mencapai keseimbangan antara dunia dan akhirat. Dengan seperti itu perlu melihat pemberdayaan ekonomi dari sisi Perspektif Islam. Kualitas keberhasilan pemberdayaan itu sendiri dapat dilihat dari berbagai pihak seperti pengelolanya, badan pengawas, dan yang terpenting masyarakat yang berkaitan. Menurut Jaribah bin Ahmad

al-Haritsi 2006⁹ pemberdayaan perlu adanya suasana dan lingkungan yang kondusif yang didasarkan pada pilar-pilar Islam yaitu: Kesalehan umat, Kebaikan sistem pemerintah, Keadilan, Kebebasan dan Persamaan, Keamanan dan ketentraman. Ayat yang menunjukkan tentang pemberdayaan terdapat pada Q.S Ar-Ra'd ayat 11 :

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنِّ وَالٍ

“Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”¹⁰”

Dengan letak geografis Komerce yang berada di desa wilayah pegunungan yang jauh dari keramaian kota dan kesuksesan dalam mensejahterahkan masyarakat sekitar dimana hal ini dilakukan oleh pihak swasta bukan pemerintah. Komerce pada awalnya merupakan gerakan sosial yang memfokuskan pada pengembangan pemuda desa agar mahir dalam bidang *digital marketing*. Keberhasilan yang telah dicapai yakni sudah mampu memberdayakan pemuda desa 2100an pemuda desa disekitarnya, dan juga dapat memutar roda perekonomian yang masuk dari kota ke desa pada tahun 2019 mencapai 1 Miliar per bulan pendapatan tersebut kemudian di bagikan kepada para pemuda sekitar yang diberdayakan¹¹. Kesuksesan yang diperoleh berhasil mendapatkan beberapa penghargaan seperti yang dipublikasikan pada websitenya antara lain: Pemuda Pelopor Bidang Pendidikan Provinsi Jawa Tengah oleh Kementrian Pemuda dan Olahraga 2018, Liputan 6 SCTV Awards 2018,

⁹ Ayumila dan Sa'diyaturrachman, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Perspektif Ekonomi Syariah Melalui Program KOTAKU (Kota Tanpa Kumuh), Lampung: Universitas Muhammadiyah Lampung & PPs IAIN Raden Intan Lampung, 2020, h. 52

¹⁰ <https://quran.kemenag.go.id/surah/13/11> diakses pada tanggal 13 Juni 2022 Pukul 13.36 WIB

¹¹ <https://komerce.id/blog/kampung-marketer/> diakses pada 19 Juli 2022 Pukul 23.00 WIB

Wirausah Muda Mandiri Kategori Sosial Bank Mandiri 2019, *Sustainable Development Goals Pemuda Indonesia Penggerak Perubahan*) Campaign, *PIRAC&Go* Global Indonesia 2020, Penggerak Wirausaha Muda Berprestasi Kementerian Pemuda dan Olahraga 2019, *Young Changemakers Social Enterprise Academy 2.0* (Campaign.com & US Embassy Indonesia) 2020, *Hyundai startup challenge* (Hyundai Group&Instellar) 2020, *Generation Impact Fellowship Asia Pasific Impact Hub&Bank of America* 2020, UKM Awards 2020, DBS 2020 *Grant Awardee DBS Bank* 2020, *Best of The Best Startup The NexDev* 2020¹². Maka, hal ini yang menjadi alasan peneliti untuk meneliti pemberdayaan ekonomi masyarakat dalam mengurangi tingkat kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja yang dilakukan oleh Komerce. Dengan demikian peneliti mengajukan penelitian yang berjudul “Peran Komerce Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pada Generasi Millennial”

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh Komerce pada generasi *milenial*?
2. Bagaimana dampak dari pemberdayaan oleh Komerce dalam mengurangi tingkat kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam?

3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis bentuk dari pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh Komerce kepada generasi *milenial* dan dampak dari pemberdayaan

¹² <https://komerce.id/blog/kampung-marketer/> diakses pada 19 Juli 2022 Pukul 23.00 WIB

ekonomi masyarakat dalam mengurangi tingkat kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. Peneliti berharap mampu memberikan penjelasan lebih lanjut peran pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui Komerce.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk para akademisi sebagai penambah referensi dan pembanding dari penelitian yang lainnya yang berhubungan dengan permasalahan pada pemberdayaan ekonomi, kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja.

b. Manfaat Praktis

Dalam pemanfaatan bagi praktis, penelitian ini dapat digunakan untuk para Instansi Pemerintahan maupun lembaga masyarakat swasta untuk menerapkan praktik secara nyata tentang pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh Komerce untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja kepada generasi *millennial*

4. Tinjauan Pustaka

Sebelum dilakukannya dan menulis penelitian ini, peneliti telah memahami dan berpedoman kepada beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti. Sebelum peneliti melakukan penelitian, telah melihat beberapa literatur, dimana masih jarang yang membahas tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat berdasarkan Perspektif Islam yang dilakukan oleh pihak swasta seperti melalui Komerce dimana masyarakatnya diajarkan tentang *digital marketing* untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja yang berada di Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol

Kabupaten Purbalingga. Namun ada beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat untuk mengurangi tingkat kemiskinan dengan menggunakan program dari pemerintah.

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Mohammad Nadzir dalam jurnal *Economica* yang berjudul *Membangunan Pemberdayaan Ekonomi Di Pesantren* pada tahun 2015. Penelitian ini menjelaskan tentang pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh pesantren yang memiliki peran yang sangat penting baik dengan yang terkait persoalan keagamaan maupun sosial kemasyarakatan. Pesantren memiliki peran seperti memberikan bekal keahlian-keahlian seperti pertanian, berdagang, dan bengkel dengan harapan keluar dari pesantren sudah memiliki bekal untuk bekerja. Pesantren juga menanamkan jiwa wirausaha kepada para santri¹³.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Rusni Djafar dan Umar Sune dalam jurnal *Politik Dan Sosial Kemasyarakatan* yang berjudul *Pengentasan Kemiskinan Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Di Kabupaten Pahuwato* pada tahun 2019. Penelitian ini menjelaskan tentang pengentasan kemiskinan yang dilakukan dengan program pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Pahuwato melalui pengamatan bahwasannya belum menggambarkan kesinergian antar pemerintah daerah dengan pemerintah desa dengan pihak swasta dan masyarakat yang akan menjadi sasaran. Masyarakat setempat yang menjadi sasaran masih cenderung pasif belum mampu membangun diri menjadi masyarakat yang mandiri sehingga hal ini menjadi salah satu hambatan dalam pemberdayaan masyarakat. Ada tiga program dalam pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Pahuwato yaitu asistensi, fasilitasi dan promosi belum diterapkan dengan baik. Pada program asistensi yang berupa pemberian pelatihan dan konsultasi diberikan secara merata kepada masyarakat

¹³ Nadzir, Mohammad. "Membangun Pemberdayaan Ekonomi di Pesantren" *Jurnal Economica*

Volume VI No.1 2015

binaan tidak sesuai dengan kemampuan. Sehingga dengan hal ini membuat Kabupaten Pahuwato dalam lima tahun terakhir hingga 2017 tingkat angka kemiskinan masih tinggi. Faktor penentu keberhasilan pengentasan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat terdiri dari faktor komunikasi, sumber daya, sikap, dan juga struktur peranan birokrasi yang masih menjadi hambatan. Pada aparat sekitar Kabupaten Pahuwato belum berperan aktif terhadap 3 program tersebut tidak secara berkelanjutan, sehingga hal ini berdampak kepada peningkatan kemandirian masyarakat miskin¹⁴.

Penelitian yang ketiga ditulis oleh Neila Susanti dan Marliyah dalam Jurnal Human Falah yang berjudul Pola Pemberdayaan Ekonomi Generasi Milenial (Studi Kasus Komunitas Serikat Saudagar Nusantara / SSN Di Medan) Pada tahun 2019. Dalam penelitian ini menjelaskan pemberdayaan yang dilakukan oleh Komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN) Medan adalah program Monitoring Bisnis Pekanan (MBP) Medan Berdaya adalah forum gratis bagi masyarakat umum yang berminat di bidang bismis dan wirausaha, baik yang ingin belajar, baru memulai maupun yang sudah lama berbisnis. Bentuk acara yang dilakukan adalah seminar maupun sesi *sharing* oleh pembicara nasional. Cara selanjutnya adalah Kopdar Saudagar Nusantara mempertemukan para UMKM dan memberi motivasi. Pemberdayaan yang dilakukan ini yaitu membekali modal sosial anggotanya dengan cara relasi dan kepercayaan sesama pelaku UMKM¹⁵.

Penelitian yang keempat yang ditulis oleh Adon Nasurullah Jamaludin, M.AG dalam jurnal individual lembaga penelitian dan pengabdian kepada masyarakat UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berjudul Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Program PNPM Mandiri

¹⁴ Rusni Djafar dan Umar Sune, “*Pengentasan Kemiskinan Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Di Kabupaten Pahuwato*”, Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan, Vol. 11 No. 3, 2019

¹⁵ Neila Susanti dan Marliyah, “*Pola Pemberdayaan Ekonomi Generasi Milenial (Studi Kasus Komunitas Serikat Saudagar Nusantara/SSN Di Medan)*”, Jurnal Human Falah, Vol. 6, No. 1, 2019

Pedesaan (Penelitian di Desa Kersamanah Kecamatan Kersamanah Kabupaten Garut). Dalam penelitian ini menjelaskan tentang pemberdayaan masyarakat pedesaan melalui program PNPM Mandiri yang diluncurkan oleh pemerintah untuk menanggulangi kemiskinan dan menciptakan peluang kesempatan kerja. Program PNPM Mandiri hadir sebagai salah satu langkah pemerintah dengan di latar belakang faktor sosial ekonomi dimana adanya masyarakat miskin dan tertinggal di sekitar daerah Desa Kersamanah. Sehingga pemberdayaan masyarakat ini memiliki tujuan agar mencapai kesejahteraan dan kesempatan kerja untuk masyarakat miskin. Dengan adanya program ini masyarakat sekitar menyambut secara proaktif. Bentuk dari program PNPM Mandiri yang ada di desa Kersamanah berupa kegiatan fisik atau lingkungan untuk masyarakat miskin, dimana program ini berupa pembangunan selokan, pengadaan air bersih, dan juga meningkatkan kualitas pemukiman penduduk miskin. Dalam bidang ekonomi program yang diberikan adalah pinjaman bergulir untuk meningkatkan usaha produktif dengan jasa 1,5% per bulan. Yang selanjutnya ada program sosial dimana apabila ada salah satu masyarakat miskin mengalami musibah maka akan diberikan tunjangan. Akan tetapi setelah diberikannya pinjaman bergulir terdapat kesalahan pemahaman masyarakat tentang dana tersebut, dimana masyarakat menganggap dana yang diberikan merupakan sebuah bentuk hibah atau diberikan secara cuma-cuma. Sehingga masyarakat yang diberi pinjaman tidak mau membayarkan angsurannya dan pemerintah mengalami kesulitan dalam menagih dana tersebut. Hal itulah sebagai salah satu faktor penghambat program PNPM Mandiri dari Pemerintah di Desa Kersamanah¹⁶.

¹⁶ Adon Nasurullah Jamaludin, *Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Program PNPM Mandiri Perdesaan (Penelitian di Desa Kersamanah Kecamatan Kersamanah Kabupaten Garut)*, Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UIN Sunan Gunung Djati, 2012

Penelitian yang kelima skripsi ditulis oleh Fika Puspita Sari pada tahun 2021 dalam judul Peranan Kampung Marketer Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Warga Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga. Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan Kampung Marketer telah berperan dalam meningkatkan kemandirian ekonomi warga Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol dengan jumlah SDM terberdayakan sebanyak 76 SDM pada Desember 2020. Di mana masing-masing pendapatan SDM antara 1-3 juta per bulan dan total akumulasi pendapatan SDM secara keseluruhan sebesar Rp 1.389.163.958 pada Desember 2020. Peningkatan kemandirian ekonomi warga yang dilakukan Kampung Marketer adalah inovasi di jalur pendidikan dalam hal peningkatan kompetensi (*skill*) di bidang IT, yaitu dengan mengubah *Input* (warga desa) yang notabene masih kurang terampil atau bahkan nol dalam bidang IT berbasis *marketing online* menjadi SDM yang terampil (*output-nya*)¹⁷. Perbedaan Penelitian yang ditulis oleh Fika Puspita Sari dengan penulis, dimana Fika Puspita Sari terfokuskan pada peranan Kampung Marketer dalam meningkatkan kemandirian ekonomi warga sedangkan penulis terfokuskan pada bentuk pemberdayaan yang dilakukan oleh Kampung Marketer dan dampaknya pada tingkat kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja di tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.

Adapun kajian pustaka yang digunakan dalam penelitian ini apabila disajikan di dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1.5

Kajian Pustaka

No.	Nama/Judul/Tahun	Persamaan	Perbedaan
-----	------------------	-----------	-----------

¹⁷ Fika Puspitasari, *Peranan Kampung Marketer Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Warga Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga, Skripsi Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto, 2021*

	Penelitian		
1.	Mohammad Nadzir/2015/ Membangunan Pemberdayaan Ekonomi Di Pesantren pada tahun	Membahas pemberdayaan ekonomi	Lokasi penelitian dan upaya yang dilakukan dalam memberdayakan ekonomi dimana pada penelitian ini memfokuskan pada pemberdayaan masyarakat sedangkan penelitian terdahulu dengan menanamkan nilai-nilai agama dan kewirausahaan
2.	Rusni Djafar dan Umar Sune/2019/Pengentasan Kemiskinan Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Di Kabupaten Pahuwato	Membahas pemberdayaan masyarakat dalam pengentasan kemiskinan	Lokasi penelitian, upaya yang dilakukan dalam pemberdayaan dan prinsip-prinsip dalam Islam, sedangkan penelitian terdahulu dengan pemasaran produk
3.	Neila Susanti dan Marliyah/2019/Pola Pemberdayaan Ekonomi Generasi Milenial (Studi Kasus Komunitas Serikat	Membahas tentang pemberdayaan untuk generasi milenial dan jenis penelitian	Lokasi penelitian dan upaya memberdayakan generasi milenial dengan cara diberikan ilmu

	Saudagar Nusantara / SSN Di Medan)	lapangan menggunakan metode deskriptif kualitatif	<i>digital marketing</i> dan pada penelitian terdahulu dengan cara memberikan program Monitoring Bisnis Pekanbaru (MBP) Medan Berdaya
4.	Adon Nasurullah Jamaludin/2012/ Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Program PNPM Mandiri Pedesaan (Penelitian di Desa Kersamanah Kecamatan Kersamanah Kabupaten Garut).	Membahas tentang pemberdayaan masyarakat	Lokasi penelitian dan pemberdayaan masyarakat dengan ilmu <i>digital marketing</i> , dan prinsip-prinsip dalam Perspektif Ekonomi Islam sedangkan penelitian terdahulu pemberdayaan masyarakat berupa pembangunan selokan, pengadaan air bersih, dan juga meningkatkan kualitas pemukiman penduduk miskin
5.	Fika Puspita Sari/2021/ Peranan Kampung Marketer Dalam Meningkatkan	Lokasi Penelitian dan Metode penelitian	Fokus pada penelitian ini peranan komerce dalam pemberdayaan

	<p>Kemandirian Ekonomi Warga Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga.</p>	<p>kualitatif</p>	<p>Ekonomi masyarakat untuk generasi milenial di Kecamatan Karangmoncol dalam penyerapan tenaga kerja dan tingkat kemiskinan sesuai dengan prinsip-prinsip Perspektif Ekonomi Islam sedangkan penelitian terdahulu terfokuskan pada peranan kampung marketer dalam meningkatkan kemandirian ekonomi warga.</p>
--	---	-------------------	--

5. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang akurat sesuai dengan latar belakang masalah diatas dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian :

1. Jenis Penelitian

Dalam sebuah penelitian diperlukannya metode dimana hal ini merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositisme, yang

digunakan untuk meneliti suatu kondisi yang alamiah dimana pada metode ini peneliti sebagai sebagai instrumen kuncinya, sedangkan pada teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif.¹⁸ Menurut Lincoln dan Guba mengatakan bahwa dalam penelitian kualitatif peneliti seyogyanya memanfaatkan diri sebagai instrumen, dikarenakan instrumen nonmanusia sulit digunakan secara luwes untuk menangkap berbagai realitas dan interaksi yang terjadi.¹⁹

Pendekatan yang dilakukan oleh peneliti adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi dan klarifikasi suatu fenomena ataupun kenyataan sosial, dengan cara mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah maupun unit yang sedang diteliti.²⁰ Dalam pendekatan deskriptif harus dapat mendeskripsikan suatu fenomena, ataupun objek yang akan dituangkan dalam bentuk narasi, dalam penulisannya berbentuk kata ataupun gambar bukan dalam bentuk angka.²¹ Pendekatan deskriptif memiliki tujuan untuk membuat laporan penelitian secara sistematis, aktual sesuai dengan fakta-fakta, dan juga berdasarkan sifat-sifat yang ada di daerah penelitian.²²

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif, dimana peneliti terjun langsung ke lapangan lokasi penelitian. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat dan juga menggambarkan bagaimana peran pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh Komerce

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta, 2016, cet. ke-23, hal 9

¹⁹ Mohammad Mulyadi, *Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya*, Jurnal Komunikasi dan Media, vol 15 (1), 2011, hal.5

²⁰ Ibid, hal 6

²¹ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Sukabumi : CV Jejak, 2018, cet. Ke-1, hal.11

²² Suryana, *Metodelogi Penelitian Model Praktis penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Buku Ajar perkuliahan Universitas pendidikan Indonesia, 2010, hal.18

pada generasi *millennial* untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja ditinjau dari Pespektif Ekonomi Islam

2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti pada saat proses observasi dan wawancara baik dalam bentuk tulisan maupun lisan. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.²³ Sumber penelitian primer pada penelitian ini berasal dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pihak Komerce, Perangkat Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol, masyarakat sekitar komerce, dan juga karyawan dari komerce.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data informasi yang diperoleh dari data-data yang sudah ada atau sebelumnya. Data sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan data kepada pencari data, akan tetapi data yang sudah ada bisa melalui website pemerintah, dokumen, media dan lain sebagainya.²⁴ Dengan seperti itu berarti data sekunder sebagai pendukung dari data primer yang bisa berasal dari literatur-literatur, buku, penelitian sebelumnya, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan judul penelitian digunakan untuk melengkapi referensi. Data sekunder yang diperoleh penulis bersumber dari BPS, Al-Qur'an Kemenag, media resmi komerce, penelitian terdahulu.

3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam melengkapi penelitian ini adalah sebagai berikut.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung : CV Alfabet, 2016, cet. Ke-23, hal 225

²⁴ Ibid, Hal 225

a) Wawancara

Pada penelitian kualitatif dibutuhkan data yang jelas dimana dapat menggunakan metode wawancara. Metode wawancara adalah metode dalam mencari informasi yang dilakukan secara langsung antara peneliti dengan subjek penelitian bisa individu, kelompok, organisasi, maupun suatu lembaga dengan melontarkan beberapa pertanyaan. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan secara terprogram dimana peneliti telah menyusun pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian.²⁵ Setelah memberikan pertanyaan kepada subjek penelitian tidak lupa untuk mencatat hasil wawancara bisa berupa tape recorder, buku catatan, maupun merekam menggunakan kamera. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pihak terkait yaitu: Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer, karyawan komerce, Perangkat Desa Tunjungmuli dan juga orang-orang yang terkait dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat oleh komerce.

b) Observasi

Observasi yang dilakukan pada peneliti untuk penelitian ini dengan cara mengamati langsung suatu kejadian atau peristiwa yang sedang diteliti. Observasi dilakukan secara langsung kepada objek penelitian yaitu Komerce di Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga. Observasi yang dilakukan peneliti termasuk pada observasi non-partisipan dimana peneliti tidak ikut aktif dalam bagian kegiatan hanya mengamati dari jauh.

c) Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif dimana metode dokumentasi memiliki peran yang sangat besar, karena data pada hasil

²⁵ Subandi, *Deskripsi Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukkan*, Jurnal Harmonia, vol 11 no 2, 2011, hal 177

dokumentasi berguna untuk menampilkan data-data bisa berupa gambar, grafik, maupun tulisan yang sebelumnya belum dapat diperoleh guna mempermudah dalam pengolahan data penelitian²⁶. Teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data-data tentang peran pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh Komerce pada generasi *millennial* untuk mengurangi kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja pemuda desa di sekitarnya.

4. Analisis Data

Untuk mendapatkan deskripsi yang jelas dalam data penelitian yang terkumpul digunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu suatu penelitian yang dimaksudkan untuk mendeskripsikan suatu situasi tertentu yang bersifat faktual secara sistematis dan akurat.²⁷

6. Sistematika Penulisan

Untuk menguraikan rumusan masalah di atas, maka penulis berusaha menyusun kerangka penelitian secara sistematis, supaya pembahasan penelitian mudah dipahami dan lebih terarah sehingga tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Penulisan skripsi ini terbagi kedalam lima bab dengan perincian, sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab pertama terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II Tinjauan Umum tentang Pemberdayaan ekonomi masyarakat, pemberdayaan menurut Islam, kemiskinan, penyerapan tenaga kerja, dan generasi *millennial*

BAB III Gambaran Umum Tentang Komerce.

²⁶ Ibid, Hal 177

²⁷ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta : Erlangga, 2009, hlm 62.

Pada bab ketiga tersusun atas lima sub judul. Pertama gambaran Komerce yang meliputi sejarah berdiri, kontak dan kantor, visi dan misi, value, serta struktur organisasi Kampung Marketer. Kedua, Bentuk Pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh Komerce pada generasi *mienial* yang terdiri dari: *Input*/masukan *Learning Process*/Proses pembelajaran, *Output*/keluaran, *Outcome*/hasil, dan Wirausaha Mandiri.

BAB IV Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Komerce

Pada bab keempat merupakan analisis atas Bentuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat yang dilakukan oleh Komerce pada generasi *milenial* dalam upaya mengurangi kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja di tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.

BAB V Penutup

Pada bab kelima terdiri dari kesimpulan penelitian dan sara-saran terkait dengan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

1. Pengertian Pemberdayaan

Pada Negara berkembang termasuk di Indonesia, wacana pemberdayaan muncul ke permukaan ketika pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah, selaku pemegang kekuasaan menimbulkan disinteraksi sosial, degradasi sumberdaya yang mengakibatkan kesenjangan ekonomi.²⁸

Pemberdayaan berasal dari kata “daya” yang mendapat awalan ber menjadi kata “berdaya” artinya memiliki atau mempunyai daya. Daya artinya kekuatan, berdaya memiliki arti kekuatan. Kata “berdaya” apabila diberi awalan pe- dengan mendapat sisipan –m- dan akhiran –an menjadi “pemberdayaan” artinya membuat sesuatu menjadi berdaya atau mempunyai kekuatan²⁹.

Pemberdayaan adalah usaha untuk membangun, memotivasi, mendorong kesadaran potensi yang dimiliki untuk tetap mengembangkannya. Konsep pemberdayaan tidak terlepas dari pembangunan masyarakat (*community development*) dan juga pembangunan yang bertumpu pada masyarakat (*community-based development*). Orang-orang yang telah mencapai tujuan kolektif akan diberdayakan melalui kemandirian yang ada pada dirinya sendiri, hal ini merupakan hal yang harus agar lebih diberdayakan melalui usaha mereka sendiri dan akumulasi pengetahuan, keterampilan dan juga sumber lainnya

²⁸ Nadzir, Mohammad. “Membangun Pemberdayaan Ekonomi di Pesantren” *Jurnal Economica* Volume VI No.1 2015. h. 41

²⁹ Rosmedi dan Riza Risyanti, *Pemberararakadayaan Masyarakat*, Sumedang: Alqaprit Jatinegoro, 2006, h. 1

untuk mencapai tujuan tanpa bergantung pada pertolongan orang lain dari adanya hubungan eksternal (Mardikanto, 2012)³⁰.

Pemberdayaan menurut Karls yang dikutip oleh Keppi Sukei adalah proses penyadaran dan pembentukan kapasitas (*capacity building*) terhadap partisipasi yang lebih besar seperti kekuasaan, pengawasan, pengambilan keputusan serta tindakan transformasi yang mengarahkan pada perwujudan persamaan derajat yang lebih besar antara perempuan dan laki-laki³¹

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan perwujudan peningkatan harkat dan martabat lapisan masyarakat untuk membebaskan diri dari kemiskinan dan juga keterbelakangan yang dialami oleh masyarakat³². Menurut Swasono dalam Rintuh, Cornelis dan Miar menyatakan bahwa pemberdayaan ekonomi kerakyataan mengandung maksud dari pembangunan ekonomi dimana sebagian besar masyarakat Indonesia merupakan agenda utama pembangunan nasional sehingga langkah-langkah yang nyata harus diupayakan agar pertumbuhan ekonomi rakyat dapat berlangsung dengan cepat³³.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat membutuhkan peran partisipasi aktif dan kreatif demi tercapainya tujuan. Menurut Samuel Paul dalam Abdul Bashith, partisipasi aktif dan kreatif dikatakan partisipasi mengacu pada sebuah proses aktif yang dengannya kelompok sasaran bisa mempengaruhi arah dan pelaksanaan proyek pembangunan ketimbang hanya semata-mata menerima pembagian keuntungan proyek³⁴. Dengan adanya pemberdayaan ekonomi masyarakat diharapkan agar

³⁰ Arif dan Ahmad Riyad, "*Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan Ekonomi Desa*", JKMP, vol. 2 no.1, 2014, h. 56

³¹ Sugiarti dkk, *Pembangunan Dalam Perspektif Gender*, hlm 189.

³² Bashith Abdul, *Ekonomi Kemasyarakatan Visi dan Strategi Pemberdayaan Sektor Ekonomi Lemah*, Malang: UIN MALIKI Press, 2012, Cet Ke-1, h. 27

³³ Uly, et. Al, "*Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Dari Desa Tertinggal Menuju Desa Tidak Tertinggal*", Jurnal Administrasi Publik, Vol 2 no 12, h. 8

³⁴ *Ibid.* h. 28

dapat meningkatkan kehidupan masyarakat kearah kehidupan yang lebih baik. Pemberdayaan meliputi semua yang dilakukan untuk membebaskan masyarakat miskin dari belenggu kemiskinan yang menghasilkan suatu keadaan dimana kesempatan ekonomi tertutup bagi mereka³⁵.

Seiring dengan berkembangnya zaman, berbagai pengertian pemberdayaan yang dicetuskan oleh para ahli juga turut berkembang. Namun konsep pemberdayaan masyarakat pada umumnya mengandung makna *community development* (pembangunan masyarakat), dan *community based development* (pembangunan yang bertumpu pada masyarakat). Dari kedua makna tersebut, kemudian lahir istilah *community driven development* yang berarti pembangunan dilakukan oleh masyarakat dan untuk masyarakat³⁶

2. Pengertian Pemberdayaan Menurut Islam

Pemberdayaan menurut Islam memandang suatu pemberdayaan atas masyarakat madani sebagai suatu hal yang penting sehingga pemberdayaan dalam pandangan Islam akan memiliki pendekatan-pendekatan yang holistik dan strategis. Berkaitan dengan itu, Islam telah memiliki paradigma strategis dan holistik dalam memandang suatu pemberdayaan. Menurut Istiqomah dalam Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam bahwa pemberdayaan dalam konteks pengembangan masyarakat Islam merupakan sebuah pembelajaran kepada masyarakat agar mereka dapat secara mandiri melakukan upaya-upaya perbaikan kualitas kehidupannya baik yang menyangkut tentang kesejahteraan dan

³⁵ Dede Rodin."pemberdayaan Ekonomi fakir Miskin Dalam persepektif Al Qur'an" *Jurnal Economica*" Volume VI No.1 2015. H 72

³⁶ Efri Syamsul Bahri, *Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan*, Kediri: FAM Publishing, 2019, h. 9

keselamatannya di dunia maupun kesejahteraan dan keselamatanannya di akhirat³⁷.

Konsep pemberdayaan masyarakat sesuai dengan ajaran Islam. Dalam Islam mengajarkan tentang kepatuhan kepada Tuhan Yang Maha Esa, tidak lupa juga mengajarkan kepada setiap umat agar memiliki rasa perhatian kepada sesama. Pemberdayaan merupakan perwujudan aktualisasi dari nilai-nilai kemanusiaan yang terdapat pada ajaran Agama Islam. Pemberdayaan salah satu bentuk dari bagian perubahan masyarakat untuk menjadi lebih baik. Prinsip perubahan dalam Islam terdapat pada QS. Ar-Ra'd [13]:11

Menurut Sayyid Qutb mengatakan bahwa ayat yang terdapat pada QS. Ar-Ra'dh [13]:11 berbicara tentang perubahan yang seharusnya dilakukan oleh manusia. Baginya, Allah SWT tidak akan mengubah nikmat, bencana, kemuliaan, kerendahan, kedudukan dan juga kehinaan, terkecuali mereka memiliki kemauan mengubah perasaan, perbuatan dan kenyataan hidup mereka.³⁸ Dengan demikian Allah SWT tidak akan mengubah hidup manusia jika manusia itu sendiri tidak memiliki keinginan dan upaya untuk merubah menjadi yang lebih baik.

Perubahan dapat dilakukan oleh setiap orang yang memiliki keinginan dan mental kuat untuk melakukannya. Dengan memiliki keinginan dan mental dapat memberikan dampak kepada perubahan-perubahan yang bersifat positif, baik dalam bentuk sikap, perilaku maupun pada kehidupan sosial.

Dari Perspektif Islam pemberdayaan masyarakat sebagai sebuah sistem yang individualnya saling membutuhkan dan saling mendukung.

³⁷ Matthoriq, et.al, "Aktualisasi Nilai Islam Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pesisir (Studi Pada Masyarakat Bajulmati, Gajahrejo, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang)", Jurnal Administrasi Publik (Jap), Vol 2 No 3, h. 427

³⁸ Achmad Saeful dan Sri Ramdhayanti, "Konsep Pemberdayaan Masyarakat Dalam Islam", SYAR'IE, Vol 3, 2020, h. 6

Antar individu masyarakat mempunyai hubungan yang idealnya saling menguntungkan. Kesenjangan dalam hal pendapatan ekonomi merupakan sebuah potensi yang dapat dimanfaatkan guna memupuk kerukunan dan silaturahmi antar sesama. Islam mendorong pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dengan berpegang pada tiga prinsip utama, ketiga prinsip itu adalah prinsip kepedulian, prinsip ta'awun, dan prinsip persamaan derajat. Prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut³⁹;

a. Prinsip Kepedulian.

Prinsip ini menegaskan bahwa tiap-tiap muslim saling bersaudara, walaupun tidak ada pertalian darah antara mereka. Rasa persaudaraan menjamin adanya rasa empati dan merekatkan silaturahmi dalam masyarakat. Prinsip ini berdasarkan pada firman Allah SWT QS. Al-Hujurat: 10

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

“Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat”⁴⁰

Dalam konteks pemberdayaan, ukhuwwah merupakan motif yang mendasari seluruh upaya pemberdayaan masyarakat. Rasulullah memiliki visi masyarakat muslim yang saling menolong dan saling menanggung kesulitan secara bersama. Islam mendorong pemeluknya untuk meringankan beban saudaranya yang dilanda kesulitan. Islam merupakan agama yang menanamkan kepedulian dalam diri pemeluknya.

b. Prinsip Ta'awun.

³⁹ Ulfi Putra Sany, "Prinsip-prinsip Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Al Qur'an", Jurnal Ilmu Dakwah, Vol 39, No 1, 2019, h. 34

⁴⁰ <https://quran.kemenag.go.id/surah/49/10> diakses pada 13 Juni 2022 Pukul 16.47 WIB

Allah SWT mendorong manusia untuk saling tolong-menolong sesamanya. Prinsip ta'awun ini merupakan salah satu prinsip yang utama dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Karena sesungguhnya program pemberdayaan itu adalah sebuah upaya menolong individu dan masyarakat yang membutuhkan bantuan dan bimbingan. Upaya pemberdayaan harus dimulai dari rasa kepedulian dan niat menolong individu dan masyarakat yang membutuhkan. Hal ini berasal dari rasa persaudaraan yang tumbuh dari ikatan ukhuwwah.

Allah SWT berfirman QS. Al-Maidah:2

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.⁴¹

c. Prinsip Persamaan Derajat

Prinsip persamaan derajat manusia lahir atas semangat dalam memanusiakan manusia. Berdasarkan prinsip ini semua manusia adalah sama, sehingga setiap manusia dilarang untuk menganggap dirinya sendiri paling berdaya. Keberdayaan yang melekat pada diri manusia yang berdaya akan diaktualisasikan dalam bentuk pemberdayaan kepada masyarakat lemah. Prinsip persamaan derajat terdapat pada Firman Allah SWT QS. Al-Hujurat:13

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

“Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang

⁴¹ <https://quran.kemenag.go.id/surah/5/2> Diakses Pada 14 Juni 2022 Pukul 10.10

yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha teliti.”⁴²

3. Tujuan Pemberdayaan

Tujuan dari pemberdayaan menurut Sulistiyani (2004:80) dalam jurnal karya Iin Sarinah dkk , mengatakan bahwa tujuan pemberdayaan yakni untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi lebih mandiri berfikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan. Kemandirian masyarakat merupakan suatu kondisi yang dialami oleh masyarakat dengan ditandai kemampuan dalam memikirkan, memutuskan dan melakukan sesuatu yang dipandang tepat demi mencapai pemecahan masalah yang dihadapi dengan menggunakan daya kemampuan terdiri dari kemampuan kognitif, konatif, psikomotrik, afektif, dengan mengumpulkan sumber daya yang dimiliki oleh lingkungan internal masyarakat itu sendiri. Dengan hasil pelayanan yang baik.⁴³

Dalam Ajaran Islam pemberdayaan bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan, terutama dalam bidang ekonomi. Segala tindakan yang tidak mencerminkan dengan aspek kesejahteraan bukan ajaran dari Ajaran Islam. Islam merupakan agama yang menginginkan umatnya mencapai kesejahteraan baik di dunia maupun di akhirat. Meskipun manusia yang terhormat di hadapan Tuhan Yang Maha Esa dilihat dari kualitas ketaqwaan, akan tetapi dalam perihal ekonomi juga tidak boleh dilihat secara sebelah mata. Manusia yang memiliki kondisi ekonomi yang baik maka status sosialnya menjadi masyarakat terhormat. Dengan ekonomi yang baik bisa membantu kegiatan sosial seperti yang diajarkan dalam

⁴² <https://quran.kemenag.go.id/surah/49/13> Diakses pada 14 Juni 2022 Pukul 11.13

⁴³ Iin Sarinah, et. al, “Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Oleh Pemerintah Desa Pangandaran Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Pangandaran”, Jurnal MODERAT, Vol 5 No 3, 2019, h. 270

Islam. Manusia yang memiliki ekonomi baik setidaknya telah membangun kebaikan di dunia untuk bekal di akhirat nanti.⁴⁴

Untuk mencapai kemashlahatan setiap manusia memiliki kemerdekaan secara ekonomi. Ada dua hal yang dilakukan manusia untuk mencapai kemerdekaan secara ekonomi dengan cara bekerja keras dan membangun pemberdayaan. Bekerja keras hal ini terfokus pada potensi yang dimiliki oleh individual manusia, sedangkan pemberdayaan lebih mengarah secara sosial. Pemberdayaan lahir dari adanya kesadaran yang dimiliki oleh sosial setiap masyarakat. Jika semakin tinggi kesadaran masyarakat hal ini dapat menjalankan pemberdayaan masyarakat.

Islam merupakan Agama yang menekankan agar umatnya hidup dalam kesejahteraan karena itu merupakan sebuah maslahat. Kemaslahatan sendiri dalam Islam diartikan sebagai terpenuhinya kesejahteraan dunia maupun akhirat. Dalam mencapai sebuah kemaslahatan, setiap manusia sudah sepatutnya merdeka dalam ekonomi, yaitu dapat menguasai dan mengelola sumber-sumber daya ekonomi secara mandiri.

Kesejahteraan sosial dalam UU No 11 tahun 2009 memiliki arti kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Sedangkan penyelenggaraan kesejahteraan sosial adalah upaya yang terarah, terpadu dan berkelanjutan yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat dalam bentuk pelayanan sosial guna memenuhi kebutuhan dasar setiap warga negara, yang meliputi rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial dan perlindungan sosial.⁴⁵

⁴⁴ Achmad Saeful dan Sri Ramdhayanti, "*Konsep Pemberdayaan Masyarakat Dalam Islam*", SYAR'IE, Vol 3, 2020, h. 11

⁴⁵ UU Nomor 11 tahun 2009 tentang kesejahteraan Sosial

Islam sangat menekankan kesejahteraan sosial sebagai sesuatu yang sangat penting bagi kehidupan, sebab jika ekonomi sebuah keluarga lemah, maka dapat berimplikasi pada lahirnya keturunan yang lemah, sedangkan dalam Islam sendiri mewarisi keturunan yang lemah merupakan larangan dalam Al-qur'an. sesuai firman Allah SWT dalam QS: Annisa:9

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”⁴⁶

Islam memandang pemberdayaan ekonomi masyarakat dilakukan bertujuan untuk mewujudkan kebahagiaan baik di dunai maupun akhirat (falah), serta kehidupan yang baik dan terhormat (al hayah- al thoyibbah). Walaupun dalam Islam seseorang yang terhormat itu tidak dilihat dari pakaiannya melainkan dari ketakwaannya, namun dengan kondisi ekonomi yang baik pasti akan menjadikan seseorang itu terhormat.

4. Proses Pemberdayaan

Pemberdayaan masyarakat dapat di katakan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan individu maupun kelompok agar dapat berbuat yang sesuai dengan harkat dan martabat dalam melaksanakan hak-hak mereka dalam bermasyarakat. Pada dasarnya, Pemberdayaan masyarakat diberikan kepada kelompok lemah baik yang tidak memiliki daya sama sekali ataupun kepada kelompok dengan kekuatan yang masih terbatas. Kelompok lemah yang dimaksud dapat dikategorikan sebagai berikut⁴⁷:

⁴⁶ <https://quran.kemenag.go.id/surah/4/9> Diakses Pada 16 Juni 2022 Pukul 11.45 WIB

⁴⁷ Henrawati Hamid, *Manajemen Pemberdayaan Masyarakat*, Makasar: DeLa Macca, 2018, h. 11

- a. Lemah secara struktural, yaitu lemah yang dilihat dari kedudukannya (masyarakat yang kedudukan ekonominya rendah), gender maupun etnis (kelompok minoritas), yang mendapatkan perlakuan tidak adil, dan diskriminasi.
- b. Lemah secara khusus, seperti: manula, anak-anak, penyandang disabilitas, orientasi seksual yang menyimpang, dll.
- c. Lemah secara personal, merupakan kelompok lemah yang mengalami masalah pribadi atau keluarga.

Menurut Suharto seperti yang dikutip oleh Henrawti Hamid, setelah kelompok lemah tersebut diberikan daya, diharapkan kelompok ini memiliki kekuatan dalam⁴⁸:

- a. Memenuhi kebutuhan dasarnya, sehingga dapat terhindar dari masalah sosial, seperti: kemiskinan, kelaparan, kebodohan, dan kesakitan.
- b. Memperoleh sumber daya ekonomi dengan mudah, sehingga dapat menunjang masyarakat dalam meningkatkan pendapatan dan memenuhi kebutuhannya.
- c. Terlibat dalam proses pembangunan dan pengambilan keputusan yang ditujukan untuk kepentingan masyarakat.

Rubin dalam jurnal Bambang dan Jumedi mengemukakan 5 prinsip dasar dari konsep pemberdayaan masyarakat sebagai berikut⁴⁹:

- a. Pemberdayaan masyarakat memerlukan break-even dalam setiap kegiatan yang dikelolanya, di mana dalam pemberdayaan keuntungan yang didapat akan di distribusikan kembali ke masyarakat dalam bentuk program maupun kegiatan-kegiatan yang bersifat membangun lainnya.

⁴⁸ *Ibid.* h. 12

⁴⁹ Bambang dan Jumedi, "Pemberdayaan Masyarakat dan pengembangan Kapasitas Dalam Penanggulangan Kemiskinan Melalui PNPM Mandiri Perkotaan", Jurnal MAKSIPRENEUR, Vol 3 No 1, 2013, h. 40

- b. Pemberdayaan masyarakat selalu melibatkan partisipasi masyarakat baik dalam perencanaan maupun pelaksanaan demi tercapainya tujuan tersebut.
- c. Dalam melaksanakan program pemberdayaan masyarakat, kegiatan pelatihan merupakan suatu unsur yang tidak dapat dipisahkan dari pembangunan fisik.
- d. Pada implementasi, pemberdayaan masyarakat harus dapat memanfaatkan semaksimal mungkin sumber daya, terkhusus dalam pembiayaan yang berasal dari pemerintah, swasta maupun dari sumber-sumber yang lainnya.
- e. Kegiatan pemberdayaan masyarakat berfungsi sebagai penghubung antara kepentingan pemerintah yang bersifat makro dengan kepentingan masyarakat yang bersifat mikro, hal ini harus berjalan seimbang.

Pemberdayaan pada hakikatnya yaitu suatu usaha yang berkesinambungan untuk menempatkan masyarakat menjadi lebih proaktif dalam menentukan arah kemajuan yang akan dijalani dalam komunitasnya sendiri. Dengan seperti ini pemberdayaan harus terus berkesinambungan dalam setiap tahapannya, pemberdayaan harus selalu memiliki kualitas yang terus meningkat ke arah lebih baik pada setiap tahapan-tahapannya. Menurut Wilson terdapat 7 tahapan dalam siklus pemberdayaan masyarakat sebagai berikut⁵⁰:

- a. Tahapan Pertama : keinginan masyarakat itu sendiri untuk berubah menjadi lebih baik.
- b. Tahapan Kedua : mampu melepaskan halangan-halangan atau faktor-faktor yang bersifat resistensi terhadap kemajuan dalam dirinya dan komunitasnya.

⁵⁰ *Ibid.*

- c. Tahapan ketiga : sudah menerima kebebasan tambahan dan merasa memiliki tanggungjawab dalam mengembangkan dirinya dan komunitas masyarakat itu sendiri.
- d. Tahapan keempat : upaya untuk mengembangkan peran dan batas tanggungjawab yang lebih luas, juga terkait dengan minat dan motivasi untuk melakukan pekerjaan yang lebih baik.
- e. Tahap kelima : mulai memiliki hasil-hasil nyata peningkatan rasa memiliki yang lebih besar dan menghasilkan keluaran kinerja yang lebih baik.
- f. Tahap keenam : terjadinya perubahan perilaku dan kesan terhadap diri sendiri, dimana dalam keberhasilan peningkatan kinerja mampu meningkatkan perasaan psikologis di atas posisi sebelumnya.
- g. Tahap ketujuh : mencapai keberhasilan dalam memberdayakan diri sendiri, sehingga memiliki rasa tertantang untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

Tahapan pemberdayaan merupakan suatu gambaran proses upaya yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk mengikuti perjalanan arah prestasi kepuasan menuju lebih baik. Proses pemberdayaan dapat dimaknai sebagai runtutan perubahan dalam suatu perkembangan usaha untuk menjadikan masyarakat lebih berdaya. Dengan adanya tahapan pemberdayaan diharapkan dapat mencapai tujuan yang di cita-citakan yakni menjadi masyarakat yang sejahtera. Wilson dalam Jurnal Bambang dan Jumedi⁵¹:

- a. *Awkening* atau penyadaran, pada tahap ini masyarakat disadarkan akan kemampuan, sikap dan keterampilan yang dimiliki serta rencana dan harapan akan kondisi mereka yang lebih baik dan efektif.

⁵¹ *Ibid.* h. 41

- b. *Understanding* atau pemahaman, masyarakat diberi pemahaman dan persepsi baru mengenai dirinya sendiri, aspirasi mereka dan keadaan umum lainnya. Pada proses pemahaman ini meliputi proses belajar untuk secara utuh menghargai pemberdayaan dan tentang apa yang dituntut dari mereka oleh komunitas.
- c. *Harnessing* atau memanfaatkan, setelah masyarakat mengetahui kesadaran dan memahami mengenai tentang pembedayaan, saatnya masyarakat memutuskan untuk menggunakannya bagi kepentingan pada komunitasnya.
- d. *Using* atau menggunakan keterampilan dan kemampuan pemberdayaan sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

5. Bentuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Dengan adanya bentuk pemberdayaan ekonomi masyarakat untuk mencapai kemandirian. Menurut Hutomo.M.Y (2000) dalam jurnalnya untuk mencapai itu semua ada bentuk-bentuk pemberdayaan ekonomi masyarakat yang diberikan⁵²:

a. Bantuan modal

Salah satu aspek permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat tunadaya adalah permodalan. Lambatnya akumulasi *capital* di kalangan pengusaha mikro, kecil, dan menengah hal ini merupakan salah satu penyebab lambatnya laju perkembangan usaha dan rendahnya surplus usaha mikro, kecil, dan menengah. Dalam usaha pemberdayaan ekonomi masyarakat yang perlu diperhatikan yaitu: bagaimana pemberian bantuan modal yang tidak membuat ketergantungan masyarakat yang diberdayakan, dan bagaimana pemecahan aspek modal dilakukan melalui penciptaan sistem yang kondusif baru.

b. Bantuan pembangunan prasarana

⁵² Hutomo, M.Y. 2000. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi: Tinjauan Teoritik dan Implementasi*. Jakarta: Bappenas. H. 7

Usaha mendorong produktivitas dan mendorong tumbuhnya usaha, tidak akan memiliki arti penting bagi masyarakat, jika hasil produksinya tidak dapat dipasarkan.

c. Bantuan Pendampingan

Pendampingan kepada masyarakat tunadaya perlu dan penting untuk dilakukan. Tugas utama untuk pendamping adalah untuk memfasilitasi proses belajar dan menjadi mediator untuk penguatan kemitraan baik antara usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah dengan usaha besar. Pendamping pemberdayaan ekonomi masyarakat dibutuhkan seseorang yang mumpuni di bidangnya dan harus bersifat insitu tidak sebagai pendamping bersifat eksitu atau sementara. Karena proses pemberdayaan bukan proses yang hanya berjalan satu atau dua tahun saja, akan tetapi proses yang berjalan jangka panjang atau puluhan tahun.

d. Penguatan kelembagaan

Penguatan kelembagaan dilakukan melalui pendekatan kelompok dengan maksud untuk tujuan akumulasi modal atau membangun kelembagaan keuangan tersendiri, maka itu tidak mudah untuk mencapainya. Hal yang paling realistis adalah bila pengelompokan atau pengorganisasian ekonomi diarahkan pada kemudahan untuk memperoleh akses modal ke lembaga keuangan yang telah ada, dan untuk membangun skala usaha yang ekonomis. Aspek kelembagaan lain yang dibutuhkan adalah kemitraan antar skala usaha, dan jenis usaha, pasar barang, dan input produksi. Ketiga aspek kelembagaan tersebut penting untuk ditangani dalam menjalankan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

e. Penguatan Kemitraan Usaha

Pemberdayaan ekonomi masyarakat sebenarnya merupakan *give power to everybody*. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi merupakan penguata bersama, dimana yang besar hanya akan berkembang jika ada yang kecil dan menengah, dan juga

sebaliknya yang kecil akan berkembang jika ada yang besar dan menengah

6. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Untuk memberdayakan masyarakat muslim, strategi pembangunan harus ditujukan kedua arah: pertama, pertama *structural* dalam perekonomian dan dalam tatanan sosial yang memisahkan lapisan masyarakat maju yang berada di sektor modern dari masyarakat tertinggal yang berada di sektor tradisional. Kedua, pemberdayaan sektor ekonomi dan lapisan rakyat yang masih tertinggal. Dalam kerangka ini, arah pemberdayaan masyarakat muslim adalah penciptaan iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*), upaya memperkuat potensi yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*), dan perlindungan. Dalam proses pemberdayaan, yang lemah harus didukung agar tidak semakin lemah, dan pendampingan perlu diwujudkan⁵³.

Secara Umum. Kualitas sumber daya dinegara berkembang masih rendah, baik dari sisi pendidikan maupun skill manajemen kewiraushannya. Memberikan peluang wirausaha kepada mereka bukan berarti menyediakan pabrik besar atau toko besar untuk dikelola memberikan peluang kewirausahaan kepada mereka untuk melakukan usaha yang dapat dikelola sendiri.⁵⁴

B. Kemiskinan

1. Pengertian Kemiskinan

Secara umum, kemiskinan diartikan sebagai kondisi ketidakmampuan pendapatan dalam mencukupi kebutuhan pokok sehingga

⁵³ Gunawan Sumidiningrat, *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*, Jakarta: Gramedia, 1999, h. 130-131

⁵⁴ Ali Murtadho "Strategi Pembangunan Ekonomi Menurut Fahim Khan" *Jurnal Economica*. Vol. VII Edisi 2. 2016 h. 3

kurang mampu untuk menjamin kelangsungan hidup⁵⁵. Definisi Kemiskinan dalam arti luas adalah keterbatasan yang dimiliki oleh seseorang, keluarga, komunitas, bahkan negara yang menyatakan ketidaknyamanan dalam kehidupan, terancamnya penegakan hak dan keadilan, terancamnya posisi tawar (*bargaining*) dalam pergaulan dunia, hilangnya generasi, serta suramnya masa depan bangsa.⁵⁶

2.Faktor-faktor penyebab Kemiskinan

Akar kemiskinan dapat dibedakan dua macam, Pertama kemiskinan alamiah, Kedua kemiskinan buatan.⁵⁷

a. Kemiskinan alamiah, yaitu kemiskinan yang timbul akibat sumber daya yang langka jumlahnya atau tingkat perkembangan teknologi yang rendah. Maksudnya menyebabkan faktor-faktor kemiskinan pada masyarakat secara alami memang ada. Mungkin saja dalam keadaan alamiah tersebut yang lebih miskin dari yang lain.

b. Kemiskinan buatan, yakni kemiskinan kemiskinan yang terjadi karena struktur sosial yang ada membuat membuat anggota masyarakat tidak menguasai sarana ekonomi dan fasilitas-fasilitas secara merata.⁵⁸

Penyebab kemiskinan menurut Kuncoro (2000) sebagai berikut:⁵⁹

a. Secara makro, kemiskinan muncul karena adanya ketidaksamaan pola kepemilikan sumber daya yang menimbulkan ketimpangan distribusi pendapatan, penduduk miskin hanya memiliki sumber daya dalam jumlah yang terbatas dan kualitasnya rendah.

b. Kemiskinan muncul akibat perbedaan kualitas sumber daya manusia karena kualitas sumber daya manusia yang rendah berarti

⁵⁵ Agus Haryadi, *Kemiskinan Mentalitas Budaya*, Yogyakarta: Pustaka Rahima, 2005, h. 123.

⁵⁶ Andri Bayo, *Kemiskinan Dan Strategi Memberantas Kemiskinan*, Yogyakarta: Liberty Offset, 2009, h. 23-24

⁵⁷ Widiastuti, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kemiskinan Di Indonesia*, Jakarta: Grasindo, 2005, h. 56

⁵⁸ Krisnamurth. et. al, "Analisis Diskriminan Untuk Menentukan Indikator Gari Kemiskinan", *Jurnal Gizi dan Pangan*, Bogor: IPB, 2008, h. 34

⁵⁹ Nurul Hak, *Ekonomi Islam Hukum dan Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Teras, 2011, h. 120.

produktivitas juga rendah, upahnya pun rendah. Kemiskinan muncul disebabkan perbedaan akses dan modal.

3. Indikator Kemiskinan

Dari pengertian dan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kemiskinan, kondisi kemiskinan dapat digambarkan melalui beberapa indikator yang disajikan dalam Indeks Kemiskinan Manusia (IKM). Berdasarkan BPS komponen-komponen indeks kemiskinan ada 5 yaitu⁶⁰:

- a. Persentase penduduk yang meninggal sebelum usia umur 40 tahun.
- b. Persentase masyarakat yang buta huruf.
- c. Persentase penduduk yang tidak memiliki akses ke air bersih.
- d. Persentase penduduk yang jarak ke fasilitas kesehatan lebih dari 5 km.
- e. Persentase balita yang berstatus kurang gizi.

4. Kemiskinan Menurut Perspektif Islam

Dalam Islam kata miskin berasal dari *as-sakan* yang memiliki arti lawan dari hal yang selalu bergerak dan bergejolak⁶¹. Kemiskinan dalam Islam yaitu suatu keadaan dimana seseorang membutuhkan karunia dari Allah SWT tidak dapat mencukupi kebutuhan hidupnya untuk beribadah Allah SWT. Berdasarkan Islam kemiskinan maupun kekayaan yang menimpa manusia merupakan suatu cobaan maupun ujian yang diberikan oleh Allah SWT kepada hambaNya di dunia. Orang miskin diuji dengan kekafirannya apakah bisa bersabar atau tidak. Sedangkan orang kaya diuji dengan kekayaan yang dimiliki, apakah akan memiliki rasa syukur atau menjadi hamba yang kufur terhadap nikmat yang Allah SWT berikan.

Kriteria orang-orang miskin dijelaskan dalam Q.S At-Taubah ayat 60

⁶⁰ Erwan Agus Purwanto, "Mengkaji Potensi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk Pembuatan Kebijakan Anti Kemiskinan di Indonesia", Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol 10 no 3, 2007, h. 301

⁶¹ Bayu Tri Cahya, "Kemiskinan Ditinjau Dari Perpektif Al-Qu'an dan Hadis", Jurnal Penelitian, Vol 9 no 1, 2015, h. 46

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَّاتِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرْمِينِ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ قَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

“Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (Mualaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (memerdekakan) orang yang berutang, untuk jalan Allah, dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui, Maha Bijaksana.”⁶²

Seperti yang dijelaskan dalam ayat diatas bahwa orang-orang miskin berhak mendapatkan zakat dari orang-orang kaya hal ini merupakan salah satu upaya dalam memberantaskan kemiskinan menurut Islam. Kemiskinan merupakan musuh terbesar dari Umat Islam dan memiliki kewajiban untuk diberantaskan. Allah SWT tidak pernah memerintahkan kepada hambaNya untuk menjadi orang miskin. Jika hambaNya menjadi orang yang miskin seharusnya memiliki rasa dan tindakan untuk merubah hidupnya agar terbebas dari kemiskinan. Sesungguhnya Allah SWT Maha Penyayang, akan selalu membantu umatnya keluar dari segala kesulitan.

5. Cara Penanggulangan Kemiskinan Dalam Perspektif Islam

Menurut Islam kemiskinan wajib untuk diberantas, banyak cara untuk mengurangi kemiskinan dibagi dalam tiga hal pokok⁶³:

a. Kewajiban setiap individu

Kewajiban setiap individu yang wajib dilakukan langkah pertama adalah harus memiliki usaha dan kerja bagi umatnya yang mampu. Hal ini merupakan suatu cara yang utama agar hidupnya memperoleh kecukupan dan kelebihan.

b. Kewajiban Masyarakat

⁶² <https://quran.kemenag.go.id/surah/9/60> Diakses pada 30 Juni 2022 Pukul 14.30 WIB

⁶³ Bayu Tri Cahya, “Kemiskinan Ditinjau Dari Perpekstif Al-Qu’an dan Hadis”, Jurnal Penelitian, Vol 9 no 1, 2015, h. 55

Dalam Ajaran Islam menganjurkan sumbangan secara sukarela dan menekankan pada kesadaran manusia melalui hak dan kewajiban. Hal ini melalui menuaikan zakat, dimana zakat merupakan kewajiban yang dimiliki oleh delapan kelompok seperti yang terdapat pada penjelasan Q.S At-Taubah ayat 60, baik melalui sedekah wajib yang merupakan hak bagi yang meminta maupun yang tidak meminta, akan tetapi membutuhkan bantuan.

c. **Kewajiban Pemerintah**

Pemerintah dalam suatu negara memiliki kewajiban dalam memberantas kemiskinan untuk mencukupi kebutuhan warga negaranya, melalui sumber dana yang sah dan halal. Yang terpenting dilakukan pemerintah adalah mewajibkan dan mengumpulkan pajak dari warganya, baik berupa pajak perorangan, tanah dan lain sebagainya.

C. Tenaga Kerja

1. Pengertian Tenaga Kerja

Penyerapan Tenaga kerja pada dasarnya dimaksudkan agar tingkat pengangguran mengalami penurunan, dimana adanya keseimbangan antara tenaga kerja dan peluang kesempatan kerja. Dalam kaitannya dengan perekonomian suatu negara, penyerapan tenaga menjadi penunjang berlangsungnya kegiatan ekonomi dan pembangunan industri.

Menurut UU No. 13 Tahun 2003, tentang ketenagakerjaan, bahwa tenaga kerja adalah obyek setiap orang mampu melaluka pekerjaan untuk menghasilkan barang dan jasa untuk kebutuhan sendiri dan orang lain.

Menurut Sagir (1994:52) memberi pengertian kesempatan kerja sebagai lapangan usaha atau kesempatan kerja yang tersedia untuk bekerja akibat dari suatu kegiatan ekonomi dengan demikian kesempatan kerja mencakup lapangan pekerjaan yang sudah diisi dan kesempatan kerja juga dapat diartikan sebagai partisipasi dalam pembangunan.

Simanjuntak mengatakan, tenaga kerja mencakup penduduk yang sudah atau sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan dan yang melakukan kegiatan lain seperti bersekolah dan mengurus rumah tangga. Pencari kerja, bersekolah, dan mengurus rumah tangga walaupun tidak bekerja, tetapi secara fisik mampu dan sewaktu-waktu dapat ikut bekerja. Pengertian tentang tenaga kerja yang dikemukakan oleh Simanjuntak memiliki pengertian yang lebih luas dari pekerja/buruh. Pengertian tenaga kerja disini mencakup tenaga kerja/buruh yang sedang terkait dalam suatu hubungan kerja dan tenaga kerja yang belum bekerja. Sedangkan pengertian dari pekerja/buruh adalah setiap orang yang bekerja dengan menerima upah atau imbalan dalam bentuk lain. Dengan kata lain, pekerja atau buruh adalah tenaga kerja yang sedang dalam ikatan hubungan kerja.⁶⁴

2. Tenaga Kerja dalam Perspektif Islam

Dalam Perspektif Islam, Tenaga kerja atau orang yang bekerja merupakan sebuah kemuliaan. Islam sangat menganjurkan pemeluknya untuk bekerja dan produksi bahkan bekerja menjadi sebuah kewajiban bagi seseroang jika memang bekerja merupakan jalan untuk bisa bertahan hidup. Lebih dari itu Allah SWT akan memberikan balasan yang setimpal sesuai dengan amal yang dikerjakan seorang hamba, seperti yang tertuai dalam Al Qur'an surat An Nahl: 97.

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

“Siapa yang mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan, sedangkan dia seorang mukmin, sungguh, Kami pasti akan berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan Kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik daripada apa yang selalu mereka kerjakan.”⁶⁵

Al-qur'an memberikan penekanan utama terhadap pekerjaan dan menerangkan dengan jelas bahwa manusia diciptakan di bumi ini untuk

⁶⁴ Hardijan Rusli, *Hukum Ketenagakerjaan*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008, h. 12

⁶⁵ <https://quran.kemenag.go.id/surah/16/97> Diakses pada 30 Juni 2022 Pukul 20.16 WIB

bekerja keras untuk mencari penghidupan masing-masing. Bentuk-bentuk kerja yang disyariatkan dalam Islam adalah pekerjaan yang dilakukan dengan kemampuannya sendiri dan bermanfaat, antara lain⁶⁶:

- a. Menghidupkan tanah mati (tanah yang tidak ada pemiliknya dan tidak dimanfaatkan oleh satu orang pun)
- b. Menggali kandungan bumi
- c. Berburu
- d. Makelar (samsarah)
- e. Peseroan antara harta dengan tenaga (mudharabah)
- f. Mengairi lahan pertanian (musaqat)
- g. Kontrak tenaga kerja (ijarah)

Islam memandang ketenagakerjaan merupakan sesuatu yang mulia, oleh sebab itu dalam menjalankan suatu proses ketenagakerjaan ada prinsip-prinsip yang harus dijalankan guna mengawal proses ketenagakerjaan selalau dalam koridor agama. Prinsip-prinsip ketenagakerjaan adalah sebagai berikut:

a. Kemerdekaan Manusia

Islam merepresentasikan ajarannya dengan berupa aktivitas kesalehan sosial atau muamalah. Dalam proses muamalah tersebut segala tindakan apapun yang didalamnya terdapat perbudakan yang direpresentasikan dengan proses pemaksaan sangatlah dilarang. Rasulullah dengan tegas mendeklarasikan sikap berupa perbudakan yang tidak toleran dan berkeadilan.

b. Kemuliaan derajat manusia

⁶⁶ Nurul Huda, et.al . *Ekonomi Makro Islam*, Jakarta: Kencana, 2009, h. 227

Islam menetapkan setiap manusia apapun pekerjaannya dalam posisi yang terhormat karena Islam sangat mencintai seorang muslim yang gigih untuk kehidupannya.

c. Prinsip keadilan

Prinsip keadilan disini berkaitan dengan keadilan yang dilakukan oleh pengusaha yang adil dalam hal memberikan kompesasi atas apa yang telah dilakukan oleh seorang pekerja, adil dalam memilih tenaga kerja yang cocok untuk untuk bidangnya dan juga keadilan bisa dilihat dari segi pekerja yaitu pekerja harus melakukan kewajiban seorang pekerja yaitu memenuhi semua kewajiban yang ada dalam perjanjian kerja. Pekerja harus bersungguh-sungguh mengerahkan kemampuannya sesuai dengan perjanjian kerja dengan efisien dan jujur.

d. Prinsip Kejelasan aqad (perjanjian) dan transaksi upah

Dalam masalah transaksi aqad, Islam sangatlah tegas bahwa tujuan dari sebuah transaksi adalah saling ridho antara kedua belah pihak. Setiap orang beriman wajib untuk menunaikan apa yang telah diperjanjikan baik yang berkaitan dengan pekerjaan, upah, waktu bekerja dan sebagainya⁶⁷.

Dalam hal ini perjanjian aqad diantara pekerja dan juga pengusaha haruslah jelas pekerjaan yang akan dilakukan oleh seorang pekerja dan juga besaran kompensasi atas pekerjaan yang telah dilakukan dan kapan pekerja itu akan menerima kompensasi itu. Dengan adanya kejelasan aqad ini maka diharapkan tidak terjadi permasalahan dikemudian hari.

D. Generasi Millennial

Perkembangan dari teknologi dapat memberikan manfaat kepada

Setiap generasi, tetapi tidak semua generasi dapat beradaptasi. Generasi yang dapat beradaptasi dengan mengendalikan teknologi yakni generasi *millennial*. Menurut Yuswohady 2016 Generasi *millennial* adalah generasi

⁶⁷ Nurul Huda, et.al . *Ekonomi Makro Islam*, Jakarta: Kencana, 2009, h. 160

yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000. Mereka disebut dengan generasi *millennial* karena mereka yang hidup di pergantian *millennium*, secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala sendi kehidupan⁶⁸. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan, seperti: e-mail, SMS (*Short Message Service*), facebook, instagram, dan twitter. Generasi *millennial* atau dikenal dengan generasi Y menurut Oktavianus 2017 mempunyai karakteristik yakni: rasa percaya diri, optimis, ekspresif, bebas, dan menyukai tantangan⁶⁹.

⁶⁸ Syarif, et.al, “*Perilaku Generasi Millennial dalam Menggunakan Aplikasi GO-Food*”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 6, No. 2, 2018, h. 241

⁶⁹ R Wilya Achmad, et.al, “*Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0*”, Jurnal Pekerjaan Sosial, Vol. 2, No. 2, 2019, h. 190

BAB III

GAMBARAN UMUM KOMERCE

A. Profil Komerce

1. Sejarah Komerce

Komerce merupakan rebranding dari Kampung Marketer sejak Januari 2021. Kampung Marketer berawal dari komunitas pemberdaya pemuda menjadi mahir di bidang *digital marketing* dan *customer service*. Komerce sejak Januari 2021 merupakan sebuah perusahaan Start-Up yang berada di Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol terletak di sebelah utara Kabupaten Purbalingga dan berbatasan dengan Kabupaten Pemalang. Komerce di dirikan pada tahun 2017 oleh Nofi Bayu Darmawan. Nofi merupakan mahasiswa lulusan dari STAN (Sekolah Tinggi Akuntansi Negara) selama kuliah tidak hanya terfokus pada pendidikan saja akan tetapi Nofi juga memiliki ketrampilan di bidang IT terutama dalam pemasaran digital. Setelah lulus dari STAN Nofi bekerja di instansi pemerintah sebagai PNS di Kementrian Keuangan selama 3,5 tahun, kemudian mengundurkan diri secara terhormat dan memilih untuk kembali ke kampung halamannya. Motivasi yang dimiliki Nofi kembali ke Desa Tunjungmuli untuk memberdayakan dan mengembangkan masyarakat desa dengan *skill* yang di miliki terutama dalam bidang pemasaran digital agar berkurangnya pengangguran dan urbanisasi.

Demi mewujudkan impiannya, Nofi melihat dengan berkembangnya teknologi yang diiringi dengan perkembangan *e-commerce* di seluruh Indonesia mendasari terciptanya Kampung Marketer yang sekarang sudah melakukan rebranding menjadi Komerce. Dampak sosial yang diharapkan oleh Nofi pertama untuk

mengurangi pengangguran usia muda di desa, kedua mengurangi urbanisasi usia muda, dan yang ketiga menciptakan pengusaha muda desa di bidang *digital marketing*.

Setelah berjalan kurang lebih hampir 5 tahun, Kampung Marketer bertransformasi menjadi Komerce pada 1 Januari 2021 yang berkolaborasi bersama pebisnis online dan UMKM dalam memenuhi talent di bidang bisnis online untuk membantu optimasi bisnis secara remote. Kampung Marketer memiliki tekad untuk selalu berinovasi dalam mengembangkan *talent-talent* melalui pendidikan dengan kurikulum yang selalu diperbarui. Dengan harapan *talent-talent* yang telah lulus dari pendidikan siap diterjunkan dalam membantu optimasi bisnis online.

Seiring berkembangnya teknologi informasi di Indonesia, banyak pebisnis online yang merambah ke dunia *e-commerce*. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2021 terdapat 2.361.423 pelaku usaha *e-commerce* di Indonesia⁷⁰. Dengan melihat peluang berkembangnya pelaku bisnis online setelah bertransformasi menjadi Komerce kini membuka layanan baru yaitu admin Marketplace, Komship dan Kompack .

Kampung Marketer selama ini dikenal dengan sistem *hire talent* secara remote. Inovasi baru yang dihadirkan dalam usahanya untuk menjangkau pebisnis dengan lebih dekat, Kini setelah melakukan rebranding menjadi Komerce meluncurkan layanan baru bernama *On-site Hiring*. Dimana layanan ini memungkinkan pebisnis untuk *hire talent* Komerce untuk penempatan di lokasi bisnisnya. Komerce memberikan layanan dengan menyalurkan *talent* yang siap bekerja setelah diberdayakan. Dengan memberikan program-program pemberdayaan untuk *talent* untuk meningkatkan *skill* serta pengetahuan atas bidang mereka. Program-program yang dilakukan

⁷⁰<https://www.bps.go.id/publication.html?Publikasi%5BtahunJudul%5D=&Publikasi%5BkataKunci%5D=internet&Publikasi%5BcekJudul%5D=0&yt0=ttps> diakses pada tanggal 9 Agustus 2022 Pukul 21.00 WIB

training, proses pengenalan perusahaan melalui program *On Boarding*, sharing pengetahuan melalui KM Talk (*Advertiser*) dan bedah kasus (*customer service*), memantapkan skill dan mental melalui PPSDM (Program Pemantapan SDM), sedang diberdayakan dan upgrade *skill* (Dik Jang), dan update *skill* melalui program diklat berjenjang.

Setelah berjalan selama kurang lebih 5 tahun, pencapaian dalam memberdayakan SDM mencapai lebih dari 2100an pemuda desa dan yang aktif menjadi SDM Komerce 681 dengan 20 titik pemberdayaan, selain itu Komerce juga menyelenggarakan *training e-commerce* yang diikuti oleh anak muda sebanyak lebih dari 1.300 orang sejak berdiri. Selain fokus pada Sumber Daya Manusia (SDM) Komerce juga memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnis online. Dengan memanfaatkan teknologi Komerce dapat memutar roda perekonomian yang masuk dari kota ke desa pada tahun 2020 mencapai pendapatan tertinggi selama dari selama berdiri yakni Rp. 15,651.033.654,00 dan tahun 2022 perputaran uang sebanyak Rp. 12.708.794.513, dengan kisaran setiap bulannya mampu menghasilkan uang sebanyak Rp. 1.000.000.000-an pendapatan ini dibagikan untuk para pemuda yang diberdayakan.

Pada tahun 2022, Komerce meluncurkan produk digital untuk memudahkan pebisnis online. Produk digital ini telah disiapkan oleh anak muda berbakat di bidang teknologi dan pengembangan aplikasi yang dimiliki oleh *talent* komerce. Layanan produk digital terbaru yang telah diluncurkan antara lain :

a. Komtim

Produk digital komtim ini untuk memudahkan pebisnis online dan UMKM dalam membentuk tim bisnis dengan lebih tepat dan hemat. Didukung oleh tenaga pengajar berpengalaman dan kurikulum yang *up-to-date*. Layanan yang diberikan berupa *customer service*, *advertiser* (iklan digital), dan admin *Marketplace*. Layanan ini telah

dipercayai lebih dari 1000 pebisnis online di Indonesia seperti: ASTRA Otoparts, Kboon, COZMEED, dan lain sebagainya.

b. Komship

Produk digital komship ini merupakan platform layanan pengiriman untuk membantu pebisnis dalam pengiriman paket baik secara *COD* (*cash on delivery*) atau *non-COD* tanpa adanya minimum pengiriman. Layanan komship ini menjalin kerjasama dengan ekspedisi yang ada di Indonesia seperti JNE, Sicepat, ID Express.

c. Kompack

Produk digital kompact adalah solusi untuk pebisnis dalam menghadapi masalah pergudangan, management, dan pengemasan barang. Layanan yang diberikan penyimpanan yang menerapkan SOP untuk menyimpan dan menjamin keamanan barang, *management stock* yakni pemantauan jumlah barang dengan disertai laporan yang selalu *update*, pengemasan dan pengiriman dilakukan oleh pihak komerce sesuai dengan ekspedisi yang dipilih. Lokasi penyimpanan barang yang dimiliki oleh pihak komerce berada di Gudang Tangerang dan Gudang Bekasi.

2. Kantor dan Kontak Komerce

Kantor Komerce tersebar sebanyak 20 di desa-desa yang berada di Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga. Ada 11 desa yang termasuk wilayah Kecamatan Karangmoncol yaitu Sirau, Kramat, Tunjungmuli, Tamansari, Baleraksa, Karangsari, Pepedan, Pekiringan, Grantung, Tajug, dan desa Rajawana. Kantor cabang komerce berada di beberapa desa seperti 1 cabang di Kramat, 4 cabang di Tunjungmuli, 9 cabang di Tamansari, 2 cabang Majingklak, 1 cabang Tajung, 1 cabang Rajawana, ada yang di luar dari Kecamatan

Karangmoncol yaitu 1 cabang berada di Kertanegara dan 1 cabang Yogyakarta⁷¹.

Untuk mempermudah pebisnis, relasi, dan semua kalangan untuk menjalin kerja sama dengan Komerce memberikan alamat lengkap yang dapat diakses sebagai berikut:

1. Alamat : Head Office Komerce Jln. Sawah Tengah No.3
Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten
Purbalangga Kode Pos 53355
2. Nomer telepon : 081360646002
3. Email : contact@komerce.id
4. Web : <https://komerce.id>
5. Instagram : @komerceid
6. Facebook : Komerce
7. Youtube : Komerce

3. Visi dan Misi Komerce

Komerce merupakan perusahaan *start-up* dengan memiliki acuan dalam membuat langkah-langkah perubahan dalam menentukan perkembangan. Visi dan misi dari Komerce adalah sebagai berikut:

1. Visi Komerce

“E-build your e-commerce team”

2. Misi Komerce

“Menjadi partner terbaik dari pebisnis di Indonesia agar mereka semakin berkembang di internet dengan menyediakan *talent* yang berkompeten di bidang *e-commerce* untuk berkolaborasi bersama membangun tim yang solid.”

Untuk mewujudkan visi dan misi yang dimiliki oleh Komerce, maka menyusun modul pendidikan di bidang IT tentang pemasaran online atau yang biasa dikenal dengan *marketing online*.

⁷¹ <https://komerce.id/contact/> diakses pada tanggal 16 Agustus 2022 Pukul 14.34 WIB

4. Value Komerce

Komerce memiliki *value* untuk para *talent* sebagai tolak ukur. *Value* harus digali agar setiap *talent* memahami dan sadar terhadap perannya dalam perusahaan untuk keberlangsungan operasional. Agar *talent* merasa di junjung tinggi oleh Komerce, maka *value* yang dimiliki untuk maju bersama sebagai berikut:

“KICK-UP”

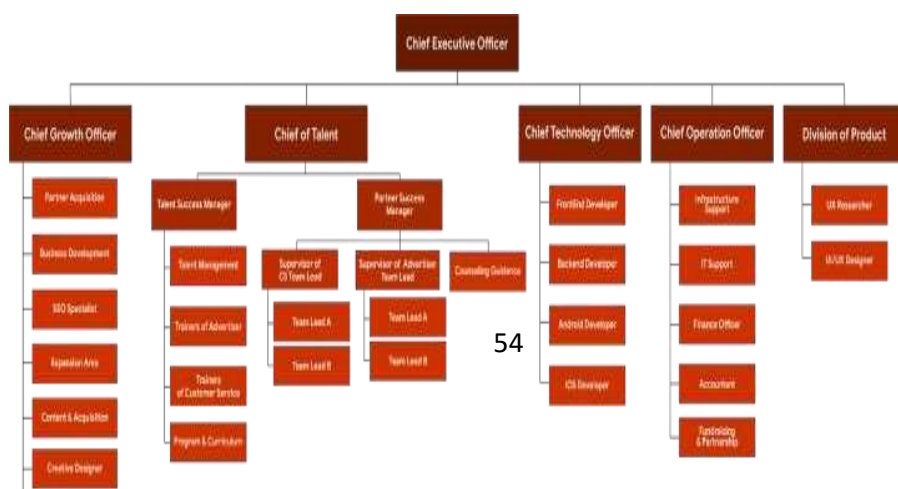
KICK-UP itu sendiri merupakan suatu kepanjangan yang terdiri dari:

1. Kerahasiaan data : Wajib menjunjung tinggi kerahasiaan data partner karena sangat berpengaruh pada keberlangsungan komerce.
2. Inisiatif : sadar diri bahwa kebaikan itu bisa dilakukan tanpa disuruh, dilihat dan diawasi.
3. Ceria : memunculkan vibrasi positif yang dapat menambah energy untuk berkarya.
4. Kaizen : tiada hari tanpa perbaikan dan kemajuan walaupun hal terkecil.
5. Usul : Jadilah pribadi yang aktif dan tanggap, semua boleh mengajukan usul, dan tidak ada yang salah dalam memberikan usulan.
6. Pembelajar : haruslah terus belajar tanpa henti untuk mendapatkan masa depan yang lebih baik.

5. Struktur Organisasi Komerce

Gambar 3.1

Struktur Organisasi Komerce



Sumber : Modul Komerce

Deskripsi Masing-Masing Devisi

1) Growth Division

Bidang pertumbuhan menjadi tombak utama dari tumbuh besarnya Komerce. Bidang ini bertugas agar Komerce senantiasa menjangkau lingkungan yang lebih luas dan bisa menarik partner sehingga mereka bisa berkolaborasi.

2) Talent Division

- Talent Success Manager

Bertugas untuk fokus mendidik talent tentang teknologi dan kurikulum terbaru, sehingga menciptakan talent yang berkompeten dan menyesuaikan zaman.

- Partner Success Manager

Bertugas memonitoring performa kerja talent sehingga tujuan partner tercapai, serta senantiasa menjaga hubungan dengan partner agar partner selalu memakai layanan Komerce untuk mengelola bisnis onlinenya.

3) Technology Division

Bidang Teknologi adalah bidang yang menangani infrastruktur dan sistem teknologi agar tercipta output product yang sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan pengguna.

4) Product Division

Bidang Produk adalah yang menangani segala bentuk Pengembangan mengenai pelayanandan/ atau jasa Komerce.

5) Operation Division

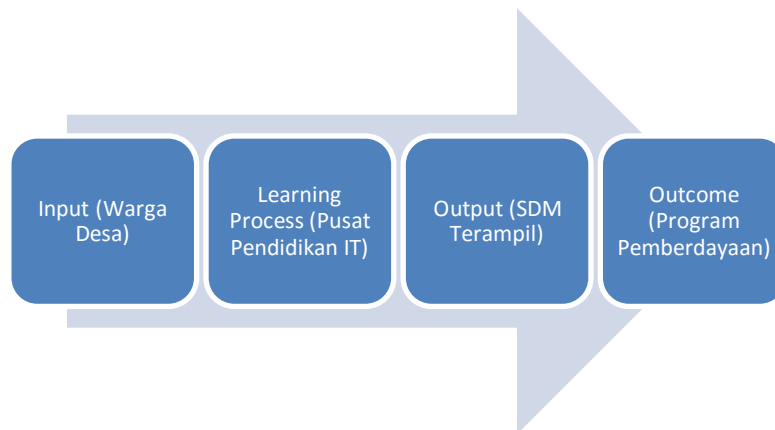
Bidang yang melayani segala bentuk operasional sehingga membantu bidang lain dalam melaksanakan setiap program yang dijalankan

B. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Komerce

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti memperoleh data bentuk dari pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui komerce. Pemberdayaan yang dilakukan berupa pelatihan dan pendidikan yang bergerak di bidang teknologi yakni berbasis *digital marketing*. Alur pemberdayaan yang dilakukan untuk memberdayakan masyarakat desa tergambar oleh gambar 3.2 dibawah ini:

Gambar 3.2

Alur pemberdayaan di Komerce



Sumber: Modul Komerce

Alur pemberdayaan diatas dapat dijelaskan oleh penulis sebagai berikut:

1. Input/Masukan

Pemberdayaan yang dilakukan oleh komerce ini berawal dari *input* dimana sasaran utamanya adalah warga desa. *Input* yang dimaksud adalah mengubah warga desa yang kurang terampil atau bahkan tidak bisa sama sekali dalam dunia IT yang berbasis pada *digital marketing* untuk menjadi SDM yang terampil dibidang ini.

Pemberdayaan yang dilakukan ini diperuntukkan untuk warga desa sekitar dengan syarat memiliki *handphone* android mayoritas berasal dari Kecamatan Karangmoncol yang terdiri dari 11 Desa yaitu Sirau, Kramat, Tunjungmuli, Tamansari, Baleraksa, Karangsari, Pepedan, Pekiringan, Grantung, Tajug, dan desa Rajawana. Warga desa yang akan diberdayakan harus mendaftar dan membawa surat lamaran untuk didata terlebih dahulu, dalam proses awal semua warga desa berhak mendapatkan ilmu dalam bidang *digital marketing* dengan harapan apabila sudah mahir mampu menjadi pembisnis online. Pemberdayaan ini diperuntukkan untuk siapa saja, sampai dengan orang yang berkebutuhan khusus atau disabilitas mereka diberdayakan.

Pada proses ini bagi pemuda desa sekitar yang membutuhkan pekerjaan bisa bergabung dengan Komerce. Syarat penerimaan sebagai SDM Komerce yaitu sudah mahir dan mau tetap belajar dalam dunia *digital marketing*, kemudian syarat umumnya mengikuti dengan peraturan pemerintah yang diatur oleh undang-undang ketenagakerjaan. Bagi pemuda atau pemudi desa yang tidak bisa bergabung dengan komerce, rata-rata mereka menjadi pembisnis *online* dari rumah mereka masing-masing karena sudah menjadi warga desa yang diberdayakan mendapatkan ilmu dan *skill*. Dari total data jumlah warga desa yang sudah diberdayakan lebih dari 2100an pemuda desa, akan tetapi sekarang yang aktif menjadi SDM di Komerce sebesar 681 orang dengan mayoritas 80% dari pemuda desa sekitar Kecamatan Karangmoncol⁷².

2. Learning Process / Proses Pembelajaran

Alur selanjutnya yang dilakukan oleh komerce dalam pemberdayaan pemuda desa yaitu *Learning Process* atau biasa dikenal dengan proses pembelajaran. Setelah mendaftar untuk mendapatkan

⁷² wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.00 WIB

ilmu dibidang IT berbasis *digital marketing* langkah selanjutnya akan diberikan pelatihan dan pendidikan oleh komerce dengan diberikannya kurikulum berbasis *online marketing*, modul, dan juga pengajar SDM yang berpengalaman dibidang ini. SDM atau pemuda desa yang diberdayakan diharapkan menjadi pribadi yang ahli di dunia *online marketing* dan cakap di bidang IT. Proses pembelajaran ini diperuntukkan untuk:

- 1) Penerima manfaat disini adalah warga atau pemuda desa yang membutuhkan lapangan pekerjaan.
- 2) Masyarakat yang berada dari luar komerce yang ingin memiliki pengetahuan dan *skill* di bidang *digital marketing*.

Pelatihan dan pembelajaran yang dilakukan oleh masyarakat dari luar Komerce dinamakan dengan Edukasi Gratis yang diadakan setiap hari sabtu dilaksanakan di saung milik Komerce di balut dengan *sharing session* kegiatan ini diikuti oleh pemuda-pemuda desa dari luar daerah, kemudian ada juga Wisata Edukasi yang ingin belajar bisnis *online* dengan biaya sekitar Rp.1.500.000,00 – Rp. 2.000.000 dengan waktu selama 1 minggu yang akan didampingi oleh pihak Komerce yang berpengalaman. Kegiatan wisata edukasi ini dibalut dengan suasana outdoor dan kegiatan sosial. Biaya tersebut sudah termasuk dengan biaya penginapan dan *budgeting* iklan. Ilmu yang didapatkan antara lain *digital marketing*, riset produk dan *supplier*, kestabilan iklan, *basic skill customers*. Pada masa *pandemi Covid-19* kegiatan wisata edukasi ini tidak berjalan sesuai dengan peraturan pemerintah dilarangnya pertemuan-pertemuan tatap muka, maka kegiatan ini diganti dengan online atau biasa di kenal dengan seminar atau webinar tentang *digital marketing*.

Dengan berjalannya waktu Komerce memberikan inovasi baru yang bekerja sama dengan salah satu Perguruan Tinggi di Jawa Tengah kepada para pemuda dengan diluncurkannya aplikasi bernama Kampus Komerce dengan terdiri dari 4 kelas antara lain *customer service*, *advertiser*, *admin marketplace*, *admin sosial media*. Kelas ini memiliki syarat diperuntukan bagi pemuda yang sudah lulus sekolah tanpa dipungut biaya⁷³.

Ilmu ketrampilan yang diberikan oleh Komerce kepada pemuda desa antara lain :

a. Pendidikan *Customer Service*

Customer service merupakan peran penting dalam suatu perusahaan selain memberikan pelayanan juga sebagai *public relation* atau menjalankan hubungan dengan masyarakat⁷⁴. Ketrampilan yang diberikan oleh Komerce dalam bidang *customer service* agar SDM mampu meng-*handle* calon pembeli melalui aplikasi *chatting* dan mampu memng-konversikannya sebagai pembeli. Aplikasi yang diajarkan dan di gunakan adalah *Whatsapp*, *Facebook*, dan juga *Instagram*. Dengan diberikannya pendidikan di bidang *customer service* sehingga mampu mengkonversikan calon pembeli sebagai pembeli yang sesungguhnya pada bisnis yang ditekuni.

b. Pendidikan *Advertiser*

Pendidikan di bidang *Advertiser* merupakan ketrampilan menggunakan media digital untuk membuat strategi iklan atau *advertisement* penarawan baik berupa barang atau jasa kepada calon pembeli. Untuk menjalankan *Advertiser*, Komerce menggunakan media sosial untuk pembinaan terfokuskan pada pemanfaatan iklan dalam *facebook*, *instagram*, dan *google ads* yang mempergunakan

⁷³ Sumber Wawancara Dengan Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.00 WIB

⁷⁴ Yuni dan Bhiartzika, "Analisis Pelayanan CS (Customer Service) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Danamon Di Sukodadi Lamongan", Jurnal EKBIS Vol. XIX No. 1, 2018, h. 1093

dan merekam data pixel atas kebiasaan atau *habit* pengguna media sosial.

c. Pendidikan *Social Media Admin*

Pendidikan ini suatu ketrampilan menjaga interaksi (*engagement*) dan mengelola calon pembeli maupun pelanggan di *channel sosial media* sebuah brand. Ketrampilan *social media* merupakan upaya meningkatkan *skill* pemuda desa dalam memanfaatkan secara penuh menggunakan media digital untuk membuat strategi iklan (*advertisement*) berupa penawaran produk maupun di bidang jasa kepada calon pembeli atas penawaran suatu produk yang akan dijual.

d. Pendidikan *Content Writer*

Pendidikan ketrampilan yang diberikan pada bidang ini adalah mampu memproduksi sebuah konten yang menarik untuk sebuah brand di media sosial. Memproduksi sebuah konten yang menarik baik berupa artikel maupun penawaran produk biasa dilakukan untuk *blog* maupun *website* ataupun *sales page*. Dengan diberikannya keterampilan ini agar meningkatkan keahlian dalam memproduksi sebuah konten yang menarik, sehingga mampu mendorong pembeli melakukan kegiatan jual beli secara *online* pada produk yang dipasarkan.

3. Output / Keluaran

Untuk menjadi SDM yang terampil dalam bidang *digital marketing* dan menjadi yang siap di berdayakan. Dengan itu pemuda desa wajib mengikuti pelatihan dan juga pendidikan yang dilakukan oleh Komerce untuk proses pemberdayaan selama 1 sampai dengan 2 minggu untuk memperoleh ketrampilan *customer service*, *social media admin*, *content writer*, dan untuk memperoleh ketrampilan di bidang *Advertiser* membutuhkan pelatihan selama 1 bulan. Komerce memiliki harapan setelah melakukan pelatihan dan pendidikan menjadikan pemuda desa tersebut menjadi SDM yang terdidik dan terlatih

dibidang IT. Dengan memiliki *skill* dibidang IT sehingga, *output*-nya mereka dapat *survive* dirinya untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapi seperti mengurangi tingkat kemiskinan pada dirinya sendiri, tingkat pengangguran, mengurangi tingkat urbanisasi seperti yang dilakukannya pemuda desa sebelum mendapatkan pemberdayaan.

4. Outcome / Hasil

Pada Alur ini SDM yang sudah terampil dan memenuhi syarat akan dimasukkan dalam program pemberdayaan dengan mulai berkolaborasi dengan partner (pebisnis) untuk membantu dalam memasarkan produknya secara *online*. Partner yang bekerja sama telah membuat kesepakatan terlebih dahulu dengan Komerce.

Kriteria khusus untuk para partner yang ingin melakukan kolaborasi antara lain:

1) Partner mengambil *Advertiser*

Apabila partner memberdayakan *advertiser* maka partner haruslah produsen atau agen resmi dari suatu produk. Apabila partner berstatus *reseller* atau *dropshipper* maka tidak diperbolehkan untuk memberdayakan SDM bidang *advertiser*

2) Partner mengambil *customer service*

Apabila partner memberdayakan SDM yang terampil pada bidang *customer service* maka status partner tersebut bebas. Bebas dalam arti baik itu produsen, *reseller*, atau *dropshipper* boleh memberdayakan SDM bidang *customer service*. Ada produk-produk yang tidak diterima oleh Komerce antara lain :

- a. Produk obat terlarang
- b. Produk MLM (*Multi Level Marketing*)
- c. Senjata tajam
- d. Produk dengan harga tidak wajar
- e. Produk dengan sistem PO (*Pre Order*) lebih dari 1 minggu

- f. Obat ambeien
- g. Sandal wudhu

Kemudian jika lolos dalam kriteria tersebut partner dapat bekerjasama atau kolaborasi dengan Komerce dengan bukti surat perjanjian antara kedua belah pihak dan kemudian resmi bergabung. Partner yang melakukan kontrak biasanya tidak terikat kontrak yang lama, biasanya partner melakukan kontrak minimal 3 bulan.

Kesepakatan yang dilakukan adalah biaya pengiriman dan *device* berupa laptop dan *handphone*. Partner yang telah melakukan kerjasama mengeluarkan biaya admin sebesar Rp. 500.000,00 untuk 1 SDM, sedangkan jika lebih dari 1 SDM akan mendapatkan potongan admin.

Penyediaan *device* diperlukan karena dikhawatirkan data partner dengan SDM akan tercampur sehingga dibutuhkannya *device*. Apabila partner telah selesai melakukan kerjasama dengan Komerce maka semua *device* akan dikembalikan hal ini dilakukan untuk menjaga data partner tetap aman.

Adapun gaji pokok yang diterima oleh SDM Komerce sebagai berikut:

- 1) *Customer Service (CS)* = Rp. 600.000,00/ bulan
- 2) *Advertiser* = Rp. 900.000,00/ bulan

- 3) *Social Media Admin* = Rp. 900.000,00/ bulan
- 4) *Content Writer* = Rp. 900.000,00/ bulan

Gaji pokok yang diterima oleh SDM merupakan gaji di luar bonus dari hasil penjualan, sehingga gaji yang diterima oleh setiap SDM berbeda-beda sesuai dengan jumlah penjualan dari perusahaan. Hal ini dapat memicu motivasi kerja berdasarkan pada jumlah barang yang berhasil di iklanlan melalui *online marketing*. Dengan diberikannya bonus atas penjualan maka setiap SDM setiap bulannya

dapat memperoleh gaji sebesar Rp. 2.000.000,00 sampai dengan Rp. 3.000.000,00. Partner yang sudah melakukan kolaborasi atau kerjasama dengan Komerce dari tahun 2017 hingga sekarang sudah mencapai 7900an, dan sekarang yang masih aktif menjalani kolaborasi sebanyak 193 partner.

Partner atau pebisnis dapat memberdayakan SDM sesuai dengan kebutuhan bisnisnya. Memberdayakan SDM seperti *customer service* untuk meng-*handle* calon pembeli, *advertiser* untuk membantu melakukan 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 suatu brand di media sosial agar pembeli tertarik. Para partner atau pebisnis memberdayakan SDM dari Komerce untuk membantu kegiatan operasional bisnis yang mereka miliki. Contohnya SDM bidang *customer service* 1 orang mampu meng-*handle* 50 calon pembeli dalam aplikasi *chatting*. Para partner memberdayakan SDM tergantung kebutuhan mereka. Ada partner yang memberdayakan 1 SDM saja, ada partner yang 2-3 SDM, yang paling banyak memberdayakan SDM 2-30 untuk 1 partner. Untuk menjalankan tugas dengan benar dan bertanggungjawab sesuai *jobs* masing-masing, maka Komerce membentuk tim kerja SDM untuk setiap partner. Tim kerja ini di pimpin atau di damping yang biasa di sebut dengan *leader*.

SDM yang memiliki ketrampilan *customer service*, *advertiser*, *sosial media admin* dan *content writer* yang diberdayakan oleh partner, mereka tetap bekerja dan tinggal di desanya atau kantor yang telah disediakan oleh komerce. Hal ini yang membuat para partner memperoleh keuntungan harga lebih *affordable* karena tidak perlu setiap hari mengajarkan, mengkontrol SDM. Partner juga memperoleh

keuntungan lainnya seperti tidak perlu menyewa gudang atau menyewa kantor untuk karyawannya.

Demi menunjang kerja para SDM di kantor maka disediakan internet yang kuat, laptop, *handphone*, listrik, meja, dan juga kursi. Hari kerja para SDM Komerce yaitu dari hari senin sampai sabtu, dengan jam kerja mulai pukul 08.00 – 16.00 WIB. Untuk memantau kerja SDM, dilakukannya kegiatan asistensi oleh *leader* setiap harinya. Setiap perusahaan harus selalu menguatkan kinerja tim, seperti yang dilakukan oleh Komerce adanya saling koordinasi dan komunikasi antara sumber daya manusia dengan *leader* dan pimpinan mereka. Untuk para pimpinan diadakannya *breafing* setiap hari sabtu dan evaluasi pimpinan setiap sebulan sekali. Hal ini dilakukan oleh Komerce agar mengetahui apakah ada masalah-masalah atau kendala dalam setiap SDM. Para partner dan SDM juga bisa melakukan evaluasi atau komunikasi melalui aplikasi *Komerce*⁷⁵.

5. Wirausaha Mandiri

Sesuai dengan tujuan awal di berdirikannya Komerce untuk menciptakan *entrepreneur* atau biasa disebut pengusaha muda yang mandiri di desa. Setelah melalui 4 alur diatas SDM Komerce yang sudah bekerja lama dengan performa kerjanya bagus menciptakan bisnis dengan ketrampilan yang sudah dimiliki akan dilepas menjadi wirausaha mandiri di bidang *online marketing*. Sejak awal berdiri sampai pada tahun 2022 sudah ada 3 kali pelepasan wirausaha mandiri dan diadakannya semacam *ceremony* perayaan kepada SDM tersebut.

⁷⁵ Sumber Wawancara Dengan Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.00 WIB

Ini menjadi salah satu dari kemandirian masyarakat yang diberdayakan oleh Komerce⁷⁶.

Akumulasi pendapatan SDM Komerce awal berdiri yaitu tahun 2017 hingga pada Desember tahun 2020 dapat dilihat pada table dibawah ini

Tabel 3.1
Akumulasi Total Pendapatan SDM Komerce
Dari Desember 2017 – Desember 2022

No.	Bulan/Tahun	Total Pendapatan SDM
1.	Desember 2017	Rp. 31.450.000,00
2.	Desember 2018	Rp. 320.883.303,00
3.	Desember 2019	Rp. 13.816.497.558,00
4.	Desember 2020	Rp. 15.651.033.654
5.	Desember 2021	Rp. 13.849.711.865
6.	Desember 2022	Rp. 12.708.794.513

Sumber: Salinan Data Pendapatan SDM Komerce

Akumulasi data pendapatan SDM komerce yang diterima merupakan suatu bentuk tercapainya salah satu tujuan pokok adanya pemberdayaan yaitu program pemberdayaan yang diberikan harus bisa membawa perubahan bagi kehidupan subjek pemberdayaan. Seperti yang terdapat pada tabel bahwasanya Komerce awal berdiri tahun 2017 hanya memiliki total pendapatan tahunan sebesar Rp.31.450.000,00 dengan jumlah total keseluruhan 37 SDM aktif. Jika dilihat pada tabel diatas tahun 2020 keseluruhan mencapai Rp. 15.651.003.654,00 dari sejak berdiri pada tahun inilah pendapatan keseluruhan tertinggi dikarena pada tahun tersebut terutama Negara

⁷⁶ Sumber Wawancara Dengan Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.00 WIB

Indonesia sedang dilanda *Pandemi Covid-19* dimana mengharuskan semua masyarakat berada dirumah dan ditetapkan PPKM, hal ini membuat masyarakat Indonesia menjalankan segala aktivitasnya dari rumah seperti berbelanja *online*. Kemudian dengan berjalannya waktu pendapatan hingga akhir Tahun 2022 telah mencapai Rp. 12.708.794.513,00 dengan total 681 SDM Komerce yang aktif. Kenaikan pendapatan yang signifikan ini dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan para SDM.

Dengan adanya pemberdayaan dari Komerce untuk pemuda desa memberikan dampak pada berkurangnya keluarga pra sejahtera dari awal berdiri agustus 2017 hingga Tahun 2020 setelah berdiri dan berjalannya program pemberdayaan dari Komerce angka kemiskinan di Kecamatan Karangmoncol menjadi 3207 Jiwa penduduk yang semula pada tahun 2017 sebanyak 4012 Jiwa penduduk. Penurunan angka kemiskinan ini di sebabkan dengan adanya program pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce sehingga menyerap tenaga kerja yang semula mereka ada yang sebagai pengangguran bahkan pemuda desa yang urbanisasi.

BAB IV

ANALISIS PERAN KOMERCE DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PADA GENERASI MILENIAL

A. Analisis Bentuk Pemberdayaan Ekonomi Yang Dilakukan Komerce

Pemberdayaan masyarakat seperti menurut Karls yang dikutip oleh Keppi Sukei adalah proses penyadaran dan pembentukan kapasitas (*capacity building*) terhadap partisipasi yang lebih besar seperti kekuasaan, pengawasan, pengambilan keputusan serta tindakan transformasi yang mengarahkan pada perwujudan persamaan derajat yang lebih besar antara perempuan dan laki-laki⁷⁷. Pemberdayaan ekonomi masyarakat bertujuan untuk meningkatkan harkat maupun martabat masyarakat itu sendiri untuk membebaskan diri dari kemiskinan dan keterbelakangan demi menjadi masyarakat yang mandiri dan sejahtera.

Hal tersebut berkaitan dengan pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce yang di dirikan atas kekhawatiran Nofi Bayu Darmawan melihat kondisi ketidakberdayaan masyarakat disekitarnya disebabkan beberapa faktor, seperti faktor ekonomi dan faktor sosial budaya. Dimana faktor ekonomi meliputi kurangnya modal dan rendahnya teknologi. Sedangkan, pada faktor sosial budaya meliputi rendahnya keahlian dan pendidikan. Faktor-faktor tersebut mengakibatkan banyaknya pengangguran dan tingkat laju urbanisasi yang tinggi karena tidak adanya lapangan pekerjaan di daerah tempat tinggalnya.

Upaya Pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce yang berada di Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga bergerak di bidang IT dengan memberikan pendidikan dan pelatihan berbasis *digital marketing*. Dari data-data yang peneliti peroleh pada saat

⁷⁷ Sugiarti dkk, *Pembangunan Dalam Perspektif Gender*, hlm 189.

penelitian yang dilakukan di Komerce Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka selanjutnya peneliti akan melakukan analisis data untuk memaparkan, menggambarkan, mendeskripsikan lebih lanjut tentang data hasil penelitian.

Sebagaimana yang disebutkan oleh Sulistiyani dalam jurnal di tulis oleh In Sarinah dkk (2019) mengatakan bahwa tujuan dari pemberdayaan yakni untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri berfikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan. Maka dalam hal ini Komerce hadir dalam memberikan pemberdayaan kepada masyarakat desa untuk menjadi mandiri.

Hal ini berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer⁷⁸:

“Komerce atau yang dulunya di kenal dengan Kampung Marketer hadir untuk memberdayakan pemuda desa khususnya di Desa Tunjungmuli. Dari Kami Komerce untuk memberdayakan SDM tidak melihat latar belakang pendidikan mereka asal mereka mau belajar dan bersungguh-sungguh akan kami lakukan pendidikan dan pelatihan. Tapi untuk menjadi talent atau karyawan Komerce kami ada peraturannya mba sesuai dengan UU Pemerintah ya bahwa semua syarat menjadi karyawan harus sesuai dengan itu untuk masuk sini kita melihat Latar belakang pendidikannya. Tapi basicly untuk program pemberdayaannya bisa untuk siapa saja. Yang kita harapkan setelah memberi ilmu ini pemuda desa menjadi pembisnis online secara mandiri akan kami bantu, untuk SDM atau talent kami jika mau keluar dan memilih untuk mandiri akan kami bantu juga dan kami lakukan ceremony sudah 3 kali merayakan seperti ini”

Pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce pencetus awalnya berasal dari kekhawatiran pribadi seorang terhadap masyarakat desa bukan pemberdayaan yang diberikan oleh pemerintah untuk masyarakatnya. Hal ini seperti makna dari konsep pemberdayaan masyarakat dalam buku Efri

⁷⁸Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer wawancara dengan Peneliti Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.30 WIB

Syamsul Bahri Berjudul Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan 2019 yaitu *community development* (pembangunan masyarakat), dan *community based development* (pembangunan yang bertumpu pada masyarakat). Kemudian dari kedua makna tersebut, lahirlah istilah *community driven development* yang berarti pembangunan dilakukan oleh masyarakat dan untuk masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan individu maupun kelompok agar dapat berbuat yang sesuai dengan harkat dan martabat dalam melaksanakan hak-haknya dalam bermasyarakat. Program pemberdayaan diberikan kepada masyarakat yang kelompok lemah. Kelompok lemah menurut Henrawati Hamid dalam bukunya berjudul *Manajemen Pemberdayaan Masyarakat* (2018) yaitu ada kelompok lemah struktural dimana kelompok ini yaitu lemah yang dilihat dari kedudukannya (masyarakat yang kedudukan ekonominya rendah) dan kelompok lemah secara khusus yaitu kelompok masyarakat yang menyandang disabilitas. Maka dari hal ini Komerce juga memberdayakan kepada masyarakat lemah secara kedudukan yaitu para pemuda desa yang menjadi pengangguran dengan harapan dapat meningkatkan taraf hidupnya dan masyarakat lemah secara khusus atau penyandang disabilitas dimana SDM yang diberdayakan tingkat bisa berjalan dibantu dengan kursi roda. Pernyataan memberdayakan masyarakat lemah ini di perkuat dengan hasil wawancara⁷⁹:

”seperti yang ketahui ya mba sasaran pemberdayaan yang dilakukan kita untuk pemuda desa yang menganggur agar mereka memiliki ketrampilan di bidang IT selain itu juga kita memberdayakan pemuda desa yang berkebutuhan khusus, SDM kita ada yang engga bisa berjalan dibantu dengan kursi roda, jadi dia setelah bergabung dengan kita menjalankan aktivitasnya di rumah.”

⁷⁹ Wawancara peneliti dengan Syaefullah Syeif sebagai Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.30 WIB

Namun dalam memberdayakan masyarakat tidaklah mudah, dalam pemberdayaan masyarakat ada proses upaya yang dilakukan seperti menurut Wilson dalam Jurnal yang ditulis oleh Bambang dan Jumedi prosesnya yaitu :

a. *Awkening* atau Penayadaran, dimana pada tahap ini masyarakat disadarkan akan kemampuan ketrampilan yang dimiliki. Pada tahap penayadaran ini proses yang dilakukan oleh Komerce disebut dengan *Input/masukan*. Dalam hal ini masyarakat awalnya diberi wawasan tentang *digital marketing* kepada pemuda desa dan apabila yang ingin diberdayakan agar mendaftarkan diri ke Komerce dengan membawa surat lamaran atau identitas diri yang ingin menjadi talent. Pemberdayaan yang dilakukan ini diperuntukan bagi pemuda desa Tunjungmuli dan pemuda desa yang ada di Kecamatan Karangmoncol seperti desa Baleraksa, Grantung, Tajug, Karangsari Tamansari, Rajawana, Pepedan, Pekiringan, Kramat, Rajawarna, Sirau. Proses input ini pada saat awal berdiri dari pemuda desa Tunjungmuli yang ingin diberdayakan lebih lanjut tidak ada yang mendaftar sama sekali, dengan melihat kasus ini proses penayadaran masyarakat tidak mudah dilakukan, membutuhkan waktu hingga Desember 2020 mencapai 76 SDM yang diberdayakan berasal dari desa Tunjungmuli . Pernyataan ini di ungkapkan oleh Syaefullah Syeif sebagai Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer⁸⁰:

“awal berdiri bulan Agustus 2017 Owner mas Novi memberi penayadaran ke pemuda desa di sekitar rumahnya, banyak yang tertarik mba tetapi dari pemuda desa Tunjungmuli yang berminat untuk diberdayakan lebih lanjut engga ada Sampai bulan maret 2018 belum ada sama sekali yang tertarik. Dengan penayadaran yang mas novi lakukan terus menerus mulai ada SDM yang mau bergabung di bulan April 2018 alhamdulillah sampai sekarang

⁸⁰ Wawancara dengan Syaefullah Syeif sebagai Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer saat wawancara dengan peneliti Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.30 WIB

sudah mencapai 76 SDM yang bergabung dari pemuda desa Tunjungmuli sendiri.”

b. *Understanding* atau pemahaman, pada proses pemberdayaan ini masyarakat melakukan proses belajar yang diberikan oleh suatu komunitas untuk memberdayakan mereka. Berhubungan dengan proses ini Komerce melakukan pemahaman dengan nama *Learning Process/Proses* pembelajaran. Proses pembelajaran ini diberikan kepada pemuda desa yang telah bergabung dengan pendidikan dan Pelatihan IT berbasis *digital marketing* di balai pelatihan yang dimiliki oleh Komerce yang terletak di Jln. Sawah Tengah No. 3 Tobong Pesantren, Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga. Pemuda desa akan diberikan kurikulum berbasis *online marketing*, modul, dan juga pengajar SDM yang berpengalaman. Dengan diberikannya pendidikan dan pelatihan diharapkan menjadi SDM yang berdaya yang ahli di dunia *online marketing* dan tidak tertinggal dengan perkembangan IT di *Era Revolusi Industri 4.0*. Keterampilan yang diberikan oleh Komerce yaitu :

1. Pendidikan *Customer service*, pada bagian ini SDM akan diajarkan cara meng-*handle* calon pembeli sehingga meng-konversikan sebagai pembeli. Aplikasi yang diajarkan adalah *meng-handle chat* atau pesan di *Whatsapp, facebook*, dan Instagram. Dengan dilakukannya pendidikan pada bagian ini SDM mampu mengiring calon pembeli hingga menjadi pembeli yang sesungguhnya.
2. Pendidikan *Advertiser*, pendidikan pada bagian ini SDM akan diajarkan cara-cara dan terampil menggunakan media digital untuk membuat strategi iklan atau yang biasa dikenal dengan *advertisement*. *Advertisement* penawaran kepada *viewers* baik berupa produk barang maupun dalam bentuk produk jasa sehingga menjadi calon pembeli. Pada pendidikan *advertiser* Komerce menggunakan media sosial untuk pembinaan terfokuskan pada pemanfaatan iklan dalam Aplikasi *Facebook, Instagram*, dan pada

google ads yang mempergunakan dan merekam data pixel atas kebiasaan atau *habit* para pengguna media sosial. Dengan diberikannya pendidikan ini agar SDM bisa dan paham bagaimana cara pengiklanan yang benar dan baik hingga dapat menarik calon pembeli karena adanya rasa ketertarikan dari iklan tersebut.

3. Pendidikan *Social Media Admin*, pendidikan ini melatih SDM agar dapat menjaga interaksi atau *engagement* dan mengelola calon pembeli maupun pelanggan di *channel sosial media* sebuah brand. Pada bidang ini diharapkan SDM mampu menaikkan *engagement*. *Social Media Admin* memiliki tanggung jawab melakukan publikasi konten dan menjawab semua respon atau komentar yang terdapat pada *Social Media* perusahaan atau *brand* tersebut. Pendidikan ini haruskan dapat menjadi SDM yang mampu menjalin interaksi
4. Pendidikan *Content Writer*, Pendidikan dan pelatihan pada bagian ini SDM diharapkan dapat membuat atau memproduksi sebuah konten yang menarik untuk sebuah brand di media sosial. Konten yang diajarkan adalah membuat artikel maupun penawaran produk yang biasanya dilakukan untuk suatu situs *blog*, *website*, dan ataupun *sales page*. Komerce memberikan pelatihan ini agar meningkatkan keahlian dalam memproduksi konten yang menarik, sehingga mampu mendorong pembeli melakukan kegiatan jual beli secara *online* pada produk yang telah dipasarkan.

Proses pemberdayaan dalam tahap ini Komerce memberikan peluang kepada :

1. Penerima manfaat yakni warga atau pemuda desa yang membutuhkan lapangan pekerjaan.
2. Masyarakat yang berada di luar Komerce yang ingin memiliki pengetahuan dan *skill* di bidang *digital marketing*.

Pendidikan dan pelatihan yang dilakukan oleh masyarakat dari luar dinamakan dengan Edukasi gratis yang diajarkan oleh ahli dibidangnya dan dilakukan setiap hari sabtu untuk para pemuda desa akan diajarkan *digital marketing* secara basic dan dikemas dengan cara *sharing session* dan ada juga wisata Edukasi yang belajar bisnis *online* dengan biaya sekitar Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.000.000,00 dengan waktu selama 1 minggu yang akan didampingi dari pihak Komerce yang berpengalaman. Kegiatan wisata edukasi yang ada di Komerce di balut dengan suasana outdoor dan kegiatan sosial. Tarif biaya yang di keluarkan oleh konsumen pelatihan sudah termasuk dengan biaya penginapan dan *budgeting iklan*. Ilmu yang didapatkan antara lain *digital marketing*, riset produk dan *supplier*, kestabilan iklan, *basic skill customers*. Semenjak *pandemi Covid-19* kegiatan edukasi wisata tidak berjalan sesuai dengan peraturan pemerintah dilarangnya pertemuan-pertemuan tatap muka maka kegiatan ini diganti dengan *online* atau dikenal dengan seminar atau webinar tentang *digital marketing*. Pernyataan ini ditegaskan saat wawancara oleh Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer⁸¹

“pemberdayaan yang kita adakan selain untuk pemuda desa sekitar juga bisa diikuti oleh teman-teman diluar Kecamatan Karangmoncol. Komerce ini setiap hari sabtu memberikan edukasi gratis atau pemberdayaan gratis mba kita adakan di saung depan kantor dengan sistem sharing session. Alhamdulillah peminatnya banyak sampai ke luar daerah-daerah. Nah, kalau masih pada belum puas dengan ilmunya karena sehari aja Komerce juga ada program pemberdayaan lainnya namanya Wisata edukasi biayanya mulai dari Rp.1.500.000,00 – Rp. 2.000.000,00 nanti

⁸¹ Wawancara dengan Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.30 WIB

pelatihannya selama 1 minggu kita kemas dengan seru dan asik karena suasana outdoor dan dibawah Gunung Slamet seperti ini sejuk khas pedesaan nah nanti ada juga kegiatan sosialnya seperti outbound. Biaya itu sudah termasuk dengan biaya penginapan dan budgeting iklan. Dalam pelatihannya tentu kita kasih ilmu-ilmu digital marketing, riset produk dan supplier, kestabilan iklan, basic skill customers. Semenjak pandemic ni ya mba kegiatan ini ga berjalan karena dilarang oleh pemerintah adanya pertemuan atau kerumunan, kita rubah menjadi pelatihan online melalui seminar atau webinar sudah sampai seluruh Indonesia mba Alhamdulillah sekali.”

Peneliti juga melakukan wawancara dengan masyarakat yang melakukan wisata edukasi di Komerce selama 1 minggu lamanya.

“saya asal Banyumas mba, ikut program di Komerce yang diadakan sama Pemerintah Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2019 sebelum adanya pandemi, disana saya diajarkan caranya berjualan di marketplace, cara mengelolanya bagaimana, cara berlangganan iklan untuk mempromosikan jualan saya, asik pokoknya belajar disana karena ruangnya semi outdoor terus selain belajar ada juga outbound jadi engga membosankan. Alhamdulillah setelah belajar dari sana sebulan awal-awal dapet 3 pesanan terus bulan selanjutnya bisa sampai 5 bagi saya si menguntungkan ya mba kan bisa buat tambah-tambah penghasilan ibarat buat jajan anak, minusnya karena sayanya yang kurang memaksimalkan jualan saya karena saya juga bekerja. Belajar di Komerce menguntungkan sekali tidak menyesal mba.”⁸²

- c. *Harnessing* atau memanfaatkan, pada proses ini setelah masyarakat mengetahui kesadaran dan paham mengenai tentang pemberdayaan, kemudia masyarakat memutuskan untuk menggunakannya. Proses *Harnessing* atau memanfaatkan jika pada pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce dinamakan dengan *Output*/keluaran. Tujuan pada proses ini agar menjadikan SDM atau pemuda desa yang terampil di dalam bidang *digital marketing* dan siap diberdayakan. Setelah

⁸² Wawancara dengan Endang sebagai masyarakat pengguna jasa wisata edukasi Kampung Marketer Pada Tanggal 27 Oktober 2022 Pukul 16.15 WIB

dilakukannya pendidikan dan pelatihan selama 1 sampai dengan 2 minggu untuk keterampilan di bidang *customer service*, *social media admin*, *content writer* dan untuk memperoleh keterampilan bidang *Advertiser* membutuhkan waktu 1 bulan. Setelah diberdayakan dapat dimanfaatkan untuk diri pemuda desa masing-masing. Output ini yang diharapkan oleh Komerce agar dapat *mensurvive* dirinya dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapi. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Syaefullah Syeif Co.Founder Komerce and Chief Growth Officer⁸³:

“untuk proses pembelajaran disini beda-beda ya mba, kita sesuaikan apa yang diinginkan sama pemuda desa kalo mengambil advertiser itu proses belajarnya butuh waktu 1 bulan. Kalo mau ambil customer service, social media admin dan content writer kita kasih waktu 1 sampai 2 minggu, kalo missal dalam 1 minggu sudah dirasa bisa dan cukup maka kita luluskan.”

- d. *Using* atau menggunakan keterampilan dan kemampuan pemberdayaan sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Kemudian pada proses *using* ini sebagai pemanfaatan dari ilmu atau skill yang telah diberikan, pada pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce dinamakan dengan *outcome* atau hasil. SDM yang telah terampil mulai dikolaborasikan oleh partner atau pebisnis UMKM yang bekerja sama dengan Komerce untuk membantu dalam memasarkan produk-produknya secara *online*. Sebelum melakukan kolaborasi kerja sama antara kedua belah pihak telah menjalin kesepakatan. Kesepakatan yang dilakukan yaitu biaya pengiriman dan *device* berupa laptop dan handphone. Biaya yang dikeluarkan oleh partner untuk biaya admin sebesar Rp. 500.000,00 untuk 1 SDM, akan tetapi jika mengambil lebih dari 1 SDM akan mendapatkan potongan admin. Kesepakatan *device* diperlukan karena dikhawatirkan data dari partner dengan SDM dari Komerce akan tercampur. Jika telah selesai melakukan kerjasama *device* tersebut akan

⁸³ wawancara dengan Syaefullah Syeif Co.Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.30 WIB

dikembalikan, hal ini dilakukan agar data-data dari partner tetap aman. Kriteria partner jika ingin melakukan kolaborasi antara lain :

1. Partner mengambil *Advertiser*

Disini jika partner akan memberdayakan *advertiser* maka pembisnis ini harus sebagai produsen atau agen resmi dari suatu produk tersebut. Jika partner masih berstatus *reseller* atau *dropshipper* tidak diperbolehkan memberdayakan SDM Komerce.

2. Partner mengambil *customer service*

Pada ketentuan ini partner atau pembisnis jika akan memberdayakan SDM bidang *customer service* status mereka bebas. Bebas disini memiliki arti bahwa partner tersebut bisa sebagai produsen, *reseller*, atau *dropshipper*. Meskipun partner berstatus bebas akan tetapi Komerce memiliki ketentuan akan beberapa produk-produk jualan mereka yang tidak bisa diterima antara lain:

- a) Produk obat terlarang
- b) Produk MLM (*Multi Level Marketing*)
- c) Senjata tajam
- d) Produk dengan harga tidak wajar
- e) Produk dengan sistem PO (*Pre Order*) jika lebih dari 1 minggu
- f) Obat ambein
- g) Sandal wudhu

Partner atau pebisnis dapat memberdayakan SDM sesuai dengan kebutuhan bisnisnya. Memberdayakan SDM seperti *customer service* untuk meng-*handle* calon pembeli, *advertiser* untuk membantu melakukan 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 suatu brand di media sosial agar pembeli tertarik. Para partner atau pebisnis memberdayakan SDM dari Komerce untuk membantu kegiatan operasional bisnis yang mereka miliki. Contohnya SDM bidang *customer service* 1 orang mampu meng-*handle* 50 calon pembeli dalam aplikasi *chatting*. Para partner memberdayakan SDM tergantung kebutuhan mereka. Ada partner yang memberdayakan 1 SDM saja, ada partner yang 2-3 SDM, yang paling banyak memberdayakan SDM 2-30 untuk 1 partner. Untuk menjalankan tugas dengan benar dan bertanggungjawab sesuai *jobs* masing-masing, maka Komerce membentuk tim kerja SDM untuk setiap partner. Tim kerja ini di pimpin atau di damping yang biasa di sebut dengan *leader*.

Ketika partner sudah melakukan kolaborasi dan lolos kriteria dengan memberdayakan SDM Komerce akan diberikan bukti surat perjanjian antara kedua belah pihak. Kontrak memberdayakan SDM ini minimal 3 bulan lamanya. Keuntungan yang diperoleh partner jika telah melakukan kolaborasi memberdayakan SDM dari Komerce yaitu para SDM dari bidang *customer service*, *advertiser*, *social media admin* dan *content writer* mereka tetap bekerja dari desa atau dari kantor yang telah disediakan oleh Kampung Marketer. Dengan hal ini membuat para partner memperoleh keuntungan dari harga lebih *affordable* karena tidak perlu mengajarkan setiap hari, mengontrol, tidak perlu menyewa gedung atau menyewa kantor untuk para karyawan. Meskipun antara partner dan SDM memiliki jarak yang jauh tidak perlu dikhawatirkan karena Komerce memiliki aplikasi bernama Komerce untuk memantau kinerja para SDM, membayar gaji SDM, dapat membayar tagihan *invoice* partner, total orderan dan transaksi, dan juga partner bisa melakukan evaluasi kinerja Komerce.

Untuk menunjang kinerja SDM di kantor maka Komerce menyediakan internet yang kuat, laptop, *handphone*, listrik, meja, kursi, dan juga kipas angin. Hari kerja para SDM Komerce yaitu dari hari senin

sampai sabtu, dengan jam kerja mulai pukul 08.00 – 16.00 WIB. Untuk memantau kerja SDM, dilakukannya kegiatan asistensi oleh *leader* setiap harinya. Setiap perusahaan harus selalu menguatkan kinerja tim, seperti yang dilakukan oleh Komerce adanya saling berkoordinasi dan komunikasi antara sumber daya manusia dengan *leader* dan pimpinan mereka. Untuk para pimpinan diadakannya *breafing* setiap hari sabtu dan evaluasi pimpinan setiap sebulan sekali. Hal ini dilakukan oleh Komerce agar mengetahui apakah ada masalah-masalah atau kendala dalam setiap SDM. Para partner dan SDM juga bisa melakukan evaluasi atau komunikasi melalui aplikasi *komerce*⁸⁴.

Pendapatan yang diperoleh SDM Komerce sebagai berikut:

Adapun gaji pokok yang diterima oleh SDM Komerce sebagai berikut :

- | | |
|---------------------------------|-------------------------|
| 5) <i>Customer Service (CS)</i> | = Rp. 600.000,00/ bulan |
| 6) <i>Advertiser</i> | = Rp. 900.000,00/ bulan |
| 7) <i>Social Media Admin</i> | = Rp. 900.000,00/ bulan |
| 8) <i>Content Writer</i> | = Rp. 900.000,00/ bulan |

Gaji pokok yang diterima oleh SDM Komerce merupakan gaji diluar bonus dari hasil penjualan, dengan seperti ini gaji yang diterima oleh setiap SDM berbeda-beda tergantung dengan bonus penjualan masing-masing perusahaan. Dengan adanya pemberian bonus diharapkan dapat memicu motivasi kerja setiap SDM berdasarkan jumlah barang yang berhasil di iklankan melalui *skill online marketing*. Dari gaji pokok ditambah dengan bonus penjualan rata-rata penghasilan para SDM Komerce mulai dari Rp. 2.000.000,00 sampai dengan Rp. 3.000.000,00. Kampung Marketer sejak berdiri pada tahun 2017 hingga kini 2022 sudah mencapai 7900an partner yang telah melakukan kolaborasi bersama, dan sekarang yang masih aktif menjalani kolaborasi sebanyak 193an partner.

⁸⁴ Sumber Wawancara Dengan Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.30 WIB

Dengan diperolehnya penghasilan perbulan dari setiap SDM dapat memberikan manfaat untuk kehidupan sehari-harinya. Hal ini seperti yang disampaikan dalam hasil wawancara antara penulis dengan beberapa SDM Komerce sebagai berikut :

“aku bergabung dengan Kampung Marketer dari tahun 2019 mbak, Alhamdulillah saya betah disini. Karena dari Komerce membantu pendapatan mbak, ya kaya mba liat ini padahal saya kerja dari desa tapi aku punya penghasilan sekitar 2jtan sudah bisa memberi orangtua, kebutuhan sendiri, nabung juga bisa mba.”⁸⁵”

“aku disini sebagai leader mbak, sejak januari 2018 gabung di Komerce. aku dulu merantau mbak di Tangerang kerja jadi buruh pabrik jauh dari orangtua gaji besar tapi ya tentunya pengeluaran juga besar kan biaya hidup disana engga murah. Alhamdulillah setelah di Komerce aku lebih dekat dengan orangtua, penghasilanku 3jtan mba di desa loh ini. dengan 3jt aku udah bisa nabung sama buat biaya kuliah mba.”⁸⁶”

“kalo aku si bergabung sejak awal 2018, tadinya aku kerja di Btpn Syariah mba muter-muter cari nasabah dengan gaji umk Kabupaten Purbalingga. Tapi setelah aku gabung di Komerce penghasilanku yaa sekitar 2,5jtan lah udah sama bonus disini nyaman banget, tempat kerja dari rumah hanya 5 menitan lah, tentu pengeluaran aku jadi lebih sedikit terus saving money bisa lebih banyak mbak.”⁸⁷”

”aku udah lama mba bergabung dari tahun 2018 dari lulus SMA aku langsung gabung jadi bagian Komerce, Alhamdulillah kerja dari desa tapi pendapatan saya lebih dari UMK Purbalingga, kalo lagi target dan tentunya rame aku bisa dapet 3jtan. Uang segitu di desa termasuk banyak mba aku si bisa nabung dan kasih orangtua.”⁸⁸”

Berdasarkan hasil wawancara diatas merupakan alur pemberdayaan dari Komerce berupa *outcome* atau hasil yang termasuk pada tahapan

⁸⁵ wawancara dengan Nurwaidah sebagai *customer service* pada tanggal 14 September 2022 Pukul 14.30 WIB

⁸⁶ Wawancara dengan Miladina Yanalia sebagai *Leader Customer Service* pada tanggal 14 September 2022 Pukul 14.57 WIB

⁸⁷ Wawancara dengan Afiah sebagai *customer service* pada tanggal 15 September 2022 Pukul 10.15 WIB

⁸⁸ Wawancara dengan Dini sebagai admin media sosial Pada tanggal 15 September 2022 Pukul 10.25 WIB

using atau menggunakan keterampilan dan kemampuan pemberdayaan sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari dan dapat memberikan manfaat.

Pada tahapan *using* atau menggunakan keterampilan dan kemampuan pemberdayaan sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari pada Komerce selain dari *outcome* atau hasil ada juga dikenal dengan wirausaha mandiri. Wirausaha mandiri sesuai dengan tujuan awal dari *founder* Komerce Nofi Bayu Dermawan di dirikan untuk menciptakan *entrepreneur* atau dikenal dengan pengusaha yang berada di desa. Setelah melalui tahapan 4 alur diatas SDM yang sudah bekerja lama dan performa kerjanya bagus dan dapat menciptakan bisnis dengan bekal ketrampilan yang sudah dimilikinnya akan dilepas menjadi wirausaha mandiri di bidang *online marketing*. Sejak berdirinya Komerce sampai pada tahun 2022 sudah ada 3 kali pelepasan wirausaha mandiri dan tentunya diadakannya *ceremony* perayaan bagi SDM tersebut. Hal ini menjadi salah satu kemandirian masyarakat yang telah diberdayakan oleh Komerce

”kita juga udah ada SDM yang melepas dalam artian sudah mandiri kalo di kita dinamakan dengan wirausaha mandiri sudah ada 3 SDM sejak tahun 2017 sampe sekarang. Kita bangga dengan pencapaian tersebut kita support kita juga adain ceremony untuk mereka harapannya banyak SDM-SDM yang melepaskan atau menjadi mandiri”⁸⁹.

Untuk mencapainya suatu tujuan pemberdayaan ekonomi masyarakat baik dari pemerintah maupun pihak swasta pastinya melakukan proses atau tahapan-tahapan seperti yang telah dijelaskan diatas Komerce melakukan 5 proses yaitu: *input* atau masukan, *learning process* atau proses pembelajaran, *output* atau keluaran, kemudian *outcome* atau hasil, dan proses yang terakhir wirausaha mandiri.

⁸⁹ wawancara dengan Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.30 WIB

Selain adanya proses atau tahapan pemberdayaan ekonomi masyarakat juga dapat dilihat dari bentuknya seperti menurut Hutomo M.Y (2000) antara lain:

a. Bantuan modal

Lazimnya permasalahan yang terjadi di masyarakat tuna daya adalah modal usaha. Dengan tidak adanya modal usaha menghambat para pengusaha mikro, kecil, dan menengah atau bahkan dengan hal ini tidak memunculkan pengusaha-pengusaha baru. Bantuan modal usaha tidak hanya berbentuk uang, akan tetapi bisa berupa *skill*, barang dan lain sebagainya. Dalam pemberdayaan Ekonomi Masyarakat yang dilakukan oleh Komerce bantuan modal yang diberikan kepada pemuda desa berupa *skill* atau keterampilan di bidang *digital marketing*. *Founder* Komerce Nofi Bayu Darmawan melatih pemuda desa melalui pendidikan dan pelatihan tersebut dilengkapi dengan kurikulum berbasis *online marketing*. Pemberdayaan yang diberikan tidak hanya untuk pemuda desa sekitar tetapi ada juga program wisata edukasi untuk masyarakat umum yang ingin belajar dengan biaya Rp. 1.500.000,00 - Rp. 2.000.000,00 dengan waktu 1 minggu yang akan didampingi oleh pihak Komerce yang berpengalaman. Biaya tersebut sudah termasuk dengan biaya penginapan dan *budgeting* iklan. Ilmu yang didapatkan antara lain *digital marketing*, riset produk dan *supplier*, kestabilan iklan, *basic skill customers* . Komerce memberdayakan pemuda desa dengan *skill* sebagai berikut:

- a) *Customer Service*, pada keterampilan ini pemuda desa diajarkan cara meng-*handle* calon pembeli melalui aplikasi *chatting* dan diharapkan mampu meng-konversikannya sebagai pembeli.
- b) *Advertiser*, keterampilan dalam menggunakan media digital untuk membantu strategi pengiklanan atau yang biasa

dikenal dengan *advertisement*. Iklan yang dipasarkan dapat berupa produk barang maupun jasa kepada calon pembeli.

- c) *Social Media Admin*, pemuda desa diajarkan keterampilan dalam menjaga interaksi (*engagement*) dan mengelola calon pembeli maupun pelanggan di *e-commerce*.
- d) *Content Writer*, keterampilan ini mengajarkan cara memproduksi sebuah konten yang menarik untuk sebuah brand di media sosial.

Bantuan pemberian modal secara gratis yang dilakukan oleh Komerce yang bekerja sama dengan salah satu Perguruan Tinggi di Jawa Tengah mengalami inovasi baru untuk para pemuda yang ingin belajar tentang *digital marketing* yang dilakukan secara online dengan aplikasi bernama Kampus Komerce. Didalam aplikasi tersebut terdapat empat kelas yaitu *customer service*, *advertiser*, *admin marketplace*, dan *admin media sosial*. Kampus Komerce ini yang ingin bergabung dengan syarat sudah lulus sekolah maupun lulus kuliah.

b. Bantuan Pembangunan Prasarana

Pemberdayaan yang telah diberikan tidak bisa berjalan dan tentunya tidak mendorong tumbuh kembang usaha yang diberdayakan jika tidak ada tempat untuk memasarkannya. Dalam Komerce memberikan tempat atau wadah bagi pemuda desa yang telah diberdayakan yakni menjadi SDM atau Karyawan Komerce. Bagi Pemuda desa yang ingin bergabung bisa dengan mendaftarkan diri membawa surat lamaran kerja dengan syarat-syarat dan perjanjian kerja sesuai dengan UU No 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan . SDM yang telah bergabung akan di kolaborasikan dengan partner atau pembisnis yang bekerja sama dengan Komerce sesuai dengan kebutuhan bisa *customer service* atau *advertiser*.

c. Bantuan pendampingan

Bantuan pendampingan perlu dilakukan untuk memfasilitasi proses belajar dan menjadi mediator sebagai penguatan kemitraan baik antara usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah dengan usaha besar. Bantuan pendampingan yang diberikan Komerce kepada para SDM yang telah diberdayakan dan bergabung tetap dilakukan dengan cara pada setiap bidang membentuk tim kerja dengan pimpinan atau pendamping yang dikenal sebagai *Leader*. *Leader* disini memantau dan membantu para SDMnya yang mengalami kesulitan ataupun memotivasi kerja mereka agar tetap profesional dan mencapai target penjualan yang telah ditentukan oleh para partner bisnis yang bekerja sama dengan Komerce. Kegiatan asistensi yang dilakukan oleh *Leader* kepada tim SDMnya dilakukan setiap pagi hari sebelum melakukan aktivitas kerjanya. Bantuan pendampingan lainnya dari Komerce untuk SDM berupa *handphone* dan *kouta* yang berasal dari para partner bisnis yang berkolaborasi agar data tetap aman dan tidak tercampur dengan data pribadi para SDM.

d. Penguatan Kelembagaan

Dengan dilakukannya penguatan kelembagaan melalui pendekatan kelompok dengan maksud membangun dan tumbuh kembang lembaga tersebut menjadi terus lebih baik. Penguatan kelembagaan yang dilakukan oleh Komerce agar meningkatkan performa perusahaan dan memberikan inovasi-inovasi baru. Penguatan kelembagaan yang diberikan Komerce untuk para SDMnya memberikan peningkatan kualitas dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan yang diadakan 2 kali dalam setahun. Selain memberikan pelatihan, penguatan kelembagaan ditempuh dengan cara lain diadaikannya *breafing* setiap hari sabtu dan evaluasi dari pimpinan *founder* Nofi Bayu Darmawan setiap sebulan sekali. Evaluasi ini dilakukan secara rutin agar mengetahui dan memecahkan permasalahan-permasalahan yang terjadi di dalam perusahaan.

Kampung Marketer juga memberikan fasilitas kepada para SDM dengan disediakannya internet yang kuat, laptop, *handphone*, listrik, meja dan juga kursi.

Dengan adanya penguatan kelembagaan di dalam Komerce mampu memberikan inovasi baru atau wajah baru selain sebagai pemberdaya pemuda desa dan memberikan layanan kepada partner bisnis dikenal dengan Komtim atau layanan berupa *customer service*, *advertiser* (iklan digital) yaitu pada Januari 2021 meluncurkan layanan produk digital baru antara lain:

a) Komship

Produk ini merupakan platform layanan pengiriman untuk membantu pebisnis dalam pengiriman paket mereka baik secara *COD (cash on delivery)* atau *non-COD* tanpa adanya minimum pengiriman. Layanan ini telah melakukan kerjasama dengan ekspedisi yang ada di Indonesia seperti JNE, Sicepat, ID Express.

b) Kompack

Produk layanan baru ini merupakan solusi untuk pebisnis dalam menghadapi masalah pergudangan, management, dan pengemasan barang. Layanan yang diberikan penyimpanan yang menerapkan SOP untuk menyimpan dan menjamin keamanan barang, *management stock* yakni pemantauan jumlah barang dengan disertai laporan yang selalu *update*, pengemasan dan pengiriman dilakukan oleh pihak Komerce sesuai dengan ekspedisi yang dipilih. Lokasi penyimpanan barang yang dimiliki oleh pihak Komerce berada di Gudang Tangerang dan Gudang Bekasi.

e. Penguatan kemitraan usaha

Pemberdayaan ekonomi masyarakat sebenarnya merupakan *give power to everybody*. Komerce tidak hanya memberikan penguatan untuk perusahaan dan karyawannya saja, akan tetapi memberikan penguatan kemitraan antara Komerce dengan partner bisnis yang telah melakukan kolaborasi atau kerjasama. Penguatan yang diberikan dengan tersedianya aplikasi bernama Komerce untuk memudahkan partner bisnis dalam memantau SDM yang diberdayakan. aplikasi yang tersedia partner bisnis dapat melihat jumlah SDM yang diberdayakan absesinya, jumlah izin dari SDM diberdayakan, total transaksi atas produknya, total order yang masuk, bayar tagihan *invoice* untuk para SDM, dan adanya platform bagian memberikan evaluasi kepada pihak Komerce. Hal ini dilakukan agar partner bisnis merasakan kepuasan menggunakan layanan yang disediakan oleh Komerce dan dengan tujuan agar dikemudian hari menggunakan layanan ini kembali.

“ya tentunya kita juga melakukan komunikasi aktif dengan partner bisnis ada aplikasinya namanya komerce disitu pihak sana bisa melihat absensi SDM, jumlah izin, total transaksi dan total order yang masuk di aplikasi juga memudahkan partner melihat dan membayar tagihan invoice mba. Alhamdulillah dengan adanya aplikasi ini banyak partner yang puas da nada yang order layanan dari kami lagi bahkan sampai ada yang perpanjangan kontrak perjanjian.”⁹⁰

Merujuk pada pemberdayaan yang berasal dari kata “daya” yang mendapat awalan “ber” menjadi kata “berdaya” dengan arti memiliki atau mempunyai daya. Daya itu sendiri artinya kekuatan. Kata “berdaya” apabila diberi awalan pe- dengan mendapat sisipan –m- dan akhiran –an menjadi “pemberdayaan” artinya membuat sesuatu menjadi berdaya atau

⁹⁰ wawancara dengan Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.30 WIB

mempunyai kekuatan⁹¹. Sasaran dari pemberdayaan adalah masyarakat kelompok lemah yang kemudian diberikan daya, diharapkan kelompok tersebut menjadi memiliki kekuatan. Seperti menurut Suharto yang dikutip oleh Henrawti Hamid pada pemberdayaan yang dilakukan oleh Kampung Marketer diberikan untuk pemuda desa agar mereka menjadi masyarakat yang memiliki kekuatan dalam:

- a. Memenuhi kebutuhan dasarnya, sehingga dapat terhindar dari masalah sosial seperti: kemiskinan, kelaparan, kebodohan, dan kesakitan.
- b. Memperoleh sumber daya ekonomu dengan mudah, sehingga dapat menunjang masyarakat dalam meningkatkan pendapatan dan memenuhi kebutuhannya. Hal ini terbukti nyata setelah adanya program pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce dimana para Pemuda desa yang diberdayakan sebagai SDM Komerce dapat berkolaborasi dengan partner bisnis sehingga mendapatkan pendapatan setiap bulannya ditambah dengan bonus penjualan, dengan kisaran perSDM mendapatkan Rp.2.000.000,00 sampai dengan Rp. 3.000.000,00. Komerce dalam memberdayakan pemuda desa sebagai SDM yang terampil di bidang *digital marketing* mampu memutar roda perekonomian dari kota ke wilayah pedesaan yaitu di desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga kurang lebih sebesar Rp. 12.708.794.513,00 pada tahun 2022.
- c. Terlibat dalam proses pembangunan dan pengambilan keputusan yang ditunjukan untuk kepentingan masyarakat lemah di daerah desa sekitar Komerce di Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga tidak adanya kekurangan dalam melakukan pemberdayaan.

Dalam menjalankan pemberdayaan ekonomi masyarakat Komerce memiliki Value dalam menjalankannya dan diterapkan untuk para SDMnya yaitu KICK-UP yang memiliki kepanjangan antara lain:

⁹¹ Rosmedi dan Riza Risyanti, *Pemberararakadayaan Masyarakat*, Sumedang: Alqaprit Jatinegoro, 2006, h. 1

- a. Kerahasiaan data : dalam *value* ini seluruh karyawan Komerce wajib menjunjung tinggi kerahasiaan data partner karena sangat berpengaruh pada keberlangsungan Komerce. Hal ini diterapkan oleh Komerce dengan cara mengharuskan partner bisnis untuk menyediakan laptop atau *handphone* untuk SDM yang akan diberdayakan jika sudah akan dikembalikan lagi.
- b. Inisiatif : inisiatif disini agar seluruh karyawan Komerce memiliki kesadaran diri bahwa kebaikan itu dilakukan tanpa disuruh, dilihat dan diawasi.
- c. Ceria : dalam bekerja karyawan Komerce harus selalu memunculkan vibrasi positif yang dapat menambahkan energy untuk berkarya.
- d. Kaizen : kaizen yang memiliki arti tidak ada hari tanpa ada perbaikan dan kemajuan walaupun hal terkecil, untuk melihat ini Komerce selalu melakukan *briefing* untuk melihat apakah ada kendala.
- e. Usul : usul disini diharapkan menjadi pribadi yang aktif dan tanggap, dimana semua karyawan Komerce dibolehkan mengajukan usul, dan dianggap tidak ada yang salah dalam memberikan usulan. Dengan menerapkan *value* usul Komerce mampu memberikan layanan baru seperti Komship dan Kompack.
- f. Pembelajar : semua karyawan Komerce harus terus belajar tanpa henti untuk mendapatkan masa depan yang lebih baik. Komerce mewadahi karyawannya dengan *upgrade skill* setiap 6 bulan sekali.

B. Analisis Dampak dari Pemberdayaan Komerce dalam Mengurangi Tingkat Kemiskinan dan Penyerapan Tenaga Kerja Ditinjau Dari Perspektif Islam

Pemberdayaan merupakan suatu kegiatan yang dinilai baik untuk memberdayakan kelompok masyarakat lemah agar mereka memiliki kekuatan dalam menjalankan hidupnya tentunya bersosial dengan lingkungannya. Dalam Islam memandang pemberdayaan kepada

masyarakat sebagai suatu hal yang penting. Ajaran Islam mengajarkan kepatuhan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan tidak lupa mengajarkan kepada UmatNya agar memiliki rasa perhatian kepada sesama. Seperti menurut Istiqomah menjelaskan bahwa pemberdayaan dalam pengembangan masyarakat Islam merupakan sebuah pembelajaran kepada masyarakat agar mereka dapat secara mandiri melakukan upaya-upaya perbaikan kualitas hidupnya menjadi lebih baik agar menjadi masyarakat yang sejahtera dan keselamatannya di dunia maupun di akhirat⁹².

Dalam Islam Pemberdayaan diharapkan dapat memberikan perubahan. Perubahan dalam Islam terdapat pada QS. Ar-Ra'd [13]:11 dimana menurut Sayyid Qutb bahwa perubahan yang seharusnya dilakukan oleh manusia. Bahwasannya Allah SWT tidak akan mengubah suatu nikmat, bencana, kemuliaan, kerendahan, kedudukan dan juga kehinaan, terkecuali mereka memiliki kemauan mengubah perasaan, perbuatan dan kenyataan hidup umatNya⁹³. Mengacu pada QS. Ar-Ra'd [13]:11 Allah SWT akan merubah keadaan umatNya jika dia memiliki usaha dalam mengubah hidup. Perubahan sosial ekonomi atas kehidupan masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dilakukannya pemberdayaan oleh pemerintah setempat atau pihak swasta, dan bahkan bisa dilakukan oleh masyarakat yang memiliki kekuatan.

Manusia dapat mencapai kemaslahatan dengan cara bekerja keras dan membangun pemberdayaan. Seperti pemberdayaan dalam Islam memiliki tujuan agar umatnya mencapai kesejahteraan baik di dunia maupun diakhirat. Apabila masyarakat Islam yang kaya bisa membantu kepada masyarakat lemah. Masyarakat yang status ekonominya lebih baik setidaknya telah melakukan kebaikan di dunia untuk bekal mereka di

⁹² Matthoriq, et.al, "Aktualisasi Nilai Islam Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pesisir (Studi Pada Masyarakat Bajulmati, Gajahrejo, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang)", Jurnal Administrasi Publik (Jap), Vol 2 No 3, h. 427

⁹³ Achmad Saeful dan Sri Ramdhayanti, "Konsep Pemberdayaan Masyarakat Dalam Islam", SYAR'IE, Vol 3, 2020, h. 6

akhirat. Islam mengajarkan agar menjadi umat yang sejahtera, sebab kesejahteraan sosial yang baik sangat penting bagi kehidupan. Seperti yang terdapat pada QS. Annisa:9 bahwa Islam mengingatkan kepada umatnya agar menghindari menurunkan keturunan yang lemah. Cara menghindari memberikan keturunan yang lemah yaitu dengan memiliki kemauan untuk merubah hidup demi mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia maupun diakhirat.

Demi mencapai kesejahteraan masyarakat seperti yang dianjurkan oleh Islam Komerce yang terletak di Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga melakukan pemberdayaan kepada masyarakat pemuda desa sekitar yang awalnya mereka sebagai pengangguran dan tingkat urbanisasi yang tinggi kemudian diberdayakan diberi ilmu pelatihan dan pembelajaran tentang *dunia marketing online* dengan diajarkan *skill customer service, advertiser, sosial media admin*, dan *content writer* dengan tujuan agar mereka memiliki ketrampilan dan menjadi sejahtera karena mendapatkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pemberdayaan dalam Perspektif Islam sebagai suatu sistem yang individualnya saling membutuhkan dan saling mendukung. Dengan adanya kesejangan di tengah-tengah masyarakat terutama dalam hal pendapatan ekonomi merupakan suatu potensi yang dapat dimanfaatkan untuk memupuk kerukunan dan silaturahmi antar sesama. Dalam ajaran Islam pelaksanaan pemberdayaan ekonomi masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip antara lain⁹⁴:

a. Prinsip kepedulian

Pada prinsip ini menegaskan bahwa setiap muslim saling bersaudara, dengan rasa persaudaraan menjamin adanya rasa empati

⁹⁴ Ulfi Putra Sany, "Prinsip-prinsip Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Al Qur'an", Jurnal Ilmu Dakwah, Vol 39, No 1, 2019, h. 34

kepada sesama muslim lainnya. Islam adalah Agama yang menanamkan kepedulian dalam diri pemeluknya. Prinsip ini sesuai dengan QS. Al-Hujurat:10 di dalam Surah tersebut Allah SWT memerintahkan kepada UmatNya untuk memperbaiki hubungan antar sesama karena sejatinya mereka merupakan saudara tanpa adanya ikatan darah. Islam menjamin rahmat kepada umatnya yang dapat membantu sesama muslim yang membutuhkan. Dalam prinsip ini Kampung Marketer dalam memberdayakan pemuda desa sudah sesuai dengan prinsip kepedulian dimana Komerce memprioritaskan kesejahteraan pemuda desa Tunjungmuli dan desa lain di Kecamatan Karangmoncol untuk diberdayakan sebagai *customer service* dan *advertiser* sebelum memberi *impact* kepada pemuda desa di luar Kecamatan Karangmoncol.

“tentu kami sudah menerapkan prinsip ini karena dalam pemberdayaan yang kita lakukan untuk masyarakat sekitar jadi kita memprioritaskan kesejahteraan orang-orang di daerah sini, meskipun bisa dilihat SDM Komerce sudah banyak dari luar tapi tetap mayoritas pemuda sekitar terutama customer service dan advertiser memang kita prioritaskan orang daerah Kecamatan Karangmoncol, jadi tali persaudara kita dengan masyarakat sekitar terdekat sebelum kita kasih impact mbak ke luar daerah seperti Jogja, Jakarta dan lain sebagainya⁹⁵.”

b. Prinsip Ta’awun

Pada khususnya prinsip ini Allah SWT mengharuskan manusia untuk saling tolong-menolong kepada sesamanya. Prinsip ini sebagai salah satu landasan pelaksanaan pemberdayaan karena program tersebut merupakan suatu upaya menolong masyarakat lemah yang membutuhkan bantuan maupun bimbingan. Pemberdayaan muncul karena memiliki rasa peduli dan niat untuk melakukan tolong

⁹⁵ wawancara antara Syaefullah Syeif sebagai Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.47 WIB

menolong. Prinsip Ta'awun berdasarkan pada QS. Al-Maidah:2 dimana Allah SWT memerintahkan kepada HambaNya untuk tolong-menolong dalam kebajikan dan takwa, dan Allah melarang untuk tolong-menolong dalam berbuat dosa.

Prinsip Ta'awun atau tolong-menolong sudah diterapkan oleh Kampung Marketer dalam menjalankan program pemberdayaan dimana dalam memberikan ilmu keterampilan *digital marketing* secara gratis tanpa adanya pungutan biaya agar pemuda desa sekitar tidak menjadi pengangguran. Pemuda desa yang telah diberikan keterampilan tersebut jika ingin bekerja di Komerce dipersilahkan, akan tetapi jika tidak tertarik bergabung bukan menjadi masalah. Komerce tidak memberikan sanksi atau hal lain yang memberatkan pemuda desa yang memilih untuk mandiri karena pada dasarnya pemberdayaan ini lahir untuk menolong pemuda sekitar mendapatkan *knowledge skill*. Dengan dilandasi prinsip ta'awun sejak berdirinya Komerce tahun 2017 hingga 2022 sudah banyak SDM yang menjadi *entrepreneur* secara mandiri.

“disini memberikan training secara cuma-cuma tanpa adanya pungutan biaya, kalau sudah lulus training misalkan mbaknya engga mau bergabung dengan kita ga menjadi masalah mau kerja secara mandiri atau kerja dengan orang lain it's okay karena landasan kita kan untuk menolong masyarakat sekitar untuk mendapatkan knowledge skill. Keluaran kampung marketer dari awal berdiri sampai sekarang udah banyak yang usaha secara mandiri kita support banget si mbak dan kita bangga tentunya⁹⁶”

c. Prinsip Persamaan Derajat

Pada prinsip ini berawal dari lahirnya semangat dalam memanusiakan manusia. Prinsip persamaan derajat memandang semua manusia adalah sama. Dengan seperti itu melarang setiap manusia

⁹⁶ wawancara antara Syaefullah Syeif sebagai Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 14.15 WIB

menganggap diri sendiri paling pintar dan berdaya. Prinsip persamaan derajat terdapat pada QS. Al-Hujurat:13 yang menjelaskan bahwasannya Allah telah menciptakan laki-laki dan perempuan dengan berbeda-beda bangsa, suku, dan rasa meskipun seperti itu harus saling mengenal, dan jika tidak menjadi manusia yang membeda-bedakan manusia lain adalah orang yang paling mulia. Pemberdayaan yang dilakukan oleh Kampung Marketer sudah sesuai dengan prinsip persamaan derajat dimana dalam memberdayakan masyarakat sekitar tidak melihat kondisinya seperti kondisi ekonomi, dan pendidikannya. Dalam memberdayakan tidak melihat batasan umur seseorang, akan tetapi apabila SDM yang bergabung dengan Komerce harus memenuhi syarat minimum 18 tahun sesuai dengan persyaratan dari UU Ketenagakerjaan di Indonesia.

Persamaan derajat yang dilakukan oleh Komerce terlihat dimana menerima SDM yang berkebutuhan khusus atau *disabilitas* bisa menjadi *customer service* atau *advertiser* yang dikerjakan dari rumah mereka masing-masing. Pernyataan ini diperkuat dari hasil wawancara:

“karena balik lagi kita menolong orang sini berarti kita menerima kondisi orang sini baik secara ekonomi, pendidikan mereka pasti memiliki keterbatasan tapi kita tetap menerima. Ada beberapa persyaratan kalo mau bergabung disini mengikuti UU Ketenagakerjaan usia harus 18 misal seperti itu, padahal kalo diperbolehkan kita pasti menolong siapapun itu, kita juga memberdayakan SDM yang punya keterbatasan ga bisa jalan dia jadi customer service dan advertiser dari rumah mereka tanpa harus ke kantor.”⁹⁷

Dengan dilaksanakannya pemberdayaan diharapkan memberi dampak kepada masyarakat sekitarnya yang bermula menjadi pengangguran sehingga mengakibatkan jumlah angka kemiskinan naik, kemudian dengan diberdayakan mampu memberikan lapangan pekerjaan

⁹⁷ Syaefullah Syeif sebagai Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 14.30 WIB

kepada masyarakat. Pemberdayaan yang diberikan oleh Kampung Marketer bermula dari kekhawatiran *founder* Nofi Bayu Darmawan melihat pemuda sekitar menganggur. Dalam Islam kemiskinan harus diberantas karena merupakan musuh terbesar. Allah SWT tidak pernah memerintahkan kepada hambaNya untuk menjadi orang miskin. Jika hambaNya menjadi orang yang miskin seharusnya memiliki rasa dan tindakan untuk merubah hidupnya agar terbebas dari kemiskinan.

Jumlah penduduk di Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol sebanyak 12.945 Jiwa pada tahun 2022. Bahwa masyarakatnya mayoritas lulusan tingkat SD atau sederajat dengan jumlah 5016 Jiwa pada tahun 2022, sedangkan pada tahun 2016 sebelum adanya Komerce berada di angka 5403 Jiwa dengan jumlah keseluruhan penduduk 15.210 Jiwa . Dimana desa biasanya seperti yang ada di pikiran sebagian masyarakat adalah suatu wilayah yang memiliki ciri-ciri terbelakang dan terisolir. Secara geografis, letak desa memang biasanya berada jauh dari wilayah perkotaan. Desa Tunjungmuli ini berada jauh dari keramaian kota dengan jarak tempuh 26 Km untuk menuju pusat Kabupaten Purbalingga. Desa Tunjungmuli berada dibawah kaki Gunung Slamet dimana di sebelah selatan sudah berbatasan dengan Kabupaten Pemasang. Dapat dipastikan bahwa penduduk desa memiliki kurangnya informasi, kesehatan, dan lain sebagainya. Dengan melihat kondisi desa dan masyarakatnya Komerce melakukan pemberdayaan untuk mengurangi pengangguran, kemiskinan, dan membuka lapangan pekerjaan.

Dengan diberikannya pemberdayaan yang dilakukan Komerce mampu memberikan pendapatan bagi masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Seperti Kemiskinan menurut Perspektif Islam yaitu suatu keadaan dimana seseorang membutuhkan karunia dari Allah SWT tidak dapat mencukupi kebutuhan hidupnya untuk beribadah kepada Allah SWT. Dengan mendapatkan pendapatan mengeluarkan masyarakat

lemah dari kemiskinan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian lapangan yang dilakukan oleh peneliti dengan mewawancari beberapa responden:

“saya jualan ramesan dan gorengan mbak, dari tahun 2019 Alhamdulillah laris mba dengan adanya Komerce menolong saya kan banyak ya karyawannya pada beli di saya penghasilan saya setiap bulannya rata-rata 3jtan. Memberi dampak si mba.⁹⁸”

“aku bergabung dengan Komerce dari tahun 2019 mbak, Alhamdulillah saya betah disini. Karena dari Komerce membantu pendapatan mbak, ya kaya mba liat ini padahal saya kerja dari desa tapi aku punya penghasilan sekitar 2jtan sudah bisa memberi orangtua, kebutuhan sendiri, nabung juga bisa mba.⁹⁹”

“aku disini sebagai leader mbak, sejak januari 2018 gabung di Komerce. aku dulu merantau mbak di Tangerang kerja jadi buruh pabrik jauh dari orangtua gaji besar tapi ya tentunya pengeluaran juga besar kan biaya hidup disana engga murah. Alhamdulillah setelah di Komerce aku lebih dekat dengan orangtua, penghasilanku 3jtan mba di desa loh ini. dengan 3jt aku udah bisa nabung sama buat biaya kuliah mba.¹⁰⁰”

“kalo aku si bergabung sejak awal 2018, tadinya aku kerja di Btpn Syariah mba muter-muter cari nasabah dengan gaji umk Kabupaten Purbalingga. Tapi setelah aku gabung di Komerce penghasilanku yaa sekitar 2,5jtan lah udah sama bonus disini nyaman banget, tempat kerja dari rumah hanya 5 menitan lah, tentu pengeluaran aku jadi lebih sedikit terus saving money bisa lebih banyak mbak.¹⁰¹”

”aku udah lama mba bergabung dari tahun 2018 dari lulus SMA aku langsung gabung jadi bagian komerce, Alhamdulillah kerja dari desa tapi pendapatan saya lebih dari UMK Purbalingga, kalo lagi target dan tentunya rame aku bisa dapet 3jtan. Uang segitu di desa termasuk banyak mba aku si bisa nabung dan kasih orangtua.¹⁰²”

⁹⁸ Anisa Pemilik Warung di Sekitar Kampung Marketer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 15.00 WIB

⁹⁹ wawancara dengan Nurwaidah sebagai *customer service* pada tanggal 14 September 2022 Pukul 14.30 WIB

¹⁰⁰ Wawancara dengan Miladina Yanalia sebagai *Leader Customer Service* pada tanggal 14 September 2022 Pukul 14.57 WIB

¹⁰¹ Wawancara dengan Afiah sebagai *customer service* pada tanggal 15 September 2022 Pukul 10.15 WIB

¹⁰² Wawancara dengan Dini sebagai admin media sosial Pada tanggal 15 September 2022 Pukul 10.25 WIB

“aku belajar skill digital marketing dari Komerce mba tapi aku engga bergabung menjadi karyawannya ya saya masih kuliah soalnya, aku praktekin ilmunya mba Alhamdulillah bisa buat tambah uang jajan dan lebih sering aku tabung uangnya. sebulan saya bisa dapet orderan 10-15 aku jualan di marketplace.”¹⁰³”

“saya asal Banyumas mba, ikut program di Komerce yang diadakan sama Pemerintah Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2019 sebelum adanya pandemi, disana saya diajarkan caranya berjualan di marketplace, cara mengelolanya bagaimana, cara berlangganan iklan untuk mempromosikan jualan saya, asik pokoknya belajar disana karena ruangnya semi outdoor terus selain belajar ada juga outbound jadi engga membosankan. Alhamdulillah setelah belajar dari sana sebulan awal-awal dapet 3 pesanan terus bulan selanjutnya bisa sampai 5 bagi saya si menguntungkan ya mba kan bisa buat tambah-tambah penghasilan ibarat buat jajan anak, minusnya karena sayanya yang kurang memaksimalkan jualan saya karena saya juga bekerja. Belajar di Komerce menguntungkan sekali tidak menyesal mba.”¹⁰⁴”

Hasil wawancara dengan beberapa responden penulis menarik kesimpulan dengan adanya pemberdayaan yang dilakukan Komerce dapat memberikan manfaat dan penghasilan bagi masyarakat di Desa Tunjungmuli maupun di Kecamatan Karangmoncol. Untuk memperkuat hasil penelitian lapangan penulis mewawancarai Joko Pranoto selaku Kepala Desa Tunjungmuli dan mendapatkan data-data sebagai berikut:

“saya berterimakasih sekali kepada mas Nofi selaku pendiri Komerce telah memberdayakan masyarakat desa sini mba, banyak yang kerja disana jadi punya pekerjaan meningkatkan motivasi masyarakat lainnya juga buat mencari ilmu pendidikan yang tadinya pada lulusan SD saja sekarang sudah ada yang memiliki motivasi buat SMA bahkan sudah banyak yang kuliah juga. Pandemi Covid-19 selama 2 tahun kemarin banyak masyarakat saya yang diphk alhamdulillah malah bisa bekerja di Komerce kan banyak yang pada belanja dari rumah alias online ya mba. Sejauh ini ya saya sering koordinasi dengan mas Nofi. Alhamdulillah sekali mba desa sini meskipun dibawah gunung tapi sekarang jadi rame ga sesepi dulu yakan kita

¹⁰³ Wawancara dengan Rizky Pemuda Desa Pada tanggal 17 September 2022 Pukul 12.30 WIB

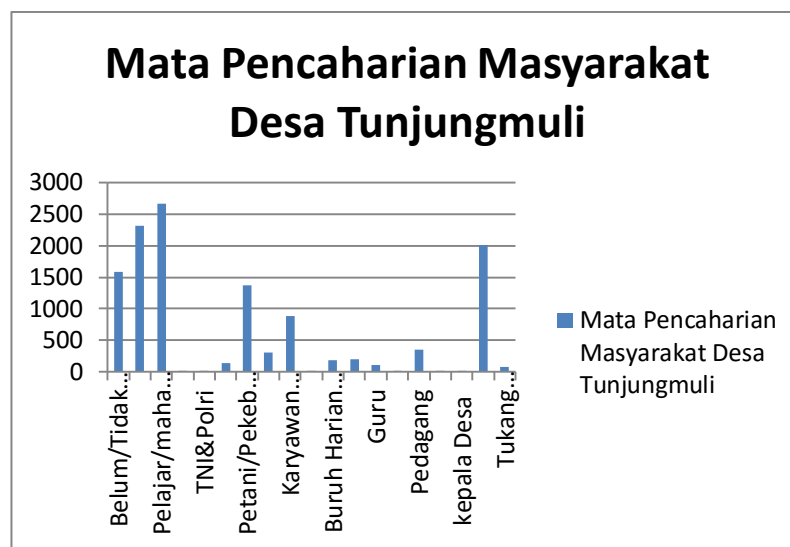
¹⁰⁴ Wawancara dengan Endang sebagai masyarakat pengguna jasa wisata edukasi Kampung Marketer Pada Tanggal 27 Oktober 2022 Pukul 16.15 WIB

juga sering kedatangan masyarakat dari luar yang pada belajar di Komerce.¹⁰⁵”

Keberhasilan pemberdayaan melalui Komerce bagi masyarakat Desa Tunjungmuli dapat dilihat pada grafik SDM berdasarkan pekerjaan:

Gambar 4.1

Mata Pencaharian Masyarakat Desa Tunjungmuli Tahun 2022



Sumber: Profil Desa Tunjungmuli Diolah diambil pada 20 September 2022

Dari data diatas jumlah keseluruhan masyarakat Desa Tunjungmuli 12.945 bahwa mayoritas untuk perempuan rata-rata mengurus rumah tangga sebanyak 2319 Jiwa. Sedangkan kesadaran akan pendidikan sudah tinggi ada masyarakat yang sedang menempuh pendidikan sebanyak 2661 Jiwa. Seperti tujuan dari adanya pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce adalah menjadikan pemuda desa atau masyarakat sekitar menjadi berdaya dan melahirkan *enterpreuner* yang berada di desa. Pada kenyataanya desa Tunjungmuli masyarakatnya yang wiraswasta sudah

¹⁰⁵ wawancara dengan Joko Pranoto Kepala Desa Tunjungmuli Pada 19 September 2022 Pukul 10.00 WIB

mencapai angka 2008 Jiwa. Melihat banyaknya wiraswata dengan posisi berada di desa ini merupakan keberhasilan pencapaian pemberdayaan.

Pemberdayaan merupakan suatu perbuatan yang baik untuk mengurangi kemiskinan. Seperti yang didalam QS. Al-Baqarah:177 menjelaskan kebajikan bukan menghadapkan wajah kearah timur dan arah barat, akan tetapi kebajikan adalah orang-orang yang mengimani 6 Rukun Iman dan juga memberikan harta yang dimiliki kepada kerabat, anak yatim, orang-orang miskin dan lain sebagainya. Harta yang dicintai dan dimiliki tidak hanya berbentuk materiil tapi juga bisa berbentuk non materiil. Merujuk pada QS. Al-Baqarah:177 Pemberdayaan yang diberikan oleh Kampung Marketer berupa harta yang dimiliki bersifat non materiil dimana Komerce ini memberikan ilmu keterampilan yang dimiliki oleh Nofi Bayu Darmawan selaku Founder kepada masyarakat desa sekitar.

Dalam Perspektif Islam, orang yang bekerja atau tenaga kerja merupakan sebuah kemuliaan. Ajaran Islam sangat menganjurkan umatnya untuk bekerja dan berproduktivitas bahkan menjadi sebuah kewajiban karena dengan bekerja bisa untuk bertahan hidup dan Allah SWT akan memberikan balasan sesuai dengan amal yang dilakukan umatNya. Seperti yang terdapat pada QS. An Nahl:97 Al-qur'an memberikan penekanan utama terhadap pekerjaan dan menerangkan dengan jelas bahwa manusia diciptakan di bumi ini untuk bekerja keras untuk mencari penghidupan masing-masing.

Adanya Pemberdayaan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat di sekitar agar memiliki pekerjaan dan menjadi masyarakat yang mulia sesuai dengan Perspektif Islam. Setelah dilakukannya pemberdayaan oleh Komerce, SDM yang diberdayakan lulus *training* dapat bergabung menjadi karyawan. Komerce menyerap tenaga kerja pemuda desa Tunjungmuli.

Tabel 4.1

Data perkembangan penyerapan SDM Komerce yang berasal dari
Kecamatan Karangmoncol
Dari Agustus 2017 – Agustus 2022

No.	Bulan/Tahun	Perkembangan SDM
1.	Agustus 2017	4
2.	Desember 2017	37
3.	Agustus 2018	234
4.	Desember 2018	324
5.	Agustus 2019	715
6.	Desember 2019	740
7.	Agustus 2020	780
8.	Desember 2020	645
9.	Agustus 2021	586
10.	Desember 2021	681
11.	Agustus 2022	681

Sumber: salinan Data Perkembangan SDM komerce

Uraian data diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce memberikan dampak positif kepada masyarakat di lingkungan sekitarnya mulai dari SDM yang diberdayakan, pelaku pemilik usaha di sekitar Komerce dan desa menjadi ramai. Pemberdayaan mampu mengurangi tingkat kemiskinan dengan mencapainya wiraswasta sebanyak 2008 orang dan memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat sekitar, dimana jumlah SDM dari sekitar Kecamatan Karangmoncol yang terberdayakan menjadi karyawan sebanyak 681 SDM pada bulan Agustus 2022. Masing-masing SDM yang terberdayakan memiliki penghasilan pendapatan dengan kisaran antara Rp. 1.500.000,00 – Rp. 3.000.000,00 setiap bulannya dan akumulasi

pendapatan seluruh SDM Komerce pada Tahun 2022 sebanyak Rp. 12.708.794.513,00

Dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, dimana para SDM Komerce merupakan anak-anak muda sekitar umur 18 tahun hingga dibawah 30 tahun. Berdasarkan Yuswohady 2016 Generasi *millennial* adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000. Mereka disebut dengan generasi *millennial* karena mereka yang hidup di pergantian *millennium*, secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala sendi kehidupan¹⁰⁶. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan, seperti: e-mail, SMS (*Short Message Service*), facebook, instagram, dan twitter. Generasi *millennial* atau dikenal dengan generasi Y menurut Oktavianus 2017 mempunyai karakteristik yakni: rasa percaya diri, optimis, ekspresif, bebas, dan menyukai tantangan¹⁰⁷. Dengan melihat rata-rata umur para karyawan, disini Komerce memiliki peran dalam memberdayakan ekonomi masyarakat pada generasi *millennial*.

Sistem pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce adalah yang awalnya memberikan *skill* di dunia *digital marketing* kemudian mengkolaborasikan atau bekerjasama dengan berbagai partner bisnis dikenal dengan para pemilik bisnis online untuk menggunakan jasa orang-orang yang telah di *training* dari mulai pendidikan dan tentunya pendampingan oleh Komerce itu sendiri. Jasa-jasa yang disediakan oleh Komerce berupa *customer service*, *advertiser*, *admin media sosial*, dan *content writer*. Perintah atau cara Penanggulangan kemiskinan yang dilakukan melalui program pemberdayaan juga terdapat pada Ajaran Islam, hal ini suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh orang-orang kaya untuk membantu saudaranya yang miskin. Pemberdayaan yang dilakukan

¹⁰⁶ Syarif, et.al, “Perilaku Generasi Millennial dalam Menggunakan Aplikasi GO-Food”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 6, No. 2, 2018, h. 241

¹⁰⁷ R Wilya Achmad, et.al, “Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0”, Jurnal Pekerjaan Sosial, Vol. 2, No. 2, 2019, h. 190

oleh Komerce sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Perspektif Islam. Keberhasilan dari pemberdayaan ini sebagai salah satu cara mengentaskan kemiskinan dan memberikan lapangan pekerjaan untuk masyarakat lemah dari pihak swasta. Hadirnya Komerce dalam memberikan program pemberdayaan mempengaruhi dalam berbagai faktor antara lain: sektor ekonomi yaitu masyarakat desa memperoleh modal dalam bentuk *skill* dan pendapatan pasti setiap bulannya, kemudian dalam faktor teknologi yakni masyarakat desa yang awalnya tertinggal menjadi *melek* akan IPTEK mahir dalam melakukan bisnis online di berbagai *e-commerce*. Dengan mempengaruhi berbagai faktor pemberdayaan tersebut memberikan lapangan pekerjaan dimana hal ini dapat mengurangi pengangguran dan urbanisasi di desa, sehingga jumlah masyarakat miskin menjadi berkurang. Dengan ini disimpulkan bahwa masyarakat desa menjadi berdaya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce untuk generasi *milenial* Tunjungmuli dan Kecamatan Karangmoncol melalui pelatihan dan pendidikan bidang *digital marketing*. Bentuk program pemberdayaan ekonomi sebagai upaya pengentasan kemiskinan, mengurangi tingkat urbanisasi dan memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat sekitar. Alur pemberdayaan yang dilakukan Komerce meliputi input/masukan, learning process/proses pembelajaran, output/keluaran, outcome/hasil, dan yang terakhir wirausaha mandiri. Dalam pemberdayaannya Komerce memberi *skill* berupa *customer service, advertiser, admin media sosial*, dan wirausaha mandiri.

Dalam proses pemberdayaan Komerce telah sesuai dengan prinsip-prinsip Perspektif Ekonomi Islam antara lain prinsip keperdulian, prinsip *Ta'awun*, dan prinsip persamaan derajat. Keberhasilan pemberdayaan yang dilakukan dapat mengurangi tingkat kemiskinan di Desa Tunjungmuli dilihat dari banyaknya wiraswasta desa sebanyak 2008 orang dan tingkat pendidikan yang sudah tinggi 2661 orang Pada Tahun 2022. Selain mengurangi tingkat kemiskinan dan urbanisasi keberhasilan lainnya dilihat dari adanya lapangan pekerjaan yakni penyerapan tenaga kerja yang berasal dari pemuda desa Tunjungmuli sebanyak 87 SDM dan jumlah 681 SDM Aktif dari berbagai desa di Kecamatan Karangmoncol pada Tahun 2022. Setiap SDM yang diberdayakan mendapatkan penghasilan dengan kisaran Rp.2.000.000,00 sampai dengan Rp. 3.000.000,00 setiap bulannya. Kemudian Komerce mampu memutar roda perekonomian dari kota ke

desa sebanyak lebih dari 1 Milyar setiap bulannya. Dengan akumulasi total pendapatan SDM Komerce pada tahun 2022 adalah 12.708.794.513

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, pemberdayaan yang dilakukan Komerce dalam digital marketing sudah baik, alangkah baiknya mendirikan kantor-kantor cabang lebih luas lagi di luar Kabupaten Purbalingga diperbanyak sehingga bisa membuka lapangan pekerjaan lebih banyak.
2. Untuk tempat kerja atau kantor dari *customer service*, *advertiser*, *admin media sosial* lebih dilengkapi lagi dengan fasilitas-fasilitas yang baik dan ruangan lebih luas agar para SDM atau *talent* bersemangat dalam menjalankan aktivitas kerjanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Saeful dan Sri Ramdhayanti, “*Konsep Pemberdayaan Masyarakat Dalam Islam*”, SYAR’IE, Vol 3, 2020
- Adon Nasurullah Jamaludin, *Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Program PNPM Mandiri Perdesaan (Penelitian di Desa Kersamanah Kecamatan Kersamanah Kabupaten Garut)*, Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UIN Sunan Gunung Djati, 2012
- Agus Haryadi, *Kemiskinan Mentalitas Budaya*, Yogyakarta: Pustaka Rahima, 2005
- Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Sukabumi : CV Jejak, 2018, cet. Ke-1, hal.11
- Suryana, *Metodelogi Penelitian Model Praktis penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Buku Ajar perkuliahan Universitas pendidikan Indonesia, 2010
- Ali Murtadho “Strategi Pembangunan Ekonomi Menurut Fahim Khan” *Jurnal Economica*. Vol. VII Edisi 2. 2016
- Andi Kesumawardani Alwi Paluseri, *Analisis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Program Kawasan Home Industri Unggulan (KHILAN) Di Kota Palopa, Skripsi Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Hasanuddin Makassar, 2017*
- Andri Bayo, *Kemiskinan Dan Strategi Memberantas Kemiskinan*, Yogyakarta: Liberty Offset, 2009
- Arif dan Ahmad Riyad, “*Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan Ekonomi Desa*”, JKMP, vol. 2 no.1, 2014
- Ayumila dan Sa’diyaturrachman, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Perspektif Ekonomi Syariah Melalui Program KOTAKU (Kota Tanpa Kumuh)*, Lampung: Universitas Muhammadiyah Lampung & PPs IAIN Raden Intan Lampung, 2020
- Badan Pusat Statistik, *Jumlah Keluarga Pra Sejahtera*
- Badan Pusat Statistik, *Profil Kemiskinan di Indonesia September 2020*
- Bambang dan Jemadi, “*Pemberdayaan Masyarakat dan pengembangan Kapasitas Dalam Penanggulangan Kemiskinan Melalui PNPM Mandiri Perkotaan*”, *Jurnal MAKSIPRENEUR*, Vol 3 No 1, 2013

- Bashith Abdul, *Ekonomi Kemasyarakatan Visi dan Strategi Pemberdayaan Sektor Ekonomi Lemah*, Malang: UIN MALIKI Press, 2012, Cet Ke-1
- Bayu Tri Cahya, “Kemiskinan Ditinjau Dari Perpektif Al-Qu’an dan Hadis”, *Jurnal Penelitian*, Vol 9 no 1, 2015
- Dede Rodin.”pemeberdayaan Ekonomi fakir Miskin Dalam persepektif Al Qur’an” *Jurnal Economica*” Volume VI No.1 2015
- Efri Syamsul Bahri, *Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan*, Kediri: FAM Publishing, 2019
- Fika Puspitasari, *Peranan Kampung Marketer Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Warga Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga, Skripsi Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto, 2021*
- Gunawan Sumidiningrat, *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*, Jakarta: Gramedia, 1999
- Hardijan Rusli, *Hukum Ketenagakerjaan*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008
- Henrawati Hamid, *Manajemen Pemberdayaan Masyarakat*, Makasar: DeLa Macca, 2018
- Hutomo, M.Y. 2000. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi: Tinjauan Teoritik dan Implementasi*. Jakarta: Bappenas
- Iin Sarinah, et. al, “Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Oleh Pemerintah Desa Pangandaran Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Pangandaran”, *Jurnal MODERAT*, Vol 5 No 3, 2019
- Krisnamurth. et. al, “Analisis Diskriminan Untuk Menentukan Indikator Gari Kemiskinan”, *Jurnal Gizi dan Pangan*, Bogor: IPB, 2008
- Matthoriq, et.al, “Aktualisasi Nilai Islam Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pesisir (Studi Pada Masyarakat Bajulmati, Gajahrejo, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang)”, *Jurnal Administrasi Publik (Jap)*, Vol 2 No 3
- Maya Sintya Napitupulu, *Peran Dinas Ketenagakerjaan Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Kota Medan, Skripsi Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, UIN Sumatera Utara Medan, 2020*
- Mohammad Mulyadi, *Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya*, *Jurnal Komunikasi dan Media*, vol 15 (1),2011
- Nadzir, Mohammad. .”Membangun Pemberdayaan Ekonomi di Pesantren” *Jurnal Economica Volume VI No.1 2015*

- Naerul Edwin, *Kemiskinan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi Islam, vol. 8, No.2 2017
- Neila Susanti dan Marliyah, “*Pola Pemberdayaan Ekonomi Generasi Milenial (Studi Kasus Komunitas Serikat Saudagar Nusantara/SSN Di Medan)*”, Jurnal Human Falah, Vol. 6, No. 1, 2019
- UU RI No 13 tahun 2003
- Nurul Huda, et.al . *Ekonomi Makro Islam*, Jakarta: Kencana, 2009
- Nurul Hak, *Ekonomi Islam Hukum dan Bisnis Syari’ah*, Yogyakarta: Teras, 2011
- Rosmedi dan Riza Risyanti, *Pemberaradayaan Masyarakat*, Sumedang: Alqaprit Jatinegoro, 2006
- Rusni Djafar dan Umar Sune, *Pengentasan Kemiskinan Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Di Kabupaten Pohuwato*, Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan, Vol. 11 No. 3, 2019
- R Wilya Achmad, et.al, “*Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0*”, Jurnal Pekerjaan Sosial, Vol. 2, No. 2, 2019
- Subandi, *Deskripsi Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukkan*, Jurnal Harmonia, vol 11 no 2, 2011
- Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta : Erlangga, 2009
- Sugiarti dkk, *Pembangunan Dalam Perspektif Gender*
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta,2016,cet.ke-23
- Susiati, *Penyerapan Tenaga Kerja Bagi Masyarakat Desa Perang Selatan Pada PT. Kutai Sawit Platation Kecamatan Marang Kayu*, ejurnal Ilmu Pemerintahan, vol 1 no 4, 2013
- Syarif, et.al, “*Perilaku Generasi Millennial dalam Menggunakan Aplikasi GO-Food*”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 6, No. 2, 2018
- Ulfi Putra Sany, “*Prinsip-prinsip Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Al Qur’an*”, Jurnal Ilmu Dakwah, Vol 39, No 1, 2019
- Ully, et. Al, “*Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Dari Desa Tertinggal Menuju Desa Tidak Tertinggal*”, Jurnal Administrasi Publik, Vol 2 no 12
- UU Nomor 11 tahun 2009 tentang kesejahteraan Sosial
- UU RI No 13 tahun 2003

Widiastuti, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kemiskinan Di Indonesia*, Jakarta: Grasindo, 2005

Yunni dan Bhiastika, "Analisis Pelayanan CS (Customer Service) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Danamon Di Sukodadi Lamongan", Jurnal EKBIS Vol. XIX No. 1, 2018

Internet:

<https://nasional.kontan.co.id/news/sepanjang-2020-penyerapan-tenaga-kerja-tumbuh-105-ditopang-pertumbuhan-investasi#:~:text=%2C04%20-0.34%25-,Sepanjang%202020%2C%20penyerapan%20tenaga%20kerja,10%2C5%25%20ditopang%20pertumbuhan%20investasi&text=ILUSTRASI.&text=Angka%20ini%20tumbuh%2010%2C5,sebanyak%201.033.835%20tenaga%20kerja>

<https://komerce.id/blog/kampung-marketer/>

<https://komerce.id/contact>

<https://quran.kemenag.go.id/surah/49/10>

<https://quran.kemenag.go.id/surah/5/2>
<https://quran.kemenag.go.id/surah/49/13>

<https://quran.kemenag.go.id/surah/4/9>

<https://quran.kemenag.go.id/surah/9/60>

<https://quran.kemenag.go.id/surah/16/97>

<https://www.bps.go.id/publication.html?Publikasi%5BtahunJudul%5D=&Publikasi%5BkataKunci%5D=internet&Publikasi%5BcekJudul%5D=0&yt0=ttps>

<https://purbalinggakab.bps.go.id/site/resultTab>

Wawancara:

Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce and Chief Growth Officer Pada Tanggal 13 September 2022 Pukul 13.00 WIB

Nurwaidah sebagai *customer service* pada tanggal 14 September 2022 Pukul 14.30 WIB

Miladina Yanalia sebagai *Leader Customer Service* pada tanggal 14 September 2022 Pukul 14.57 WIB

Afiah sebagai *customer service* pada tanggal 15 September 2022 Pukul 10.15 WIB

Dini sebagai admin media sosial Pada tanggal 15 September 2022 Pukul 10.25
WIB

Anisa Pemilik Warung di Sekitar Kampung Marketer Pada Tanggal 13 September
2022 Pukul 15.00 WIB

Rizky Pemuda Desa Pada tanggal 17 September 2022 Pukul 12.30 WIB

Endang sebagai masyarakat pengguna jasa wisata edukasi Kampung Marketer
Pada Tanggal 27 Oktober 2022 Pukul 16.15 WIB

Joko Pranoto Kepala Desa Tunjungmuli Pada 19 September 2022 Pukul 10.00
WIB

Lain-lain :

Darmawan, Novi Bayu: Materi Briefing SDM Baru Kampung Marketer

Intan Ayu: Salinan Dari Perkembangan SDM dan Partner Komerce tahun 2017-
2022

Intan Ayu: Salinan Data Pendapatan SDM Komerce tahun 2017-2022

Joko Pranata: Profil Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten
Purbalingga tahun 2016-2022

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

List Pertanyaan Komerce

1. Apa yang melatarbelakangi berdirinya Komerce?
2. Apa yang melatarbelakangi dilakukannya rebranding dari kampung marketer menjadi komerce?
3. Bagaimana pemberdayaan masyarakat oleh Komerce?
4. Bagaimana alur pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh komerce ?
5. Bagaimana dampak dari dilakukannya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh komerce?
6. Bagaimana alur kerja atau penyerapan untuk tenaga kerja di komerce?
7. Apakah komerce menerima kolaborasi dengan pihak lain? Jika iya bagaimana alur atau caranya?
8. Apa keunggulan yang dimiliki oleh komerce?
9. Dalam pemberdayaan masyarakat berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam harus memiliki prinsip Ukhuwwah (bersaudara/empati), prinsip ta'awun (tolong menolong), dan prinsip persamaan derajat. Apakah di Komerce sudah menerapkan prinsip ini ?

Lampiran 2

List Pertanyaan SDM atau karyawan Komerce

1. Sudah berapa lama kerja di Komerce?
2. Apa pekerjaan sebelum bekerja di Komerce?
3. Bagaimana dampak atau hasil yang saudara rasakan dari adanya pemberdayaan masyarakat melalui Komerce ?
4. Apakah dengan bekerja di Komerce mampu memperbaiki perekonomian saudara?

Lampiran 3

List pertanyaan untuk masyarakat sekitar :

1. Sudah berapa lama membuka usaha ini?
2. Apa manfaat komerce bagi saudara?
3. Apakah dengan adanya komerce mampu memperbaiki perekonomian saudara?
4. Setelah mendapat pemberdayaan apakah saudara bergabung dengan Komerce?

Lampiran 4

List pertanyaan untuk Kepala Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga

1. Bagaimana profil dari desa Tunjungmuli ?
2. Bagaimana kondisi masyarakat sebelum adanya Komerce?
3. Apakah dengan adanya pemberdayaan yang dilakukan oleh komerce dapat menurunkan tingkat kemiskinan untuk desa Tunjungmuli ?
4. Bagaimana tingkat kesadaran pendidikan masyarakat Desa Tunjungmuli setelah adanya Komerce?
5. Apakah dari Pemerintah Desa Tunjungmuli berkolaborasi dengan Komerce untuk memberdayakan masyarakat? Jika Iya bagaimana?

Lampiran 5

Dokumentasi Kegiatan Penelitian

1. Wawancara dengan Syaefullah Syeif Co. Founder Komerce & Chief Growth Officer



2. Wawancara dengan SDM Komerce



Miladina Yanalia (Leader Customer Service)



Nurwaidah (customer service) dan Afiah Achmad (customer service)



Dini Saputri (Admin Media Sosial)

3. Wawancara dengan masyarakat sekitar



Mba Annisa Pemilik Warung ice dan rames



Wawancara secara online by whatsapp call dengan Rizki Pemuda Desa Yang Mendapatkan Pemberdayaan dengan mendirikan olshop sendiri



Wawancara dengan Ibu Endang salah satu customer wisata edukasi Komerce

4. Wawancara Dengan Perangkat Desa Tunjungmuli



Bapak Joko Pranoto kepala Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga



Bersama beberapa Perangkat Desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol

Lampiran 6

Dokumentasi kegiatan Komerce

1. Wisata Edukasi



Wisata edukasi sebelum adanya pandemic covid-19



Wisata edukasi secara online selama pandemic covid-19

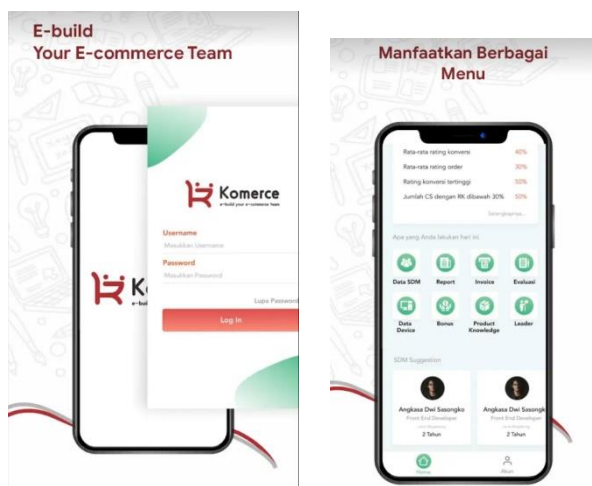
2. Pemberdayaan SDM



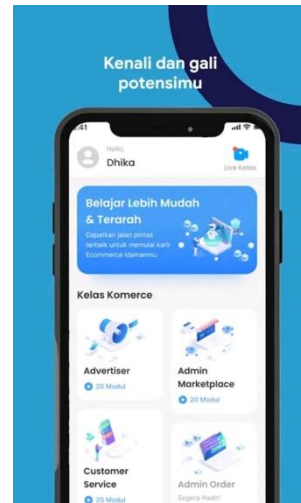
3. Testimoni dari Partner yang bekerja sama dengan Komerce



4. Fitur atau aplikasi yang dimiliki Komerce



Aplikasi komerce yang disediakan untuk Partner



Aplikasi hasil kerjasama Komerce dengan Salah Satu Perguruan Tinggi Negeri di Purwokerto



Layanan penyaluran SDM yang diberikan kampung marketer untuk partner

5. Pelepasan Wirausaha Mandiri



6. Kampung Marketer Talks

GRATIS Kedai Belajar DBS

5 Jam Melek
Keuangan Bisnis Online | Tiktok Ads & Shop

Kumpul bareng UMMK Medan dan belajar dalam 5 jam tentang Financial Literasi dan Online Marketing untuk memaksimalkan stabilitas online dan keuangan bisnis kamu.

Kamis, 27 Oktober 2022 | 09.00 - 15.30 WIB
Grand Liberty Restaurant, Medan, Sumatra Utara

Yuli Cahyani
Digital Marketing, Branch Controller and Social Media at DBS Bank

Daryani Pradana Winata
Head of Finance ID, Control, Payment and CRM at DBS Bank

Titi Andriani Rahmahat
Senior Relationship Manager at DBS Bank

Ahmad Rizki Al-hadi
Treasurer and Marketing, Developer and Blockchain Products at DBS Bank

Cahar Ramia Putra
CEO & Founder Dargi

Rendi Permangkas
Head of Customer Experience at Komercia

Daftar Sekarang:
bit.ly/ke-dai-belajar-medan
Terbatas Untuk 100 Peserta

Fasilitas:
- Makan Siang
- Coffee Break
- Merchandise

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Annisa Widya Safira
Tempat Tanggal Lahir : Banyumas, 07 Februari 1999
Agama : Islam
NIM : 1705026149
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Jl. Proyek Tajum Rt 03 Rw 02 Tiparkidul,
Ajibarang, Banyumas, Jawa Tengah
Email : annisawidya06@gmail.com
Riwayat Pendidikan :

1. TK Pertiwi Tiparkidul
2. SD N 03 Tiparkidul
3. SMP N 01 Ajibarang
4. SMA S Takhassus Al-Qur'an Kalibeber Wonosobo

Semarang, 18 Desember 2022

Annisa Widya Safira

NIM. 1705026149