

# BAB 1 PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Pemberdayaan merupakan proses atau tindakan untuk memberikan kekuatan atau kemampuan kepada masyarakat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka, terutama bagi lapisan masyarakat yang sebelumnya terjebak dalam kemiskinan dan keterbelakangan. Pemberdayaan masyarakat berfokus pada upaya untuk memandirikan, mengembangkan, dan memperkuat posisi tawar mereka di hadapan kekuatan-kekuatan yang menekan di berbagai sektor kehidupan. Proses ini mencakup pengalihan wewenang pengambilan keputusan kepada masyarakat, agar mereka terbiasa dan mampu bertanggung jawab atas pilihan yang mereka buat. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat adalah usaha untuk mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran terhadap potensi yang dimiliki agar mereka lebih berdaya dan mampu mencapai keberhasilan.<sup>1</sup>

Pemberdayaan masyarakat juga mencakup upaya untuk mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran masyarakat terhadap potensi yang dimilikinya. Proses ini bertujuan untuk mengoptimalkan kemampuan yang ada pada diri individu atau kelompok agar lebih berdaya guna dan berhasil guna. Dengan pendekatan yang tepat, masyarakat tidak hanya diberi keterampilan atau pengetahuan baru, tetapi juga didorong untuk percaya diri dalam mengambil tindakan yang positif. Pemberdayaan masyarakat yang efektif akan menghasilkan perubahan yang signifikan dalam kualitas hidup mereka dan membawa dampak positif bagi kemajuan sosial yang lebih luas.<sup>2</sup>

Pemberdayaan masyarakat memiliki peran penting dalam mengubah perilaku masyarakat agar lebih mandiri, berdaya, dan mampu meningkatkan kualitas hidup serta kesejahteraan mereka. Menurut Mardikanto pemberdayaan masyarakat mencakup beberapa aspek, antara lain perbaikan kelembagaan yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan yang ada, serta perbaikan usaha yang akan mendorong bisnis yang lebih baik dan memberikan manfaat bagi anggota lembaga dan masyarakat sekitar. Selain itu, pemberdayaan juga berfokus pada perbaikan pendapatan, di mana peningkatan pendapatan anggota lembaga akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Perbaikan lingkungan fisik dan sosial juga menjadi tujuan pemberdayaan, karena kerusakan lingkungan seringkali terkait dengan kemiskinan dan keterbatasan pendapatan. Pada akhirnya, dengan pendapatan dan

---

<sup>1</sup> Afriansyah, *Pemberdayaan Masyarakat*. (Sumatera Barat: Global Eksekutif Teknologi, 2024). h. 56.

<sup>2</sup> Irma Nur Hanifa and Dhani Ichasanuddin Nur, "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Pemasaran Melalui Digital Marketing UMKM Kelurahan Keputih Surabaya Community Empowerment in Improving Marketing Through Digital Marketing MSMEs Keputih Village Surabaya," *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2, no. 3 (2023): 69–75.

lingkungan yang lebih baik, standar hidup masyarakat akan meningkat, yang tercermin dari tingkat kesehatan, pendidikan, dan daya beli. Secara keseluruhan, pemberdayaan bertujuan untuk menciptakan perbaikan di tingkat masyarakat, sehingga setiap keluarga dapat mencapai kehidupan yang lebih baik, dan akhirnya menciptakan komunitas yang lebih sejahtera.<sup>3</sup>

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM telah memberikan dampak signifikan terhadap kemajuan ekonomi negara ini. UMKM berpotensi besar untuk meningkatkan pendapatan tidak hanya bagi pelaku usaha itu sendiri, tetapi juga bagi masyarakat sekitar. Sebagai pendorong utama perekonomian, UMKM di Indonesia diharapkan untuk terus berkembang dan menjadi lebih baik. Dengan demikian, keberlanjutan dan peningkatan kualitas UMKM sangat penting agar dapat terus berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia dalam jangka panjang.<sup>4</sup>

UMKM memainkan peran vital dalam perekonomian dengan menyerap tenaga kerja, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Perkembangannya membuka lebih banyak lapangan kerja, mempercepat penurunan angka kemiskinan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi melalui produksi barang dan jasa. Dengan kontribusinya terhadap distribusi hasil pembangunan yang lebih merata, keberlanjutan sektor UMKM menjadi kunci kesejahteraan masyarakat.<sup>5</sup>

Pemasaran adalah salah satu kegiatan utama yang krusial bagi kelangsungan usaha perusahaan, baik yang bergerak di bidang barang maupun jasa. Kegiatan ini sangat penting karena pemasaran berhubungan langsung dengan konsumen, yang merupakan pihak yang menentukan keberhasilan atau kegagalan produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, pemasaran dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar, serta menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan konsumen. Melalui strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat menjaga dan bahkan meningkatkan posisi serta keberlanjutan usahanya di pasar yang kompetitif.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Mardikanto and Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat: Dalam Perspektif Kebijakan Publik* (Bandung: Alfabeta, 2013).

<sup>4</sup> Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022): 73–84, <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>.

<sup>5</sup> Barkah Susanto et al., "Penggunaan Digital Marketing Untuk Memperluas Pasar Dan Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Community Empowerment* 6, no. 1 (2020): 42–47, <https://doi.org/10.31603/ce.4244>.

<sup>6</sup> Nur Hanifa and Ichasanuddin Nur, "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Pemasaran Melalui Digital Marketing UMKM Kelurahan Keputih Surabaya Community

Pemasaran memegang peran yang sangat penting dalam kelangsungan dan perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui pemasaran, UMKM dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk atau layanan yang mereka tawarkan, baik secara lokal maupun lebih luas. Pemasaran yang efektif membantu meningkatkan penjualan dengan menargetkan konsumen yang tepat sesuai dengan kebutuhan pasar.<sup>7</sup>

Perkembangan teknologi internet menandai dimulainya era revolusi industri 4.0, yang telah membawa dampak besar bagi berbagai sektor, termasuk UMKM. Dengan internet, setiap individu kini dapat mengakses informasi dengan cepat dan mudah tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Selain sebagai alat untuk memperoleh informasi terkini dan berinteraksi secara virtual, internet juga telah menjadi sarana utama untuk berbelanja, memungkinkan konsumen membeli barang yang mereka inginkan tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Kemudahan tersebut telah mendorong lonjakan jumlah pengguna internet, yang pada gilirannya membuka peluang besar bagi UMKM. Bagi UMKM, internet menjadi platform yang sangat efektif untuk memasarkan produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing. Dengan memanfaatkan internet, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas, mengurangi biaya operasional, dan menjangkau pelanggan potensial di berbagai lokasi, bahkan internasional. Oleh karena itu, internet memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang, berinovasi, dan meraih kesuksesan dalam menghadapi persaingan global.<sup>8</sup>

Meskipun teknologi internet dan digital marketing telah membuka peluang besar bagi UMKM, kenyataannya terdapat kesenjangan antara potensi tersebut dengan praktik di lapangan, karena masih banyak UMKM yang belum menerapkan metode digital marketing secara optimal. Sebagian besar UMKM masih mengandalkan pemasaran secara spontan, tidak terarah, dan lebih bersifat fleksibel tanpa strategi yang jelas. Pendekatan pemasaran yang tidak terstruktur ini membuat banyak UMKM kesulitan untuk membangun merek yang kuat dan tidak dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Akibatnya, banyak UMKM yang gagal bersaing di pasar yang semakin kompetitif, terutama dengan adanya perusahaan besar yang sudah memanfaatkan digital marketing secara maksimal.<sup>9</sup>

---

Empowerment in Improving Marketing Through Digital Marketing MSMEs Keputih Village Surabaya.”

<sup>7</sup> Dhea Nita Syafina Rambe and Nuri Aslami, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global,” *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (2022): 213–23, <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>.

<sup>8</sup> Susanto et al., “Penggunaan Digital Marketing Untuk Memperluas Pasar Dan Meningkatkan Daya Saing UMKM.”

<sup>9</sup> Philip Alford and Stephen John Page, “Marketing Technology for Adoption by Small Business,” *Service Industries Journal* 35, no. 11–12 (2015): 655–69, <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1062884>.

Tanpa pemahaman dan penerapan strategi pemasaran digital yang efektif, UMKM berisiko kehilangan peluang untuk berkembang dan mempertahankan kelangsungan usahanya dalam era digital yang semakin maju. Ketika pesaing-pesaing yang lebih besar dan lebih terorganisir memanfaatkan teknologi dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka, UMKM yang tidak mengadopsi strategi digital marketing dengan baik akan kesulitan untuk menarik perhatian konsumen. Akibatnya, mereka mungkin tertinggal dalam persaingan dan kesulitan untuk mengakses pasar yang lebih luas, serta mengalami penurunan daya saing. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk memahami potensi dan manfaat dari digital marketing guna meningkatkan visibilitas, memperkuat brand, serta membuka peluang pasar yang lebih besar.

Desa Gelam Jaya, Kecamatan Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang, memiliki potensi yang besar dalam bidang wirausaha, terlihat dari tingginya jumlah masyarakat yang bergerak di sektor usaha kecil dan menengah. Tercatat terdapat sekitar 60 pelaku UMKM di desa ini dengan berbagai bidang usaha, yang mayoritas bergerak pada sektor makanan dan minuman. Seluruh pelaku UMKM, khususnya di sektor makanan dan minuman, telah memperoleh sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai bentuk kepatuhan terhadap standar mutu dan kehalalan produk. Keberadaan sertifikasi halal ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan daya saing yang lebih tinggi, terutama di kalangan masyarakat Muslim yang menjadi pangsa pasar utama.

*“Sebagian besar dari pelaku UMKM masih bergantung pada metode pemasaran konvensional seperti pemasaran langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Akibatnya, mereka kesulitan untuk memperluas jangkauan pasar dan tidak dapat memanfaatkan potensi pasar digital yang berkembang pesat. Keterbatasan dalam pemahaman serta penerapan teknologi pemasaran digital membuat UMKM di Desa Gelam Jaya tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin mengarah ke dunia digital, sehingga menjadi tantangan besar bagi mereka untuk berkembang dan menjaga kelangsungan usaha di tengah pesatnya perkembangan teknologi saat ini.”<sup>10</sup>*

Dalam permasalahan tersebut, rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap digital marketing mendorong fasilitator untuk melaksanakan program pendampingan pemberdayaan melalui pelatihan pemasaran berbasis teknologi digital. Kegiatan ini difokuskan pada lima pelaku UMKM di sektor makanan dan minuman yang seluruhnya telah memiliki sertifikasi halal dari MUI, sehingga tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk mereka relatif tinggi. Namun, kemampuan kelima pelaku UMKM tersebut dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya untuk kegiatan pemasaran, masih belum optimal. Oleh karena itu, tujuan utama pendampingan ini adalah meningkatkan pemahaman dan

---

<sup>10</sup> Rohman Ketua Kelompok UMKM Desa Gelam Jaya, diwawancarai oleh penulis di rumahnya, pada 12 Januari 2025

keterampilan para pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

Dengan adanya pelatihan tersebut pelaku UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk memajukan usaha mereka dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi di desa tersebut dengan program pemberdayaan dan skripsi dengan judul **Pemberdayaan Dalam Meningkatkan Pemanfaatan UMKM Melalui Pemasaran Teknologi Digital (Studi Di Desa Gelam Jaya, Kecamatan Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten).**

## **B. Pembatasan Masalah**

Dalam menjalankan projek sosial maka masalah menjadi acuan dalam program, masalah ini akan diselesaikan dan diatasi sebagaimana tujuan dari proyek sosial, maka dari itu permasalahan dalam program ini yaitu :

1. Pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku UMKM masih terpusat pada pasar konvensional, dengan mengandalkan metode promosi dari mulut ke mulut dan interaksi tatap muka
2. Kurangnya optimalisasi terhadap penggunaan platform digital dalam pemasaran oleh para pelaku UMKM.
3. Kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam pemasaran melalui marketplace masih tergolong rendah.
4. Perluasan pemasaran melalui penggunaan digital masih terbatas pada platform media sosial non *E-Commerce*.
5. Keterbatasan pelatihan dari pemerintah, akademisi, atau lembaga swasta menyebabkan kurangnya pengetahuan dan strategi dalam pemasaran digital, sehingga UMKM sulit bersaing di era digital.

## **C. Tujuan**

Dalam menyelesaikan program sosial, karena tujuan adalah hal dasar dalam setiap program. Maka disusunlah tujuan dimana tujuan mengacu kepada masalah yang dijadikan objek. Maka dari itu tujuan dalam projek ini sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya pemasaran digital sebagai pelengkap pemasaran konvensional.
2. Mendorong optimalisasi pemanfaatan ShopeeFood dan GoFood untuk memperluas jangkauan pasar UMKM.
3. Meningkatkan kemampuan teknis pelaku UMKM dalam mengelola ShopeeFood dan GoFood secara efektif.
4. Memperluas wawasan pelaku UMKM tentang penggunaan platform digital selain media sosial non-e-commerce.

5. Meningkatkan kesadaran dan motivasi UMKM untuk berinovasi dan beradaptasi dengan teknologi digital guna meningkatkan daya saing.

#### **D. Keluaran (output)**

Dalam setiap program sosial pasti mempunyai target dalam pelaksanaan program tersebut sebagai peninjauan akan berhasil atau tidaknya suatu program kerja. Output program pemberdayaan UMKM ini merupakan hasil dari proses pembelajaran partisipatif dan tindakan nyata yang dilakukan bersama pelaku UMKM melalui pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA). Maka output tersebut antara lain:

1. Meningkatnya pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pemasaran digital sebagai strategi pendukung pemasaran konvensional dalam pengembangan usaha.

Output ini ditunjukkan melalui meningkatnya pemahaman pelaku UMKM terhadap fungsi dan manfaat pemasaran digital dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

2. Meningkatnya kemampuan teknis pelaku UMKM dalam mengelola platform pemasaran digital, khususnya ShopeeFood dan GoFood, secara mandiri dan efektif.

Kemampuan ini tercermin dari keterampilan pelaku UMKM dalam mengoperasikan fitur dasar platform digital, mulai dari pendaftaran, pengelolaan produk, hingga pengaturan promosi.

3. Teraplikasikannya pemasaran digital melalui pemanfaatan platform ShopeeFood dan GoFood sebagai media penjualan produk UMKM untuk memperluas jangkauan pasar.

Penerapan ini ditandai dengan digunakannya platform digital sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk secara berkelanjutan oleh pelaku UMKM.

4. Meningkatnya kesadaran dan motivasi pelaku UMKM untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran.

Output ini menunjukkan adanya perubahan sikap pelaku UMKM terhadap pentingnya inovasi dan pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan usaha.

5. Meningkatnya daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM, yang ditunjukkan melalui perluasan jangkauan pasar dan peningkatan aktivitas penjualan berbasis digital.

Peningkatan ini merupakan dampak dari optimalisasi pemasaran digital yang berkontribusi pada perluasan jangkauan pasar dan peningkatan aktivitas penjualan.

## E. Ruang Lingkup

Berdasarkan hal tersebut di atas, peneliti berkonsentrasi pada tujuan yang telah ditentukan dan mempersempit masalah yang ingin diselidiki agar lebih mudah dipahami. Selain sebagai fasilitator, peneliti telah merancang berbagai kegiatan untuk memenuhi tujuan pembelajaran. di Desa Gelam Jaya, Kecamatan Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang, penelitian ini dilakukan sebagai proyek sosial bagi subjek dampingan pelaku UMKM.

Peneliti memusatkan perhatian pada masalah yang jelas dan dapat dipahami serta menetapkan tujuan, memfasilitasi kegiatan untuk mencapai tujuan pembelajaran. Penelitian ini merupakan proyek sosial bagi subjek dampingan 5 pelaku UMKM di Desa Gelam Jaya, Kecamatan Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan mereka di lapangan.

Program pelatihan pemasaran digital untuk pelaku UMKM di Desa Gelam Jaya, Kecamatan Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang, memiliki beberapa tujuan yang sangat penting untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Pertama, program ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan UMKM dengan memberikan akses pasar yang lebih luas melalui pemasaran digital, sehingga pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualannya. Hal ini diharapkan dapat membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperoleh lebih banyak pelanggan baik secara lokal maupun internasional. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendukung produk lokal, dengan memanfaatkan platform digital sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada konsumen tentang keberagaman dan kualitas produk lokal.

Selain itu, program ini juga berfokus pada peningkatan infrastruktur digital yang memadai bagi pelaku UMKM. Pelaku UMKM akan diajarkan cara mengelola akun *e-commerce*, media sosial, dan website bisnis dengan lebih baik sehingga mereka dapat membangun keberadaan online yang lebih solid dan meningkatkan transaksi secara efisien. Tujuan selanjutnya adalah untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital para pelaku UMKM, dengan memberikan pengetahuan tentang teknik-teknik pemasaran seperti optimasi mesin pencari (SEO), iklan digital, dan analisis data pemasaran, yang dapat membantu mereka dalam mengelola dan menjalankan kampanye pemasaran secara lebih efektif. Terakhir, program ini bertujuan untuk mengembangkan sumber daya manusia dalam bidang pemasaran digital, dengan memberikan pelatihan yang terstruktur untuk membantu pelaku UMKM agar lebih terampil dalam menggunakan teknologi dan dapat bersaing di pasar yang semakin digital. Dengan demikian, diharapkan program ini dapat memberi dampak positif pada pengembangan bisnis UMKM, peningkatan pendapatan, serta kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal dan nasional.

Pemberdayaan masyarakat melalui tahapan atau langkah yang sistematis menjadi kunci dalam keberhasilan program pemberdayaan. Menurut Soekanto dalam bukunya yang berjudul *Pemberdayaan Masyarakat*, tahapan-tahapan tersebut dimulai dengan tahap persiapan, yang melibatkan penyiapan lapangan dan pelatihan bagi tenaga pemberdayaan masyarakat. Selanjutnya, tahap penilaian dilakukan untuk menentukan sumber daya yang dimiliki oleh klien serta kebutuhan yang dirasakan, guna memastikan bahwa program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan dan potensi yang ada. Pada tahap perencanaan program alternatif, masyarakat dilibatkan untuk mendiskusikan tantangan yang dihadapi dan mencari solusi yang tepat. Tahap berikutnya, yaitu formalisasi rencana aksi, mengharuskan adanya kerja sama dengan kelompok-kelompok masyarakat untuk merumuskan dan memutuskan inisiatif guna menyelesaikan masalah yang ada. Implementasi program dilakukan dengan melibatkan masyarakat sebagai kader pemberdayaan untuk memastikan kelangsungan dan keberlanjutan program. Dalam hal ini, kerja sama antara penegak hukum dan masyarakat juga sangat diperlukan untuk meminimalkan hambatan dalam pelaksanaan. Tahap evaluasi bertujuan untuk melibatkan masyarakat dalam memantau dan menilai keberlanjutan inisiatif pemberdayaan yang telah dilaksanakan. Akhirnya, tahap terminasi menandai pemisahan formal dari komunitas sasaran, yang berarti bahwa komunitas yang diberdayakan telah mengalami perubahan signifikan dan mampu mengorganisir diri mereka untuk menjalani kehidupan yang lebih baik dengan tingkat perubahan yang sangat tinggi.<sup>11</sup>

Proses pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat melalui pendidikan non-formal, dengan fokus pada kebutuhan belajar dan pengembangan potensi di berbagai bidang. Lembaga ini berusaha memberikan keterampilan fungsional dan keterampilan hidup, serta mendorong pertukaran pengetahuan antar anggota masyarakat. Langkah awal mencakup perencanaan program, penyiapan fasilitas pelatihan, persiapan tenaga pengajar, rekrutmen peserta, dan pelaksanaan kegiatan pembelajaran.<sup>12</sup>

Dalam pemberdayaan masyarakat, metode penyuluhan digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, yang diperoleh dari perguruan tinggi ke dalam praktik sehari-hari. Penyuluh sebagai agen penyebaran informasi harus aktif dalam mencari informasi yang bermanfaat dari berbagai sumber, serta mengoptimalkan sumber daya dan saluran media yang ada. Mereka juga perlu menyaring informasi dari berbagai pihak, seperti pejabat pemerintah, pelaku bisnis, media massa, dan LSM, untuk memastikan

---

<sup>11</sup> Dedeh Maryani , Ruth Roselin E. Nainggolan, *Pemberdayaan Masyarakat* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 13-14

<sup>12</sup> Safri Miradj and Imam Shofwan, *Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Proses Pendidikan Nonformal* (Madiun: Bayfa Cendekia Indonesia, 2021). h. 20

kesesuaian informasi dengan kebutuhan klien. Selain itu, penyuluh harus memperhatikan kearifan lokal dan teknologi tradisional yang lebih relevan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat setempat, guna mendukung kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.<sup>13</sup>

Analisis kebutuhan dalam penyuluhan adalah proses untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi masyarakat dan menentukan solusi yang tepat. Berdasarkan model penyuluhan yang mengendalikan angka demografi, ada lima tahapan: pertama, analisis kebutuhan untuk memahami masalah; kedua, penyusunan modul yang sesuai; ketiga, perancangan model penyuluhan; keempat, pengembangan perangkat penyuluhan; dan terakhir, uji coba produk serta diseminasi untuk menguji efektivitas dan menyebarkan hasilnya.<sup>14</sup>

## **F. Potensi dan Permasalahan**

Pemetaan potensi dan permasalahan yang ada di Desa Gelam Jaya, Kecamatan Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi bersama pelaku UMKM serta perangkat desa. Pemetaan ini bertujuan untuk mengidentifikasi sumber daya yang dimiliki masyarakat serta kendala utama yang dihadapi dalam pengembangan usaha, sehingga program yang akan dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lapangan.

### **1. Potensi**

Hasil dari pemetaan potensi yang sebelumnya sudah dijelaskan yaitu dengan cara observasi lapangan dan diskusi bersama pelaku UMKM menunjukkan bahwa Desa Gelam Jaya memiliki potensi sumber daya manusia yang cukup memadai, khususnya pelaku UMKM yang telah memiliki pengalaman dan keterampilan dalam bidang kewirausahaan, terutama pada sektor makanan dan minuman. Selain itu, terdapat generasi muda yang memiliki minat dan kemampuan dalam penggunaan teknologi digital, sehingga berpotensi menjadi agen pendukung dalam pengembangan pemasaran digital UMKM. Potensi lainnya adalah adanya sikap keterbukaan dan partisipasi masyarakat dalam menerima inovasi serta program pemberdayaan yang bertujuan meningkatkan kualitas usaha.

---

<sup>13</sup> Dedeh Maryani and Ruth Roselin E. Nainggolan, *Pemberdayaan Masyarakat* (Sleman: Deepublish, 2019). h. 14

<sup>14</sup> Ahmad Syaekhu, *Pengembangan Model Penyuluhan* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2022).

## 2. Permasalahan

Di sisi lain, pemetaan permasalahan menunjukkan bahwa kegiatan kewirausahaan di Desa Gelam Jaya masih didominasi oleh pemasaran konvensional sehingga jangkauan pasar produk UMKM relatif terbatas. Pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk belum optimal, baik karena keterbatasan pengetahuan maupun keterampilan teknis pelaku UMKM. Selain itu, masih terbatasnya pelatihan dan pendampingan dari pemerintah, akademisi, maupun lembaga swasta menyebabkan pelaku UMKM belum sepenuhnya mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.

### G. Fokus Dampingan

Pemberdayaan masyarakat berbasis pendampingan adalah strategi yang digunakan untuk membantu masyarakat dalam mengidentifikasi kebutuhan mereka, mengatasi hambatan, dan membuat keputusan yang mendukung proyek pertumbuhan mereka. Melalui pendampingan, pendamping dapat memberikan dukungan yang dibutuhkan masyarakat untuk mencapai kemandirian yang berkelanjutan. Pendampingan ini memungkinkan klien untuk mengembangkan kapasitasnya secara lebih mandiri, sekaligus memastikan bahwa perubahan yang dilakukan dapat bertahan dalam jangka panjang.

Fokus pendampingan dalam program ini adalah memberikan bimbingan langsung kepada 5 pelaku UMKM yang menjadi subjek dampingan yang berlokasi di Desa Gelam Jaya, Kecamatan Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan dalam menjalankan usahanya. Program pendampingan ini akan melibatkan berbagai langkah strategis yang mencakup peningkatan keterampilan dalam pemasaran digital, manajemen usaha, serta pengembangan produk. Para pelaku UMKM akan didampingi untuk memahami cara memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka, yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu, pendampingan juga akan fokus pada peningkatan pengelolaan keuangan, perencanaan usaha, serta penciptaan jaringan yang lebih kuat antar pelaku UMKM untuk saling mendukung dan berkolaborasi. Pendampingan ini dirancang agar pelaku UMKM dapat lebih mandiri, mengatasi hambatan yang ada, dan memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh usaha mereka, sehingga mereka dapat meningkatkan daya saing di pasar.

Fasilitator melaksanakan berbagai tahap dan proses mengenai tentang survei lokasi, analisis masalah kegiatan dan kelanjutan pelaksanaan mengenai tentang pemantauan penilaian dan penghentian kegiatan yang di mana metode *Participatory Learning and Action* merupakan metode penelitian yang akan digunakan pada kegiatan tersebut yang di mana tabel yang akan menjelaskan

langkah-langkah proses program pendampingan masyarakat yang disajikan sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Logical Framework Kegiatan Pelatihan Pemasaran Digital**

No.	Potensi	Rencana	Kegiatan	Waktu dan Tempat	Hasil / Output	Penanggung jawab
1.	Antusiasme subjek dampingan yang tinggi	Diskusi tentang pemasaran yang baik dan benar dan pelatihan digital marketing dan <i>Design Graphis</i>	Mengadakan sosialisasi dengan Pelaku UMKM secara <i>Face to Face</i>	(Tanggal 10 Februari 2025 – 12 Februari 2025) di Ruko-Ruko Pelaku UMKM	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat memahami materi tentang pemasaran</li> <li>2. Dapat materi digital marketing</li> <li>3. Dapat menggunakan aplikasi canva dalam pembuatan menu makanan dan logo produk</li> <li>4. Dapat mengimplementasikan pemasaran dengan teknologi digital.</li> </ol>	Fasilitator
2	Iplemantasi usaha UMKM dalam Teknologi digital	Melakukan implementasi terhadap usaha subjek dampingan melalui platform <i>E-commerce</i> seperti <i>Shopee</i> , <i>GrabFood</i> dan	Mengadakan sosialisasi dengan Pelaku UMKM secara <i>Face to Face</i>	13 Februari 2025 – 01 Mei 2025 di Ruko-Ruko Pelaku UMKM.	Dapat mengimplementasikan hasil pelatihan	Fasilitator

		Whatsapp Business				
3.	Hasil implementasi pemasaran digital.	Mengevaluasi hasil dari pemasaran melalui digital.	Mengadakan sosialisasi dengan Pelaku UMKM secara <i>Face to Face</i>	01 Mei 2025 di Ruko-Ruko Pelaku UMKM	Dapat memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran	Fasilitator
5.	Hasil pemasaran digital	Melihat hasil penjualan melalui teknologi digital.	Mengadakan sosialisasi dengan Pelaku UMKM secara <i>Face to Face</i>	01 Mei 2025 di Ruko-Ruko Pelaku UMKM	Dapat memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran	Fasilitator .
6.	Monitoring dan evaluasi	Melihat hasil Program dan Mengevaluasi Program	Mengadakan sosialisasi dengan Pelaku UMKM secara <i>Face to Face</i>	01 Mei 2025 di Ruko-Ruko Pelaku UMKM	Dapat memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran	Fasilitator

## H. Metode

Prosedur penelitian adalah langkah-langkah yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Prosedur ini berfungsi sebagai pedoman dalam penelitian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk melaksanakan implementasi program berdasarkan masalah utama yang sedang dianalisis. Pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA) diterapkan, yang melibatkan pengumpulan data melalui observasi serta diskusi dengan individu yang terlibat. Wawancara juga dilakukan dengan pihak-pihak terkait untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam.

*Participatory Learning and Action* (PLA) adalah pendekatan yang mengutamakan proses belajar dan praktik secara partisipatif, yang merupakan pengembangan dari metode pemberdayaan masyarakat sebelumnya yang dikenal dengan istilah "*Learning by doing*" atau belajar sambil bekerja. Pendekatan ini melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan, sehingga mereka tidak hanya belajar teori tetapi juga memperoleh pengalaman praktis dalam mengatasi masalah yang dihadapi.

Melalui PLA, masyarakat diajak untuk berperan aktif dalam mengambil keputusan, berbagi pengetahuan, dan menemukan solusi yang relevan dengan kebutuhan mereka, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk mencapai kemandirian dan keberlanjutan dalam pembangunan..<sup>15</sup>

Penulis menerapkan metode Participatory Learning and Action (PLA), atau yang dikenal dengan istilah *Learning by doing*, untuk meneliti permasalahan sosial. PLA melibatkan pembelajaran bersama antara subjek, mitra, dan peneliti, dengan tujuan untuk menemukan solusi melalui ceramah, curah pendapat, diskusi, dan tindakan yang relevan. Manfaat utama dari kegiatan PLA adalah kemampuannya dalam mengatasi masalah kompleks yang tidak bisa diselesaikan oleh pihak luar, serta mengumpulkan informasi berharga melalui pengalaman belajar bersama. Metode ini juga memberdayakan masyarakat untuk menghasilkan solusi yang relevan dengan kebutuhan mereka. PLA memiliki prinsip-prinsip dasar, seperti melibatkan semua pemangku kepentingan dalam proses analisis interaktif, mendorong solusi multi-perspektif yang spesifik terhadap lokasi, dan memastikan bahwa proses tersebut difasilitasi oleh ahli serta pemangku kepentingan. PLA berperan sebagai katalisator dan fasilitator dalam pengambilan keputusan serta berfungsi sebagai agen perubahan yang memastikan bahwa keputusan yang diambil dapat diterima oleh komunitas lokal. Pendekatan ini dianggap lebih efektif dalam mengatasi permasalahan sosial karena menciptakan keterlibatan aktif dan solusi yang lebih tepat sasaran..<sup>16</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma postpositivisme untuk mengeksplorasi penerapan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) dalam kelompok UMKM. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen utama yang mengumpulkan dan menganalisis data. Sumber data dipilih melalui teknik pengambilan sampel, di mana informasi dikumpulkan secara bertahap dari satu subjek ke subjek lainnya. Analisis data dilakukan secara induktif, dengan fokus pada pemahaman mendalam terhadap makna yang terkandung dalam data yang diperoleh, bukan pada generalisasi atau statistik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengungkap aspek-aspek yang lebih dalam dan kontekstual dari partisipasi, serta dampaknya terhadap pengembangan pengetahuan dan keterampilan masyarakat.

Keberhasilan suatu program sangat bergantung pada urutan langkah langkah yang diterapkan selama pelaksanaannya. Dalam proses pendampingan, terdapat tujuh tahapan yang umumnya dilakukan, yaitu dalam teori Soekanto dalam 7 Tahapan pemberdayaan sebagai berikut:<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Ila Rosmilawati and Dadan Darmawan, "PARTICIPATORY LEARNING AND ACTION (PLA) PADA KELOMPOK KELUARGA HARAPAN DI KOTA SERANG," *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP* 47, no. 3 (2020): 1–8.

<sup>16</sup> Sri Handini and Sukei, *Pemberdayaan Masyarakat Desa* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), h. 15

<sup>17</sup> Soerjono Soekanto, *Sosialogi: Suatu Pengantar* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2017).

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal ini, terdapat dua aspek utama yang harus dipersiapkan agar program dapat berjalan efektif. Pertama, penyiapan tenaga pemberdayaan masyarakat, seperti pekerja komunitas (*community workers*), yang akan bertanggung jawab atas pelaksanaan program di lapangan. Petugas ini harus memiliki kompetensi dan kesiapan untuk mendukung keberhasilan program. Kedua, dilakukan penyiapan lapangan yang bersifat *nondirektif*, yaitu melalui observasi dan pengumpulan informasi tanpa memberikan pengaruh langsung kepada masyarakat. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami kondisi nyata masyarakat secara objektif. Keberhasilan program sangat bergantung pada kesiapan dan kualitas petugas yang mampu menyesuaikan pendekatan dengan kebutuhan masyarakat.

2. Tahap Pengkajian (*Assessment*)

Tahap ini melibatkan proses identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat, baik secara individu maupun kelompok. Petugas pemberdayaan harus memahami kebutuhan yang dirasakan masyarakat (*felt needs*) dan sumber daya yang mereka miliki. Dengan pengkajian yang mendalam, program yang dirancang dapat lebih tepat sasaran, sesuai dengan potensi masyarakat yang akan diberdayakan. Tahap ini juga penting untuk memastikan bahwa program yang dirancang memiliki relevansi dengan kondisi dan aspirasi masyarakat setempat.

3. Tahap Perencanaan Alternatif Program atau Kegiatan

Setelah memahami kebutuhan masyarakat, tahap selanjutnya adalah menyusun alternatif program atau kegiatan yang dapat menjadi solusi atas masalah yang dihadapi. Dalam hal ini, petugas pemberdayaan berperan sebagai agen perubahan (*agent of change*) yang memfasilitasi masyarakat untuk berpikir kritis tentang masalah mereka. Setiap alternatif yang diajukan harus dianalisis kelebihan dan kekurangannya, sehingga program yang dipilih dapat menjadi opsi yang paling efektif dan efisien dalam mencapai tujuan pemberdayaan.

4. Tahap Pemformalisasi Rencana Aksi

Pada tahap ini, masyarakat bersama petugas menyusun rencana aksi yang lebih terperinci. Rencana ini mencakup penentuan program atau kegiatan yang akan dilakukan, serta penyusunan dokumen pendukung seperti proposal jika diperlukan pendanaan dari pihak lain. Dengan adanya dokumen tertulis, tujuan dan sasaran program pemberdayaan dapat disampaikan secara jelas kepada pemangku kepentingan, seperti pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, atau pihak swasta yang berpotensi mendukung.

5. Tahap Implementasi Program atau Kegiatan

Pelaksanaan program merupakan tahap di mana rencana yang telah disusun diimplementasikan di lapangan. Peran aktif masyarakat sebagai kader sangat penting untuk memastikan program berjalan sesuai tujuan. Kerja sama antara masyarakat dan petugas pemberdayaan menjadi kunci dalam menghadapi kendala yang mungkin muncul selama implementasi. Agar program dapat berjalan lancar, sosialisasi kepada masyarakat harus dilakukan secara menyeluruh. Sosialisasi ini bertujuan untuk memastikan semua pihak memahami maksud, tujuan, dan langkah pelaksanaan program.

6. Tahap Evaluasi

Evaluasi adalah proses penting untuk menilai keberhasilan program yang sedang berjalan. Pada tahap ini, dilakukan pengukuran terhadap hasil (*outcomes*), proses (*processes*), dan dampak (*impacts*) program. Keterlibatan masyarakat dalam evaluasi juga menjadi hal yang utama, karena selain meningkatkan rasa tanggung jawab bersama, hal ini dapat membangun mekanisme pengawasan internal yang mandiri. Evaluasi bertujuan untuk mengidentifikasi kendala, mengukur pencapaian, dan memberikan masukan untuk perbaikan program di masa depan.

7. Tahap Pemeliharaan Keberlanjutan

Tahap terakhir adalah memastikan agar program pemberdayaan tidak berhenti setelah pelaksanaan awal. Upaya ini dilakukan dengan memberikan pelatihan lanjutan, pendampingan secara berkala, atau membangun jejaring kerja sama yang lebih luas dengan pihak eksternal. Dukungan jangka panjang ini bertujuan untuk mendorong masyarakat menjadi lebih mandiri dalam mengelola program dan hasil yang telah dicapai. Dengan demikian, manfaat program dapat dirasakan dalam jangka panjang oleh masyarakat.

Langkah pengumpulan data penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap, yaitu sebagai berikut:

1. Operasi *Pra-Survei* di lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif dan jelas mengenai permasalahan yang diselidiki.
2. Tahap eksplorasi, yaitu pengumpulan data sampel penelitian sesuai dengan tujuan dan penekanan penelitian.
3. Tahap *member check* meliputi perolehan laporan akhir dan verifikasi hasilnya sesuai dengan protokol yang sesuai. Pada tahap ini, peneliti memodifikasi data yang diberikan oleh subjek dan informan, melakukan penyesuaian *linguistik* dan metodologi, serta memverifikasi keakuratan informasi dalam makalah informan atau subjek.

Pendekatan pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur, observasi, dan studi dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data dilakukan melalui prosedur seperti:

- (i) Reduksi data, yang mencakup pemadatan, pemilihan hal-hal penting, konsentrasi pada hal-hal yang penting, mencari *tren* dan tema, dan membuang informasi yang tidak diperlukan.
- (ii) Penyajian data dalam bentuk sinopsis, grafik, keterkaitan
- (iii) kategori, dan format sejenisnya. Akan lebih mudah untuk memahami penyajian data dan mengatur pekerjaan untuk hari berikutnya dengan menggunakan pengetahuan yang telah diperoleh..
- (iv) Kesimpulan/verifikasi berupa hasil awal yang masih bersifat tentatif dan dapat diubah apabila saat ini tidak ditemukan bukti substansial yang menguatkan. Meskipun demikian, kesimpulan dapat diandalkan jika dikomunikasikan sejak dini dan didukung oleh bukti langsung ketika peneliti mengumpulkan data di lapangan. Proses analisis kualitatif tidak akan sampai pada kesimpulan yang pasti sampai tahap pengumpulan data selesai. Manfaat yang dapat diambil dari wawasan ini harus diperiksa dan diteliti lebih lanjut.

Berikut adalah tahapan dalam metode *Participatory Learning and Action* (PLA) sebagai berikut:

1. Pengenalan dan pendekatan awal: Tahap ini melibatkan pendekatan awal kepada komunitas atau situasi yang akan diteliti. Tujuan dari tahap ini adalah untuk membangun hubungan yang baik dengan komunitas dan mengidentifikasi masalah atau isu yang relevan.
2. Identifikasi masalah: Pada tahap ini, dilakukan identifikasi masalah atau isu yang ingin diteliti. Hal ini dilakukan melalui diskusi dan interaksi dengan anggota komunitas. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memahami masalah yang dihadapi oleh komunitas dan menentukan fokus penelitian.
3. Perencanaan dan perancangan penelitian: Tahap ini melibatkan perencanaan dan perancangan penelitian. Hal ini meliputi pemilihan metode dan teknik yang akan digunakan dalam penelitian, serta pengembangan rencana kerja yang terperinci.
4. Pengumpulan data: Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data melalui berbagai metode partisipatif seperti wawancara, observasi, diskusi kelompok, dan pemetaan partisipatif. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan akurat tentang masalah yang diteliti.

5. Analisis data: Setelah data terkumpul, dilakukan analisis data untuk memahami temuan-temuan utama. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode yang sesuai dengan tujuan penelitian.
6. Pembahasan dan interpretasi hasil: Hasil analisis data dibahas dan diinterpretasikan bersama dengan anggota komunitas. Hal ini dilakukan untuk memastikan pemahaman yang mendalam tentang temuan penelitian dan implikasinya bagi komunitas.
7. Perencanaan tindakan dan implementasi: Berdasarkan hasil penelitian, dilakukan perencanaan tindakan yang melibatkan anggota komunitas. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengembangkan strategi dan rencana tindakan yang dapat mengatasi masalah yang diidentifikasi.
8. Evaluasi dan pemantauan: Tahap terakhir adalah evaluasi dan pemantauan terhadap tindakan yang telah dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memastikan keberhasilan tindakan yang dilakukan dan untuk mengidentifikasi perbaikan yang mungkin diperlukan.

## **I. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan merupakan format dalam penulisan skripsi dimana format dalam penulisan skripsi diantaranya adalah:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pendahuluan ini berisi: Latar Belakang, permasalahan, Tujuan, Keluaran, ruang lingkup, subjek Dampungan , Metode, waktu dan tempat, sistematika penulisan.

### **BAB 2 DESKRIPSI SUBJEK DAMPINGAN**

Menjelaskan mengenai tentang subjek dampungan dalam program, tujuannya adalah agar lebih mengenal siapa subjek yang didampingi dalam pemberdayaan atau pengembangan masyarakat dalam program tersebut.

### **BAB 3 PELAKSANAAN PROGRAM PENDAMPINGAN**

Menjelaskan mengenai pendampingan masyarakat yaitu dengan dengan metode pelatihan PLA dalam melakukan pendampingannya. Terdiri dari : analisis masalah, rencana aksi dan strategi pemberdayaan.

### **BAB 4 PEMBAHASAN**

Menjelaskan tentang pelaksanaan program pemberdayaan, yakni seperti deskripsi program, perubahan sosial yang terjadi , serta analisis dari hasil penelitian. Terdiri dari : deskripsi program dan hasil pendampingan.

### **BAB 5 PENUTUP**

Yaitu baris penutup berisikan kesimpulan, dan saran. Kemudian di bagian terakhir penulisan akan terdapat dengan lampiran-lampiran.