

**PEMBERDAYAAN BISNIS ONLINE PADA MASYARAKAT PEDESAAN
(Studi Pada Komerce Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Prof. Kh. Syaifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :
MISBAHUS SUDUR
NIM. 1817201152

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

**PEMBERDAYAAN BISNIS ONLINE PADA MASYARAKAT PEDESAAN
(Studi Pada Komerce Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Prof. Kh. Syaifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :
MISBAHUS SUDUR
NIM. 1817201152

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

SURAT PERNYATAN KEASLIAN

Dengan ini, saya :

Nama : Misbahus Sudur
NIM : 1817201152
Jenjang : S-1
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul, “**PEMBERDAYAAN BISNIS ONLINE PADA MASYARAKAT PEDESAAN (Studi Pada Komerce Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga)**” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuat orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 03 November 2022.

Penulis,



Misbahus Sudur
NIM. 1817201152



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PEMBERDAYAAN BISNIS ONLINE PADA MASYARAKAT PEDESAAN (Studi Pada Komerce Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga)

Yang disusun oleh Saudara **Misbahus Sudur NIM. 1817201152** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **22 November 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang Penguji

Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si
NIP. 19790323 201101 1 007

Sekretaris Sidang/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si
NIDN. 0619018002

Pembimbing/Penguji

Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I
NIP. 19731014 200312 1 002

Purwokerto, 2 Desember 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri

Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum wr.wb

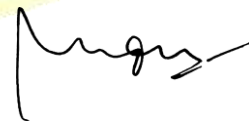
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Misbahus Sudur, NIM 1817201152 yang berjudul:

**PEMBERDAYAAN BISNIS ONLINE PADA MASYARAKAT PEDESAAN
(Studi Pada Komerce Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga)**

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 03 November 2022
Pembimbing,



Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I
NIP. 19731014 200312 1 002

MOTTO

“Cara terbaik untuk memprediksi masa depan adalah dengan mempersiapkannya”



**Pemberdayaan Bisnis Online Pada Masyarakat Pedesaan
(Studi Kasus Pada Komerce Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga)**

**Misbahus sudur
NIM. 1817201152**

E-mail: misbahussudur001@gmail.com

**Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

Komerce merupakan lembaga yang mengerjakan pemberdayaan melalui masyarakat menggunakan cara diberikan pelatihan dan pendidikan berhubungan dengan teknologi khusus *digital marketing* atau pemasaran *online*. Pemberdayaan masyarakat didesa merupakan sebuah peluang bagi masyarakat untuk saling belajar, mengenal *digital marketing*, dan turut berperan masyarakat dalam proses serta pembangunan masyarakat. Dalam perusahaan dan masyarakat yang bertempat tinggal disekitar Desa tersebut adalah dua komponen yang saling berkaitan/berpengaruh sehingga dengan adanya perusahaan Komerce ini dapat membantu dampak yang sangat positif kepada masyarakat setempat dapat menambah kebutuhan ekonominya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dimana dengan penelitian ini maka peneliti akan turun langsung kelapangan untuk melihat, mendata, mengobservasi dari keadaan yang sebenarnya terjadi dilapangan. Penelitian ini melibatkan seluruh stack holder yang ada di perusahaan komerce taman sari sehingga menjadikan data yang didapat oleh peneliti menjadi valid.

Dari penelitian yang sudah dilakukan maka komerce yang ada di Tamansari ini memberikan dampak yang besar kepada masyarakat sekitar hal ini bisa dilihat dari adanya pemberdayaan yang dilakukan oleh pihak komerce kepada masyarakat sekitar yang akan atau mau belajar bisnis online. Dan setelah dilakukannya pemberdayaan maka masyarakat tersebut juga akan diberikan tanggung jawab dari pihak komerce, dan bentuk tanggung jawab merupakan salah satu dari prinsip manajemen syariah yang sudah diterapkan langsung oleh pihak komerce.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Bisnis Online, Komerce

*Online Business Empowerment in Rural Communities
(Case Study at Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga Commercial)*

Misbahus Sudur

NIM. 1817201152

E-Mail: misbahussudur001@gmail.com

**Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and
Business, State Islamic University (UIN) Prof.K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto**

ABSTRACT

Komerce is an institution that works on empowerment through the community using training and education related to special technology for digital marketing or online marketing. Community empowerment in the village is an opportunity for the community to learn from each other, get to know digital marketing, and take part in the community's role in the process and community development. In the company and the community who live around the village, there are two interrelated/influenced components so that the existence of this commercial company can help have a very positive impact on the local community, which can increase their economic needs.

This study uses descriptive qualitative research methods where with this research the researchers will go directly to the field to see, record, observe from the actual situation in the field. This research involves all the stack holders in the Taman Sari commercial company so that the data obtained by the researcher becomes valid.

From the research that has been done, the commercial in Taman sari has a great impact on the surrounding community, this can be seen from the empowerment carried out by the commercial party to the surrounding community who will or want to learn online business. And after empowerment, the community will also be given responsibility from the commercial side, and the form of responsibility is one of the principles of sharia management that has been applied directly by the commercial party.

Keywords: Empowerment, Online Business, Komerce

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

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

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ĥa	Ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	d'	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik di atas

غ	Gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	w
ه	ha'	H	ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syadda ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

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

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

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan

زكاة لغير	Ditulis	Zakat al-fitr
-----------	---------	---------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	A
		Ditulis	Jahiliyah
2.	Fathah + ya' mati تانس	Ditulis	A
		Ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' كريم	Ditulis	I
		Ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati فروض	Ditulis	U
		Ditulis	Furud'

6. Vocal rangkap

1.	Fathah + ya' mati بينكم	Ditulis	Ai
		Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati قول	Ditulis	Au
		Ditulis	Qaul

7. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat
تن شكرتم	Ditulis	la'in syakartum

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القرآن	Ditulis	al-qur'an
القياس	Ditulis	al-qiyas

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-sama
الشمس	Ditulis	Asy-syams

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذو الفروض	Ditulis	Zawi al-furud
أهل السنة	Ditulis	Ahl as-sunnah



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum wr wb

Alhamdulillah rabbil'alamin Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan lancar dan terselesaikan dengan baik. Penulisan karya tulis ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata 1 (S-1) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang berjudul "Pemberdayaan Binis Online Pada Masyarakat Pedesaan (Studi Pada Komerce Tamansari, Krangmoncol, Purbalingga)".

Sholawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada pemimpin legendaris dunia, pemimpin yang paling layak untuk diteladani, dan pemimpin satu-satunya yang akan menyelamatkan kita diakhir nanti yakni Nabi Muhammad SAW. Pengukir peradaban terbaik sepanjang sejarah hidup manusia. Atas perjuangan beliau, sahabat-sahabat beliau dan pejuang Islam lainnya, pada detik ini kita umat-Nya masih bisa merasakan indahnya persaudaraan antar sesama. Pada detik ini pun masih bisa menikmati indahnya perjuangan, pergerakan dan totalitas. Perjuangan dan pergerakan untuk terus bisa bermanfaat untuk orang lain. Totalitas dalam berkarya dan menjalankan segala amanah yang telah di tanggung jawabkan kepada kita selaku umatnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapat dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Penulisan skripsi ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari pihak-pihak yang telah membimbing, memotivasi, memberi saran, dan dukungan sepenuhnya kepada penulis selama penulisan skripsi ini berlangsung. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Mohammad Roqib M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M. Wakil Rektor III UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafarani, SP., M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Dosen Pembimbing, terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
10. Segenap Staff Administrasi Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Ahmad Sayidin dan Ibu Salmah serta kedua kakak saya yaitu Sulimah dan Samsi, beserta seluruh keluarga besar saya. Terima kasih atas motivasi, bimbingan, do'a dan dukungannya serta terima kasih atas semua perhatian dan kasih sayang yang telah kalian berikan sampai saat ini.
12. Para karyawan Kommerce yang sudah membantu penulis dalam melakukan penelitian.
13. Teruntuk orang spesial yaitu Hani Esa Yanti selaku kekasihku yang sangat berjasa dalam pembuatan skripsi ini, seseorang yang sering saya reportkan dalam pembuatan skripsi, seseorang yang siap mendengar keluh kesah hingga tangisan yang saya curahkan dalam setiap pembuatan skripsi ini, terima kasih sudah memberi semangat kepada saya dan selalu mendukung saya selama ini.

14. Kepada teman-teman kelas seperjuangan Ekonomi Syariah D angkatan 2018 yang sudah membantu dalam penulisan skripsi ini, Egi Paw, Solih, Mashul, Indra, Fatma, Nina, Wanda, Putri, Pikoh, Indah, Arofah, Lina, Rini, Sofi, Evin, dan yang lainnya, tak lupa temen kost Hari Nurhidayat yang selalu memberikan saya dukungan, semangat, motivasi dan kebersamaan yang selalu menciptakan keceriaan selama perkuliahan.
15. Teman-teman Pondok Pesantren Darul Abror yang telah memberikan warna tersendiri bagi pengalaman saya saat di Purwokerto. Terutama bagi Muhamad Iqbal, Gusti, Ahmad Khoerusafi'I, Dika Maulana, Akbar, Budi dan teman seangkatan selama di Pondok.
16. Sahabat dan sahabati PMII Rayon Febi Komisariat Walisongo Purwokerto.
17. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
18. Teruntuk diri saya sendiri, terima kasih sudah mau berjuang semangat dan selalu tetap sabar sehingga sampai dititik ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis berupaya semaksimal mungkin agar skripsi ini menjadi sempurna. Namun penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dari pembaca untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb,

Purwokerto, 03 November 2022

Penulis,



Misbahus Sudur
NIM.1817201152

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas segala limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, penulis mengucapkan rasa syukur karena telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemberdayaan Binis Online Pada Masyarakat Pedesaan (Studi Pada Komerce Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga” Dengan skripsi ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Pahlawan yang sudah melahirkan, membesarkan, memberikan karakter, dan juga makna dari kehidupan. Yang cintanya tak akan pernah tergantikan, yang kasih sayangnya selalu tulus dan tak akan ada yang menandinginya, yang selalu menerima keadaan anaknya untuk menjadi tempat berpulang. Ialah kedua orang tua saya Bapak Ahmad Sayidin dan Ibu Salmah. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya.
2. Kakak-kakak saya tersayang, Sulimah dan Samsi Nudin terima kasih atas iringan do'a dan dukungannya yang juga tiada henti untuk saya.
3. Kepada teman-teman kelas seperjuangan Ekonomi Syariah D angkatan 2018 yang sudah membantu dalam penulisan skripsi ini, yang selalu memberikan saya dukungan, semangat, motivasi dan kebersamaan yang selalu menciptakan keceriaan selama perkuliahan.
4. Sahabat dan sahabati PMII Rayon Febi Komisariat Walisongo Purwokerto.
5. Teman-teman Pondok Pesantren Darul Abror yang telah memberikan warna tersendiri bagi pengalaman saya saat di Purwokerto. Terutama bagi Muhamad Iqbal, Gusti, Ahmad Khoerusafi'I, Dika Maulana, Akbar, Budi dan teman seangkatan selama di Pondok.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xii
PERSEMBAHAN.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Defenisi Operasional.....	7
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Sistematika Pembahasan	16
BAB II : LANDASAN TEORI.....	17
A. Pemberdayaan Masyarakat.....	17
B. Bisnis Online.....	25
C. Landasan Teologis	30
BAB III : METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35

C. Sumber Data.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	39
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
B. Pemberdayaan Komerce pada Masyarakat Pedesaan	46
C. Analisis Manajemen Syariah terhadap pemberdayaan Komerce pada Masyarakat Pedesaan	55
BAB V : PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jumlah SDM aktif pada Komerce.....	4
Tabel 1.2 Ringkasan Peneliti Terdahulu	13
Tabel 4.1 Kantor Cabang Komerce.....	44



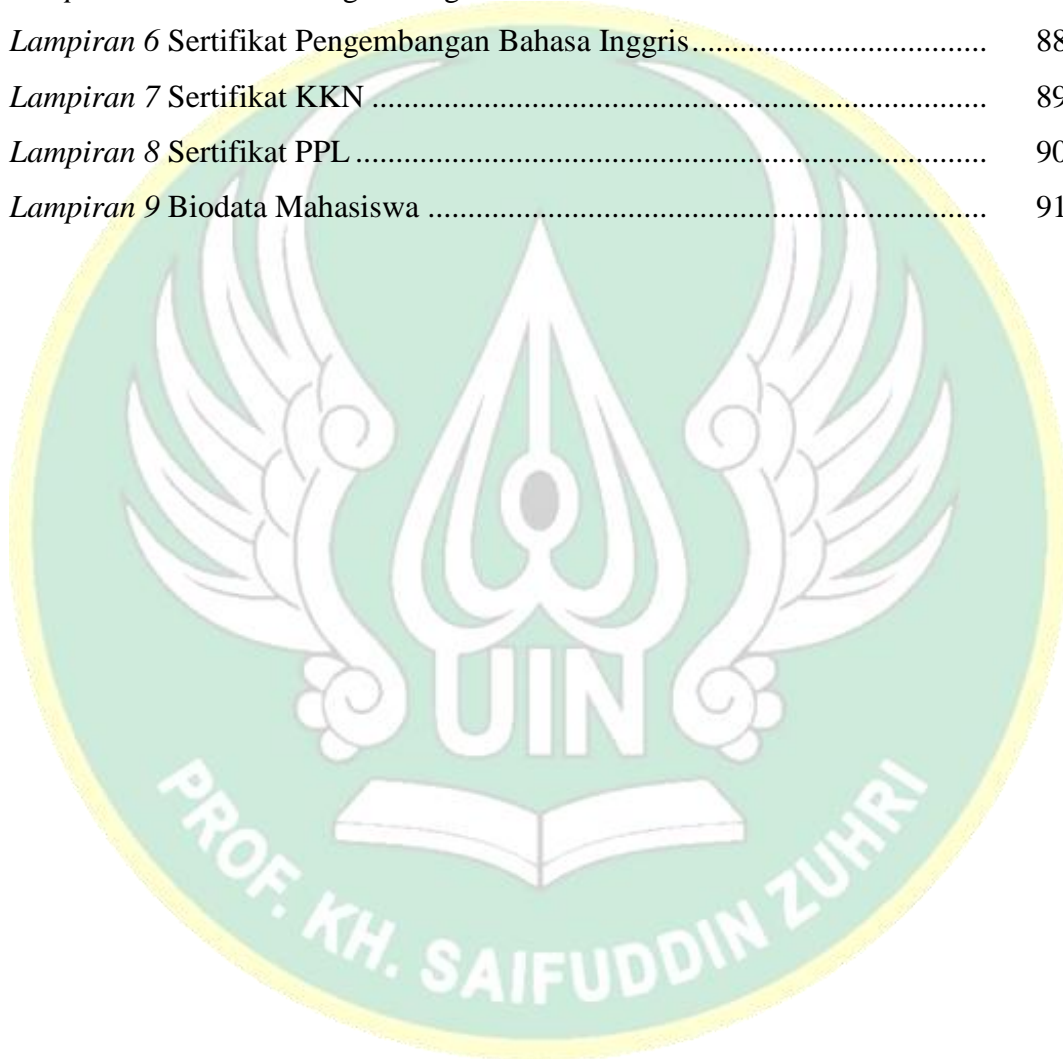
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kantor Pusat Komerce	40
Gambar 4.2 Denah Persebaran Komerce	42
Gambar 4.3 Struktur Organisasi.....	43
Gambar 4.4 Alur Pemberdayaan di Komerce	47
Gambar 4.5 Pelatihan Komerce	48
Gambar 4.6 Presentase Gaji Para Talent Kampung Pemasar	54



DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1</i> Transkrip Wawancara.....	75
<i>Lampiran 2</i> Foto Dokumentasi Penelitian	81
<i>Lampiran 3</i> Sertifikat Aplikom.....	85
<i>Lampiran 4</i> Sertifikat BTA PPI	86
<i>Lampiran 5</i> Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab	87
<i>Lampiran 6</i> Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris.....	88
<i>Lampiran 7</i> Sertifikat KKN	89
<i>Lampiran 8</i> Sertifikat PPL	90
<i>Lampiran 9</i> Biodata Mahasiswa	91



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Datangnya industri atau perusahaan/organisasi pastinya akan berpengaruh dalam perkembangan daerahnya sendiri, mulai berdasarkan bidang pembangunan, bidang perekonomian, bidang pendidikan bahkan pada bidang kebudayaan. Eksistensi adanya lembaga bisa sebagai salah satu wujud adanya pembangunan pada bidang ekonomi. Dapat kita pahami beserta bahwa pembangunan adalah suatu berproses perubahan yang direncanakan menjadi salah satu berupaya kita pada menaikkan kualitas hidup. Dalam hal ini pembangunan dengan jalan nasionalakan berkaitan menggunakan pemanfaatan asal daya insan yang dimiliki.

Pemberdayaan masyarakat menjadi bagian berdasarkan rancangan pembangunan ekonomi yang mencakup nilai-nilai masyarakat menggunakan tujuan untuk dapat menciptakan kerangka berpikir baru pada pembangunan yang bersifat *people-centered, participatory*. Dalam kerangka ini berupaya untuk dilakukan memberdayakan masyarakat bisa dibagi menjadi tiga aspek: Pertama, *enabling* adalah sesuatu untuk membangun keadaan yang menjadikan potensi masyarakat mampu berkembang. Yang kedua, *empowering* artinya memperkuat potensi yang sudah dimiliki setiap masyarakat melalui beberapa tahap konkret yang bersangkutan menggunakan penyediaan berbagai *input* dan pada permukaan berbagai ruang gerak yang bisa menciptakan masyarakat semakin berdaya. Dan yang terakhir *protecting* yaitu melindungi dan pula membela kebutuhan masyarakat lemah.

Dizaman terbaru misalnya kini, ini tidak sedikit lembaga yang melakukan bisnis dibidang *digital marketing*. Adanya lembaga atau organisasi dipercaya menjadi forum yang bisa menaruh banyak laba bagi rakyat misalnya menaruh lapangan kerja dan bisa menyiapkan barang/jasa yang diperlukan rakyat. Lembaga/organisasi yang mengerjakan bisnisnya dengan memakai teknologi *digital marketing* tidak cuma dilakukan pada Perkotaan saja, melainkan bisa juga dijalankan diperdesaan (Fianingsih, 2020).

Internet sebagai sesuatu yang sungguh krusial dan sulit buat dipisahkan melalui masyarakat modern. Lebih-lebih bagi mereka yang lahir di masa 20 an, internet ini telah membuat desain dunianya sendiri melalui banyaknya contoh peralatan isu teknologi dan komunikasi supaya setiap individu juga aneka macam kelompok masyarakat bisa saling bertukar pikiran, dan berafiliasi untuk melakukan sejumlah kegiatan dalam interaksi. Internet sudah menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat informasi terpenting yang bisa diakses melalui lokasi manapun tanpa ketentuan ruang dan waktu. Internet juga dbisa dikatakan sebagai sentra isu bebas halangan karena mampu mengantarkan satu situs informasi ke situs informasi lainnya menggunakan kurun waktu yang sangat singkat (Joesyiana, 2019).

Pada hal ini perkembangan dalam ilmu pengetahuan menjadi satu diantara sudut pandang yang lebih mendukung, yakni pada dunia pendidikan, dimana Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) sudah mebuahkan ruang terbuka bagi setiap orang buat menciptakan serta pula berinovasi sebagai teknologi menjadi wahana atau alat buat melakukan segala sesuatu, sehingga seluruh orang bisa mengaksesnya. Isu teknologi mengeluarkan internet, dimana dengan sederhana bisa diucapkan bahwa internet artinya dalam bahasa jaringan personal *computer global*, seluruhnya menggunakan kata bahasa yang serupa. Menggunakan intenet diantara satu akibat dari perkembangan yang memakai internet dengan maju ialah contoh perihal dagang elektronika yang diklaim menggunakan *e-commere*.

Sebutan bisnis online, belakangan ini seringkali kita jumpai ditelinga kita, bisnis online pula adalah diantara satu industri menggunakan kemampuan bisnis yang lebih berpotensi. Kejadian ini sudah seringkali berlaku pada perkembangan zaman, bisa kita lihat bahkan alami bersama pada isu terkini dengan *online shop* yang lagi familiar dapat dipakai oleh rakyat diseluruh negara, tergolong di Indonesia. Pada kejadian inilah banyak perusahaan yang sediakala hanya mempraktikan bisnis dengan cara *offline* sekarang sudah mulai beralih menggunakan bisnis secara *online* (Situmeang, 2018).

Komerce yang berada di Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga merupakan hasil kepeloporan yang dirintis oleh Nofi Bayu Darmawan, lulusan Sekolah Tinggi Akuntansi Negara (STAN) Jakarta. Dari kemampuan IT, khususnya digital marketing yang dimiliki oleh Nofi Bayu Darmawan mulai membangun Komerce ini sejak 2016. Beliau mendapatkan reward sebagai sosok inspiratif dari Liputan 6 SCTV Awards karena telah mengajak warga Karangmoncol untuk melek IT dan berkontribusi aktif dalam dunia digital yang sedang marak saat ini (Chasanah, 2018).

Menurut Suciati (2021) Komerce merupakan lembaga yang mengerjakan pemberdayaan melalui masyarakat menggunakan cara diberikan pelatihan dan pendidikan berhubungan dengan teknologi khusus *digital marketing* atau pemasaran *online*. Perdagangan online dilapak semacam Tokopedia, Shoope, Lazada, Blibli, menurut orang pembeli dan penjual cukup berkomunikasi pada akunnya masing-masing. Orang-orang yang menjual akan terus menjalankan *update* barang/benda yang akan mereka jual secantik mungkin dilapak, menerima berbagai pertanyaan pembelian berhubungan dengan barang atau jasa, memecahkan persoalan keluhan sesudah pembelian.

Adanya pemberdayaan masyarakat dimana zaman yang semakin maju dengan menggunakan teknologi *digital marketing* ditengah-tengah pedesaan dan masyarakat pedesaan diajarkan/pelatihan untuk membantu serta memasarkan produk dalam perusahaannya. Disamping itu pemberdayaan masyarakat didesa meruakan sebuah peluang bagi masyarakat untuk saling belajar, mengenal *digital marketing*, dan turut berperan masyarakat dalam proes serta mendirikan pembangunan masyarakat. Dalam perusahaan serta masyarakat yang bertempat tinggal disekitar Desa tersebut adalah dua komponen yang berkaitan/berpengaruh. Secara general dengan adanya perusahaan/organisasi ini dapat memberikan dampak yang sangat positif kepada masyarakat setempat sehingga masyarakat dapat menambah kebutuhan ekonominya. Berikut ini jumlah data masyarakat Desa yang masuk dalam pemerdayaan masyarakat :

Tabel 1.1
Data jumlah SDM aktif pada Komerce

No.	Tahun masuk	Bulan masuk	Data SDM yang aktif
1	2019	Januari	364
		Febuari	428
		Maret	512
		April	605
		Mei	640
		Juni	646
		Juli	687
		Agustus	715
		September	745
		Oktober	723
		November	726
		Desember	740
2	2020	Januari	791
		Febuari	837
		Maret	814
		April	765
		Mei	759
		Juni	804
		Juli	807
		Agustus	780
		September	738
		Oktober	701
		November	706
		Desember	645
		Januari	641
		Febuari	647
		Maret	636
		April	585
3	2022	Mei	551
		Juni	534
		Juli	522
		Agustus	526
		September	517
		Oktober	500
November	496		

		Desember	490
4	2022	Januari	492
		Febuari	495
		Maret	500
		April	487
		Mei	465
		Juni	469
		Juli	459
		Agustus	448

Sumber : wawancara pada bulan Febuari sampai selesai 2022

Jumlah patner bisnis yang (*active*) berkolaborasi dengan Komerce sampai bulan Agustus tahun 2022 adalah 199 perusahaan dan patner yang (*non active*) sudah mecapai 712 perusahaan. Komerce saat ini memiliki 20 kantor cabang yang tersebar di wilayah kecamatan Karangmoncol yaitu desa Tunjungmuli 4, Tamansari 9, Majingklak 2, Kramat 1, Tajug 1, Rajawana 1, Kertanegara 1, dan Jogja 1 (*Admin market place*). Komerce tersebut dapat membantu bagi masyarakat khususnya kalangan pemuda yang mau belajar dalam *digital marketing*. Sampai saat ini dalam pemberdayaan masyarakat yang *active* berjumlah 448 SDM dan yang *non active* dari tahun 2017 sampai bulan Agustus tahun 2022 berjumlah 1.517 SDM. Begitu banyaknya para pemuda yang ingin lebih mendalami dalam proses pemberdayaan masyarakat agar tahu tentang perkembangan zaman yang semakin maju (*Wawancara dengan Hendrik Kurniawan Kabid pemberdayaan, September 2022*).

Komerce juga menyediakan Sumber Daya Manusia ahli dibidang tersebut. Komerce memberikan pelatihan dengan tujuan untuk para orang muda desa berhubungan dengan *skill digital marketing*, kemudian bekerjasama dengan patner bisnis berupa UMKM yang menjalankan *online shop*. Sehingga sesudah para anggota Komerce mengurus dan mengatur pelatihan dengan baik, para orang muda desa dapat bergabung menjadi Sumber Daya Manusia yang akan bekerja dengan patner bisnisnya. Subjek yang akan menjadi sasaranya ialah para orang muda di didesanya.

Dalam penelitian ini, menarik bagi saya sebab memiliki keunikan yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, jelas yang menjadi pembeda atau hal baru dalam penelitian ini karena mengangkat transformasi operasional pada Komerce, dalam hal ini operasional bisnis yang mulanya bergerak secara manual kemudian saat ini sudah bertransformasi operasionalnya dalam bentuk bisnis online. Sangat menarik dalam lingkup pedesaan dapat bergerak sebuah organisasi bisnis yang bergerak secara digital. Hal ini jelas sangat menarik melihat tradisi masyarakat pedesaan yang kurang pemahaman terkait teknologi digital, apalagi dalam kegiatan bisnis atau perdagangan online yang sedang marak dilakukan oleh orang-orang untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

Dalam sebuah organisasi terdapat sistem manajemen dimana sistem manajemen ini dilakukan agar lebih mudahnya bertujuan untuk mencapai sebuah tujuan yang ditargetkan. Menurut Taylor dalam buku Veithzal Rivai mengatakan manajemen diartikan sebagai *knowing exactly what to do and then seeing that they do it in the best and cheapest way*. Dari pengertian tersebut yang dimaksud oleh Tylor mencakup tiga hal, yaitu adanya tujuan yang dicapai, adanya proses yang didapat menggegerkan dan mengerahkan manusia didalam organisasi pada suatu tujuan tertentu dan adanya upaya untuk memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara efesiensi. Adapun dasar-dasar dalam manajemen syariah yaitu, keadilan, amanah dan pertanggung jawaban, komunikatif. Serta prinsip-prinsip dalam manajemen syariah (Zuhryan, 2013).

Berdasarkan pada latar belakang diatas, sehingga penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang “Pemberdayaan Bisnis Online Pada Masyarakat Pedesaan (Studi Pada Komerce Tamansari, Karangmonol, Purbalingga)”.

B. Defenisi Operasional

1. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan berasal dari istilah dasar kata daya yang mengandung arti “kekuatan”, dan berupa terjemahan dari kata dalam bahasa Inggris “*empowerment*”, sebagai akibatnya bisa diuraikan bahwa pemberdayaan memuat arti menyampaikan daya atau kekuatan padagolongan yang kurang/lemah belum memiliki daya/kekuatan buat hidup secara mandiri, terutama pada mecukupi yang diperlukan atau dibutuhkan dasar hidupnya setiap hari misalnya makan pokok, barang yang dipakai, tempat tinggal, pendidikan, keadaan sehat.

Dinegara sendiri sebutan pemberdayaan telah dikenal mulai dari tahun 1990, belum lama sesudah konferensi Beijing pada tahun 1995 pemerintahan menggunakan istilah yang sama dengan pemberdayaan. Seiring perkembangan waktu, sebutan pemberdayaan sudah menjadi pembicaraan umum sehingga tak jarang menjadikan kata penting dan kemajuan serta berhasilnya pembangunan masyarakat di waktu itu. Kerangka berpikir dari pemberdayaan adalah kerangka berpikir membangun manusia, yaitu pembangunan yang pokok pada masyarakat, serta menjadi proses pembangunan yang bergerak maju pada masyarakat berpegang teguh dari yang terendah.

Para pakar yang pemikiran serta tulisannya banyak dicurahkan buat kepentingan upaya pemberdayaan masyarakat beropini bahwasannya, pemberdayaan masyarakat ialah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini artinya cerminan kerangka berpikir baru pembangunan, yakni bersifat *people centered* (berpusat di manusia), *participatory* (partisipatif), *empeworning* (memberdayakan) sertasustainable (berkelanjutan). Rancangan ini menjadi makin besar berasal dari cuma sama sekali mencukupi kebutuhan dasar ataupun mempersiapkan prosedur dengan tujuan buat mencegah proses pemiskinan lebih lanjut (*safety net*), dan pemikirannya akhir-akhir ini lebih banyak

dikembangkan menjadi cara buat mencari cara lain terhadap konsep pertumbuhan di masa yang lalu.

Hakekatnya, pemberdayaan masyarakat ini tak hanya ditujukan buat individual, namun bisajuga ditujukan secara berkelompok, menjadi bagian dari aktualisasi keberadaan manusia. Maka dari itu, insan bisa dijadikan menjadi tolak ukur secara normatif, yang memutuskan konsep pemberdayaan masyarakat menjadi suatu bagian dari upaya untuk menciptakan keberadaan masyarakat secara perseorangan, keluarga, bahkan bangsa menjadi bangsa yang aktualisasi kemanusiaan yang adil dan mempunyai budi bahasa yang baik (Hamid, 2018 : 9).

Menurut Suharto (2010: 58), pemberdayaan masyarakat mengarah pada kemampuan seorang, khususnya untuk golongan masyarakat yang kurang dalam kecakapan, agar kategori mereka yang kurang mempunyai tenaga atau kesanggupan, pada :

- a. Mencukupi keperluan ekonominya agar masyarakat yang mempunyai kebiasaan (*freedom*), sebenarnya tidak berarti mereka bebas pada hal mengemukakan pendapat, namun mereka bebas dari kata kekurangan makan, pengetahuan serta menderit.
- b. Memperoleh dari sumber-sumber manfaat yang memberikan kesempatan masyarakat bisa menaikan penghasilannya dan mampu menghasilkan barang-barang dan jasa yang dibutuhkan serta berkualitas.
- c. Masyarakat berperan aktif pada perkembangan pembangunan dan ketetapan yang mempengaruhinya.

2. Bisnis Online

Dalam bisnis online menurut (Nofriansyah, 2020) Internet marketing merupakan cabang keilmuan yang digunakan seseorang untuk menjalankan bisnis internet. Didalam internet marketing memiliki korelasi dengan bisnis online itu sendiri, seperti bagaimana mencari ide bisnis, menyusun rencana bisnis, dan mengaktualisasikan ide bisnis di media internet. Internet marketing ini juga merupakan unsur penting dalam

proses penjualan di dunia digital. Bisnis digital tidak dapat beroperasi sebagaimana mestinya sesuai target jika pelaku bisnis digital tidak memahami internet marketing. Pihak-pihak yang menguasai internet marketing disebut internet marketer. Dikarenakan model bisnis berbasis digital maka seorang internet marketer harus mampu melakukan 3 (tiga) hal yaitu sebagai berikut :

a. Membuat konten dari produk yang akan dijual

Konten merupakan unsur penting dalam penjualan produk. Produk yang baik tetapi tidak memiliki visualisasi konten yang baik tentunya berpengaruh terhadap daya beli seseorang.

b. Mengaktualisasikan konten tersebut pada suatu laman *website*

Setelah konten di *create*, hal terpenting lagi yang perlu dipersiapkan oleh internet marketer adalah mengaktualisasikan konten tersebut ke salah satu laman *website*. Yang perlu diperhatikan adalah ketika konten selesai, konten harus menyesuaikan dengan karakteristik pengguna misalnya media sosial facebook. Didalam media sosial facebook akan mengaktualisasikan konten produk yang dijual dapat dilakukan secara 2 hal yaitu dengan iklan di *marketplace* facebook secara gratis atau menggunakan facebook *adsense* yang berbayar.

c. Mendatangkan dan meng-engage pengunjung untuk berbelanja

M mendatangkan dan meng-engage pengunjung untuk berbelanja memiliki cara atau teknik tersendiri. Saat ini praktisi-praktisi digital banyak sekali mengembangkan cara atau trik mendatangkan dan meng-engage pengunjung misalnya dengan pemanfaatan pixel facebook dan lain-lain.

C. Rumusan Masalah

Sesuai dari uraian di latar belakang, maka bisadirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pemberdayaan bisnis online pada masyarakat pedesaan pada Komerce Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga?
2. Bagaimana perspektif manajemen Syariah pada Komerce Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui pemberdayaan bisnis online pada masyarakat pedesaan pada Komerce Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga.
- b. Mengetahui perspektif manajemen Syariah melalui Komerce Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga.

2. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diperlukan pada penelitian ini ialah :

a. Manfaat teoritis

Pada penelitian ini berharap bisa menjadikan ilmu pengetahuan serta teknologi dalam teori pemberdayaan bisnis online masyarakat pedesaan.

b. Manfaat praktis

1) Bagi penulis

Menjadi sarana potensial akan maju pemikiran pada menerapkan teori yang ada dan aplikasikan selaras dengan keadaan yang sebenarnya.

2) Bagi mahasiswa dan pembaca

Semoga pada penelitian ini bisa menambah ilmu dan juga pengetahuan serta informasi dalam menerapkan pemberdayaan bisnis online pada masyarakat pedesaan.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kajian tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang mendukung adanya penelitian yang dilakukan. Kajian pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang ada dan yang belum ada (Arikunto, 2000: 75).

Dalam penulisan ini peneliti memetik beberapa referensi baik dari buku, skripsi, jurnal dan lain sebagainya guna dapat memperoleh dan menggali informasi secara lebih mendalam dan terperinci mengenai pokok pembicaraan peneliti yang akan dikaji.

Sebelum peneliti membahas lebih lanjut mengenai Pemberdayaan Bisnis Online pada Masyarakat Pedesaan, peneliti menelusuri beberapa peneliti terdahulu yang bersangkutan dengan variabel yang terkemuka yaitu seperti berikut :

1. Skripsi yang ditulis oleh Tyas Arma Rindi pada tahun 2019 yang berjudul *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata*, menunjukkan hasil penelitian bahwa pemberdayaan yang ada di desa wonokarto yang bergerak pada sektor pariwisata unggulan. Dengan destinasi yang ada di desa wonokarto yaitu kerajinan bambu yang dibuat oleh sekelompok paguyuban guyup rukun, even gastrak yang diadakan setiap setahun sekali di arena wonosari indah dan embung tirtayasa yang dikelola oleh kelompok sadar wisata (podarwis) wonokarto yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat sekitar. Dalam ketiga potensi tersebut sangat berpotensi mengurangi pengangguran dan kejahatan. Serta dengan adanya desa wisata membuat masyarakat sibuk dan mempunyai pekerjaan sendiri, serta melibatkan partisipasi serta dapat memberdayakan masyarakat wonokarto.
2. Skripsi Fianingsih pada tahun 2020 yang berjudul *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kampung Marketer*, berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa pemberdayaan masyarakat oleh kampung marketer meliputi *input, learning process, output, outcome*, dan wirausaha mandiri. Proses

input yaitu warga desa yang masuk ke kampung marketer mendaftar dan membawa surat lamaran kerja beserta data diri lainnya untuk data dan menjadi bahan pertimbangan untuk proses penerimaan. Dari data jumlah pemberdayaan masyarakat oleh kampung marketer yang sudah mencapai 752 SDM itu 80% dari warga desa berasal dari Kecamatan Karangmoncol dan 20% dari luar Kecamatan Karangmoncol.

3. Skripsi Warzuqni Syahfitri Ismi pada tahun 2019 yang berjudul *Analisis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industri Pangan Aceh Menurut Perspektif Islam*, menunjukkan beberapa hasil penelitian :
(1). Kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui home industri pangan Aceh di desa Lampisang berjalan dengan lancar, meskipun dengan segala ragam tantangan yang dihadapi mereka tidak pantang menyerah dan terus mengembangkan usaha home industri pangan Aceh yang telah mereka bangun, terkadang mengalami hambatan dalam hal kue-kue khas Aceh tidak habis laku terjual, (2). Prinsip-prinsip pemberdayaan ekonomi masyarakat menurut perspektif islam melalui home industri pangan Aceh meliputi prinsip keadilan, prinsip persamaan, prinsip tolong menolong (ta'awun) dan prinsip partisipasi.
4. Skripsi yang ditulis oleh Aisra Sarah pada tahun 2019 yang berjudul *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat*, hasil penelitian ini bahwa dalam pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal terhadap peningkatan ekonomi terdapat tiga tahapan yaitu : tahap penyadaran, tahap pendayaan dan tahap *capacity* dan *networking*, jika disesuaikan dengan hasil penelitian dilapangan maka ketiga tahapan tersebut sesuai dengan peningkatan produktifitas *Beras Tarone* yang dilakukan oleh pemerintah, mulai dari pemberian wawasan atau pengetahuan tentang manfaat mengikuti peningkatan produktifitas.
5. Jurnal karya Suciati pada tahun 2021 yang berjudul *Peran Aset Komunitas Dalam Pemberdayaan Pemuda oleh Komunitas Kampung Marketer, Karangmoncol, Purbalingga*, hasil penelitian menunjukan bahwa

pemberdayaan ini memberikan *skill digital marketing* dan memeberikan pekerjaan marketer online pemberdayaan yang dilakukan Kampung Markter ini memiliki beberapa aset. Aset manusia berperan sebagai agen atau subjek yang mengembangkan kegiatan pemberdayaan didesa sebagai objek mereka akan mengikuti semua kegiatan penyadaran, pelatihan, dan bekerja. Sebagai subjek ikut menyadarkan dengan pemuda lain membentuk organisasi Kampung Marketer maupun sebagai sumber daya manusia pelatih dikampung Marketer. Aset fisik dalam pemberdayaan ini adalah kantor, tempat kegiatan, balai desa, tempat umum yang dipergunakan sebagai tempat sosialisasi program Kampung Markter kepada pemuda desa pada tahap awal. Aset sosial adalah dukungan kepala desa camat dan bupati yang menjadikan Kampung Marketer mendapatkan izin untuk menggunakan balai desa sebagai tempat pelatihan dan dukungan berupa sosialisasi tentang Kampung Marketer. Aset finansial merupakan hasil lomba anggota Kampung Marketer dan pemasukan dari mitra bisnis Kampung Marketer.

Tabel 1.2
Ringkasan Peneliti Terdahulu

NO.	Nama Peneliti, Judul, Metodologi	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata. (Skripsi Tyas Arma Rindi, 2019)	Berdasarkan hasil dari penelitian yang di desa Wonokarto, Kecamatan Sekampung dapat disimpulkan bahwa pemberdaya bergerak pada sektor pariwisata unggulan.	Persamaan: Dalam perihal yang sama peneliti dan penulis ialah semuanya memakai metode kualitatif dan pemberdayaan masyarakat. Perbedaan: Tempat penelitian di didesa wisata sedangkan penelitian ini meneliti di Komerce.
2.	Pemberdayaan Masyarakat Melalui	Dari hasilpenelitian ini, menghasilkan para	Persamaan:

	Kampung Marketer. (Skripsi Fianingsih,2020).	pemberdayaan masyarakat bagi kampung marketer mencakup : terdapat <i>input, learning process, output, outcome</i> , serta wirausaha muda belia berdikari.	Dalam perihal yang sama peneliti dan penulis ialah semuanya memakai metode kualitatif. Perbedaan: Pada penelitian ini variabelnya pemberdayaan masyarakat sedangkan penulis lebih mengarah ke pemberdayaan bisnis online masyarakat pedesaanya serta nama perusahaan sudah menjadi Komerce.
3.	Analisis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industri Panganan Aceh Menurut Perspektif Islam. (Skripsi Warzuqni Syahfitri Ismi, 2019).	Dari hasil penelitian ini dapat dilihat hasil dari pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui home industri panganan Aceh berjalan dengan lancar, dengan berbagai tantangan yang dihadapinya. Prinsip pemberdayaan masyarakat mencakup: prinsip keadilan, prinsip persamaan, prinsip tolong-menolong, dan partisipasi.	Persamaan: Dalam perihal yang sama peneliti dan penulis ialah semuanya memakai metode penelitian kualitatif Perbedaan: Peneliti ini ke pemberdayaan masyarakat dalam perspektif islam sedangkan penulis pemberdayaan masyarakat lebih ke bisnis online e-commerce.
4.	Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat. (Skripsi Aisra Sarah, 2019).	Dari hasil penelitian ini bahwa:Proses pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah daerah, dan peningkatan ekonomi.	Persamaan: Dalam perihal yang sama penelitian dan penulis ialah semuanya memakai metode penelitian kualitatif dan pemberdayaan masyarakat Perbedaan:

			Penelitian ini mengarah ke perekonomian, peningkatan pendapatan dimasyarakat.
5.	Peran Aset Komunitas Dalam Pemberdayaan Pemuda oleh Komunitas Kampung Marketer, Karangmoncol, Purbalingga. (Jurnal Suciati, 2021).	Dari hasil jurnal penelitian ini : pemberdayaan ini memberikan <i>skill digital marketing</i> dan memeberikan pekerjaan marketer online pemberdayaan yang dilakukan Kampung markter ini memiliki bebrapa aset. Aset manusia berperan sebagai agen atau subjek yang mengembangkan kegiatan pemberdayaan didesa sebagai objek mereka akan mengikuti semua kegiatan penyadaran, pelatihan, dan bekerja. Sebagai subjek ikut menyadarkan dengan pemuda lain membentuk organisasi Kampung marketer maupun sebagai sumber daya manusia pelatih dikampung marketer. Aset fisik dalam pemberdayaan ini adalah kantor, tempat kegiatan, balai desa, tempat umum yang dipergunakan sebagai tempat sosialisasi program kampung markter kepada pemuda desa pada tahap awal. Aset sosial adalah dukungan kepala desa camat dan bupati yang menjadikan kampung marketer mendapatkan izin untuk menggunakan balai desa sebagai tempat pelatihan dan dukungan berupa sosialisasi tentang kampung marketer. Aset finansial merupakan hasil lomba anggota kampung marketer dan pemasukan dari mitra bisnis kampung marketer.	<p>Persamaan: Penelitian ini dengan penulis sama-sama menggunakan metode penelititan kualitatif dan studi kasus pada kampung marketer.</p> <p>Perbedaan: Penelitian ini mengarah ke peran aset komunitas dalam pemberdayaan para pemuda sedangkan penulis lebih mengarah pemberdayaan bisnis onlinenya dimasyarakat pedesaan.</p>

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika untuk dapat mempermudah dalam menyusun dan membahas skripsi ini, maka dalam penulisan skripsi ini akan disusun menggunakan bab yang terdiri dari lima bab, yaitu sub bab yang memiliki keterkaitan antara satu bab dengan bab lainnya, dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang uraian latar belakang masalah, defenisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu sekaligus pembahasan umum yang berhubungan dengan judul skripsi.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini yang berisi meliputi jenis penelitian, subjek penelitian dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini yang berisi mengenai pembahasan hasil penelitian dan analisis gambaran umum.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari pembahasan dan saran-saran sebagai akhir dari isi pembahasan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemberdayaan Masyarakat

1. Definisi Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat ialah proses pembangunan yang membuat masyarakat inspiratif untuk memulai proses kegiatan sosial dalam memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri. Pemberdayaan masyarakat hanya bisa terjadi apabila masyarakat itu sendiri ikut pula berpartisipasi. Jadi pada intinya kata kunci dari pemberdayaan masyarakat meliputi : proses pembangunan, masyarakat berinspirasi memperbaiki situasi kondisi diri sendiri (Maryani & Nainggolan, 2019: 8).

Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*), berasal dari kata '*power*' (kekuasaan atau keberdayaan). Karena, ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Kekuasaan seringkali dikaitkan dengan kemampuan kita untuk membuat orang lain melakukan apa yang kita inginkan, terlepas dari keinginan dan minat mereka (Suharto, 2017: 57).

Pemberdayaan berasal dari istilah dasar kata daya yang mengandung arti "kekuatan", dan berupa terjemahan dari kata dalam bahasa Inggris "*empowerment*", sebagai akibatnya bisa diuraikan bahwa pemberdayaan memuat arti menyampaikan daya atau kekuatan padagolongan yang kurang/lemah belum memiliki daya/kekuatan buat hidup secara mandiri, terutama pada mecukupi yang diperlukan atau dibutuhkan dasar hidupnya setiap hari misalnya makan pokok, barang yang dipakai, tempat tinggal, pendidikan, keadaan sehat (Hamid, 2018: 9).

Dalam jurnal penelitian Kurniawan dan Fauziah (2014) pemberdayaan menurut Mahidin (2006), mengemukakan bahwa pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang atau kelompok sehingga mampu melaksanakan tugas dan kewenangannya sebagaimana tuntunan kinerja tugas tersebut. Pemberdayaan merupakan proses yang dapat dilakukan melalui berbagai

upaya, seperti pemberian wewenang, meningkatkan partisipasi, memberikan kepercayaan sehingga setiap orang atau kelompok dapat memahami apa yang akan dikerjakannya, yang pada akhirnya akan berimplikasi pada peningkatan pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.

Jurnal Kurniawati dalam buku Sumodiningrat (1999) berpendapat bahwa pemberdayaan masyarakat harus dilakukan melalui 3 (tiga) jalur yaitu : (1) Menciptakan iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*Enabling*); (2) Menguatkan potensi dan daya yang dimiliki masyarakat (*Empowering*); (3) Memberikan perlindungan (*Protecting*). Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat agar mampu mewujudkan kemandirian dan melepaskan diri dari belenggu kemiskinan serta keterbelakangan.

Pemberdayaan merupakan satu strategi untuk melaksanakan pembangunan yang berdasarkan dengan azas kerakyatan. Dimana dengan segala upaya diarahkan untuk memenuhi keperluan masyarakat. Oleh sebab itu, pemberdayaan diaktualisasikan melalui partisipasi masyarakat dengan pendampingan yang dilakukan oleh pemerintah atau lembaga tertentu untuk mentransfer ilmu pengetahuan kepada kelompok masyarakat yang terorganisir.

Menurut Arbi Sanit Pemberdayaan adalah upaya mentransformasikan segenap potensi masyarakat menjadi kekuatan, melindungi dan memperjuangkan nilai-nilai serta kepentingan mereka didalam segala aspek kehidupan. Dalam hal ini penganut ekonomi dipandang sebagai langkah awal atau dasar, di samping pematangan budaya dan pematapan agama untuk memberdayakan masyarakat. Pengembangan ekonomi dan nilai berguna bagi kemandirian serta penguatan posisi tawar masyarakat ketika berhadapan dengan kekuatan negara (Yunus, 2017: 3).

2. Indikator Pemberdayaan

Menurut (Suharto, 2017: 64) Schuler, Hashemi dan Riley mengembangkan delapan indikator pemberdayaan, yang mereka sebut sebagai indeks pemberdayaan. Keberhasilan pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari keberdayaan mereka yang menyangkut kemampuan ekonomi, kemampuan mengakses manfaat kesejahteraan dan kemampuan kultural dan politis. Ketiga aspek tersebut dikaitkan dengan empat dimensi kekuasaan, yaitu : kekuasaan didalam (*power within*), kekuasaan untuk (*power to*), kekuasaan atas (*power over*), dan kekuasaan dengan (*power with*). Berikut merupakan indikator pemberdayaan :

- a. Kebebasan mobilitas: kemampuan individu untuk pergi keluar rumah atau wilayah tempat tinggalnya, seperti ke pasar, fasilitas medis, bioskop, rumah ibadah, ke rumah tangga. Tingkat mobilitas ini dianggap tinggi jika individu mampu pergi sendirian.
- b. Kemampuan membeli komoditas kecil: kemampuan individu untuk membeli barang-barang kebutuhan keluarga sehari-hari (beras, minyak goreng, bumbu); kebutuhan dirinya (minyak rambut, shampo, rokok, bedak). Individu dianggap mampu melakukan kegiatan ini terutama jika ia dapat membuat keputusan sendiri tanpa meminta ijin orang lain termasuk pasangannya, terlebih jika ia dapat membeli barang-barang dengan menggunakan uangnya sendiri.
- c. Kemampuan membeli komoditas besar: kemampuan individu untuk membeli barang-barang sekunder atau tersier, seperti lemari pakaian, TV, radio, koran, majalah, pakaian keluarga. Seperti halnya indikator di atas, point tinggi diberikan terhadap individu yang dapat membuat keputusan sendiri tanpa meminta ijin dari orang lain, terlebih jika ia dapat memberi barang-barang tersebut dengan menggunakan uangnya sendiri.
- d. Terlibat dalam pembuatan keputusan-keputusan rumah tangga: mampu membuat keputusan secara sendiri maupun bersama suami/istri mengenai keputusan-keputusan keluarga, misalnya

mengenai renovasi rumah, pembelian kambing untuk ditenak, memperoleh kredit usaha.

- e. Kebebasan relatif dari dominasi keluarga: responden ditanya mengenai apakah dalam satu tahun terakhir ada seseorang (suami, istri, anak-anak, mertua) yang mengambil uang, tanah, perhiasan dari dia tanpa ijinnya, yang melarang mempunyai anak atau melarang bekerja di luar rumah.
 - f. Kesadaran hukum dan politik: mengetahui nama salah seorang pegawai pemerintah desa/kelurahan, seorang anggota DPRD setempat, nama presiden, mengetahui pentingnya memiliki surat nikah dan hukum-hukum waris.
 - g. Keterlibatan dalam kampanye dan protes-protes: seseorang dianggap 'berdaya' jika ia pernah terlibat dalam kampanye atau bersama orang lain melakukan protes misalnya, terhadap suami yang memukul istri, istri yang mengabaikan suami dan keluarganya, gaji yang tidak adil, penyalahgunaan bantuan sosial, atau penyalahgunaan kekuasaan polisi dan pegawai pemerintah.
 - h. Jaminan ekonomi dan kontribusi terhadap keluarga: memiliki rumah tanah, asset produktif, tabungan. Seseorang dianggap memiliki point tinggi jika ia memiliki aspek-aspek tersebut secara sendiri atau terpisah dari pasangannya.
3. Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Menurut (Mulyawan, 2016: 60) penggunaan istilah pemberdayaan masyarakat erat kaitannya dengan paradigma pembangunan masyarakat (*community devolepment*) yang muncul dari kritik terhadap paradigma pembangunan berbasis pertumbuhan ekonomi yang dikemukakan oleh Ife (1995) yaitu bahwa pemberdayaan memiliki arti mendekatkan masyarakat pada sumber-sumber daya, kempatan, pengetahuan dan keterampilan untuk meningkatkan kapasitasnyadalam menentukan masa depan mereka dan untuk berperan didalamnya, serta memberikan

pengaruh pada kehidupan dikomunitasnya. Oleh karena itu pemberdayaan merupakan suatu alat dari pembangunan masyarakat.

Istilah konsep berasal dari bahasa lain *conceptum*, artinya sesuatu yang dipahami. Konsep merupakan abstraksi suatu ide atau gambaran mental, yang dinyatakan dalam suatu kata atau simbol. Secara konseptual pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*), berasal dari kata *power* yang berarti kekuasaan atau keberdayaan. Konsep pemberdayaan berawal dari penguatan modal sosial dimasyarakat yang meliputi penguatan-penguatan modal sosial. Apabila kita sudah memiliki modal sosial yang kuat maka kita akan mudah mengarahkan dan mengatur (*direct*) masyarakat serta mudah mentransfer pengetahuan kepada masyarakat. Dengan memiliki modal sosial yang kuat maka kita akan dapat menguatkan *knowledge*, modal (*money*), dan *people*. Oleh karena itu, ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai modal sosial dan kekuasaan. Menurut Suharto (2010: 58), pemberdayaan masyarakat mengarah pada kemampuan seorang, khususnya untuk golongan masyarakat yang kurang dalam kecakapan, agar kategori mereka yang kurang mempunyai tenaga atau kesanggupan, pada :

- a. Mencukupi keperluan ekonominya agar masyarakat yang mempunyai kebiasaan (*freedom*), sebenarnya tidak berarti mereka bebas pada hal mengemukakan pendapat, namun mereka bebas dari kata kekurangan makan, pengetahuansertamenderita.
- b. Memperoleh dari sumber-sumber manfaat yang memberikan kesempatan masyarakat bisa menaikan penghasilannya dan mampu menghasilkan barang-barang dan jasa yang dibutuhkan serta berkualitas.
- c. Masyarakat berperan aktif pada perkembangan pembangunan dan ketetapan yang mempengaruhinya.

Konsep pemberdayaan (masyarakat desa) dapat dipahami juga dengan dua cara pandang. Pertama, pemberdayaan dimaknai dalam konteks menempatkan posisi berdiri masyarakat. Posisi masyarakat

bukanlah obyek penerima manfaat (beneficiaries) yang tergantung pada pemberian dari pihak luar seperti pemerintah, melainkan dalam posisi sebagai subyek (agen atau partisipan yang bertindak) yang berbuat secara mandiri. Berbuat secara mandiri bukannya berarti lepas dari tanggung jawab negara. Pemberian layanan publik (kesehatan, pendidikan, perumahan, transportasi, dan seterusnya) kepada masyarakat tentu merupakan tugas (kewajiban) negara secara *given*. Masyarakat yang mandiri sebagai partisipan berarti terbentuknya ruang dan kapasitas mengembangkan potensi kreasi, mengontrol lingkungan dan sumberdaya sendiri, menyelesaikan masalah secara mandiri, dan ikut menentukan proses politik di ranah negara. Masyarakat ikut berpartisipasi dalam proses pembangunan dan pemerintahan (Cholisin, 2011).

4. Tujuan dan Manfaat Pemberdayaan Masyarakat

(Suharto, 2017: 60) Tujuan utama pemberdayaan adalah memperkuat kekuasaan masyarakat khususnya kelompok lemah yang memiliki ketidakberdayaan, baik karena kondisi internal (misalnya persepsi mereka sendiri), maupun karena kondisi eksternal (misalnya ditindas oleh struktur sosial yang tidak adil). Guna melengkapi pemahaman mengenai pemberdayaan perlu diketahui konsep mengenai kelompok lemah dan ketidakberdayaan yang dialaminya. Beberapa kelompok yang dapat dikategorikan sebagai kelompok lemah atau tidak berdaya meliputi, (a) kelompok lemah secara struktural, baik lemah secara kelas, gender, maupun etnis, (b) kelompok lemah khusus, seperti manula, anak-anak dan remaja, penyandang cacat, gay dan lesbian, masyarakat terasing, (c) kelompok lemah secara personal, yakni mereka yang mengalami masalah pribadi atau keluarga.

Menurut Patilaiya (2022: 16) Adapun untuk beberapa manfaat pemberdayaan masyarakat antara lain:

- a. Memberikan partisipasi dan peningkatan kapasitas

Pada dasarnya ketika masyarakat diberdayakan, orang merasa bebas untuk bertindak dan pada saat yang sama mengasosiasikan rasa memiliki terhadap masyarakat tersebut. Hal ini dilakukan melalui partisipasi dan peningkatan kapasitas, orang-orang akan menemukan kembali potensi mereka dan mendapat kepercayaan diri. Mereka juga merasa berharap bagi masyarakat atas bantuan yang mereka berikan untuk membuat perubahan.

b. Memberikan inisiasi tindakan

Kegunaan pemberdayaan masyarakat dapat menginisiasi tindakan ditingkat individu, yang dapat mencapai tingkat masyarakat bahkan nasional. Dalam hal ini misalnya saja seseorang yang menjadi korban kecelakaan, dapat mengumpulkan sekelompok orang untuk bisa jadi teman dekat, keluarga, atau bahkan orang asing yang telah bergabung untuk tujuan baik dan membantu membuat orang lain peka tentang langkah-langkah keselamatan di jalan raya.

c. Pengembangan kelompok kecil

Proses dalam pengembangan kelompok kecil dapat memulai tindakan kolektif. Hal ini juga merupakan sarana bagi praktisi untuk mendapatkan keterampilan pengabdian masyarakat, keterampilan kepemimpinan untuk beberapa keterampilan manajemen mengembangkan empati, memperluas jaringan, membentuk kemitraan dan mewujudkan kohesi sosial.

d. Menawarkan penyelesaian masalah

Menawarkan cara dari berbagai jenis organisasi masyarakat untuk menyelesaikan masalah kemasyarakatan. Itu termasuk kelompok muda, kelompok kepercayaan, dewan komunitas dan asosiasi. Mereka memiliki kekuatan untuk memobilisasi sumber daya.

5. Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Dalam jurnal (Firdaus, 2009) mengemukakan bahwa strategi adalah suatu upaya yang dilakukan secara rasional dengan memperhitungkan aspek terkait untuk mencapai tujuan dan sasaran. Stoner dan Wabner

menyatakan bahwa strategi dapat disoroti sekurang-kurangnya dari dua perspektif yang berbeda. Perspektif yang pertama, strategi didefinisikan sebagai program yang luas untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya. Perspektif yang kedua, strategi adalah pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu (Hamid, 2018: 105).

Suharto mendefinisikan terhadap strategi pemberdayaan masyarakat, ia mengemukakan bahwasanya ada lima pokok penting yang bisa dilakukan dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya melakukan pelatihan dan advokasi kepada masyarakat miskin, yaitu:

a. Motivasi

Dalam pelaksanaan motivasi, setiap keluarga harus mengguakan haknya sebagai warga negara dan anggota masyarakat dengan memahami nilai kebersamaan, interaksi sosial dan kekuasaan. oleh karena itu, seluruh rumah tangga harus didorong dalam membentuk kelompok yang merupakan mekanisme kelembagaan penting agar bisa mengorganisir dan melaksanakan kegiatan pengembangan pada masyarakat seperti desa atau kelurahan. Memotivasi kelompok ini tujuannya untuk dapat terlibat dalam kegiatan peningkatan pendapatan dengan memanfaatkan sumber-sumber dan kemampuan-kemampuan mereka sendiri.

b. Peningkatan kesadaran dan pelatihan kemampuan

Untuk tercapainya peningkatan kesadaran masyarakat dapat dilakukan melalui pendidikan dasar, perbaikan kesehatan, imunisasi, dan sanitasi. Sedangkan keterampilan-keterampilan vokasional dapat dikembangkan melalui cara partisipatif, mengkombinasikan pengetahuan lokal yang biasanya diperoleh melalui pengalaman dengan pengetahuan yang diperoleh dari luar. Pelatihan kemampuan ini bisa membantu masyarakat miskin agar dapat menciptakan mata pencaharian sendiri atau membantu meningkatkan keahlian mereka agar bisa mencari pekerjaan diluar wilayahnya.

c. Manajemen diri

Setiap kelompok masyarakat harus mampu dalam memilih pemimpin mereka sendiri dan mengatur kegiatan mereka sendiri, seperti melakukan pertemuan, melakukan pencatatan dan pelaporan, mengoperasikan tabungan dan kredit, resolusi konflik dan manajemen kepemilikan masyarakat. Pada tahap awal, pendamping dari luar dapat membantu mengembangkan suatu sistem. Setelah itu kelompok dapat diberi wewenang penuh dalam melaksanakan dan mengatur sistem tersebut.

d. Dalam mobilisasi sumber daya

Dalam pelaksanaan mobilisasi sumber daya masyarakat, harus memerlukan pengembangan metode untuk menghimpun sumber sumber individual melalui tabungan reguler dan sumbangan sukarela tujuannya untuk menciptakan modal sosial. Ide ini dilandasi dari pandangan bahwa setiap orang memiliki sumbernya sendiri yang apabila dihimpun, akan meningkatkan kehidupan sosial ekonomi secara substansial. Pengembangan sistem penghimpunan, pengalokasian, dan penggunaan sumber harus dilakukan secara cermat sehingga seluruh anggota memiliki kesempatan yang sama. Hal ini dapat menjamin kepemilikan dan pengelolaan secara berkelanjutan.

e. Pembangunan dan pengembangan jejaring

Peningkatan kemampuan para anggota dalam pengorganisasian kelompok-kelompok swadaya masyarakat perlu dilakukan untuk membangun dan mempertahankan jaringan dengan berbagai sitem sosial disekitarnya. Jaringan ini sangat penting dalam menyediakan dan mengembangkan berbagai akses terhadap sumber dan kemampuan dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat miskin (Handini, 2019: 75).

B. Bisnis Online

1. Pengertian bisnis Online

Dalam bisnis online menurut (Nofriansyah, 2020) Internet marketing merupakan cabang keilmuan yang digunakan seseorang untuk menjalankan bisnis internet. Didalam internet marketing memiliki korelasi dengan bisnis online itu sendiri, seperti bagaimana mencari ide bisnis, menyusun rencana bisnis, dan mengaktualisasikan ide bisnis di media internet. Internet marketing ini juga merupakan unsur penting dalam proses penjualan di dunia digital. Bisnis digital tidak dapat beroperasi sebagaimana mestinya sesuai target jika pelaku bisnis digital tidak memahami internet marketing. Pihak-pihak yang menguasai internet marketing disebut internet marketer.

Bisnis online adalah sesuatu aktivitas bisnis baik jasa maupun produk yang ditawarkan melalui media internet mulai dari negosiasi hingga kegiatan transaksinya, seperti menjual *software*, *ebook* dan sejenisnya tanpa harus bertatap muka dengan customer. Pada bisnis online tidak hanya berfokus pada aktivitas jual beli saja, tetapi juga pada infrastruktur yang mendukung semua kegiatan tersebut seperti jasa internet, layanan produsen, bisnis layanan keuangan, dan berbagai pendukung lainnya (Rujito, 2017).

Dalam jurnal Hendarsyah bisnis online adalah yang menggunakan media internet sebagai pemasaran suatu produk atau jasa. Media internet dapat diakses melalui ponsel pintar (*smartphone*), tablet, komputer dan perangkat-perangkat yang terhubung ke internet. Sedangkan produk yang dipasarkan bisa berupa barang, produk digital dan jasa. Contoh produk barangnya seperti barang elektronik, pakaian, aksesoris, makanan dan lain-lain. Untuk produk *digital* seperti *video*, *audio*, *software*, foto, *e-book* dan sebagainya.

Menurut L. R. Dicksee, definisi bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut, sedangkan pengertian bisnis online menurut Dedik Kurniawan adalah sebuah kegiatan yang menggunakan fasilitas jaringan internet untuk

melakukan segala kegiatan yang dapat dilakukan secara online seperti halnya bisnis, mencari berita, dan lain sebagainya. Dari sini dapat disimpulkan juga bahwa bisnis online adalah segala kegiatan yang memanfaatkan penggunaan internet sebagai media untuk menjalankan kegiatan bisnisnya. Aktifitas bisnis online tersebut meliputi kegiatan transaksi jual beli online, penyediaan jasa secara online, dan berbagai jenis bisnis online lainnya.

Penggunaan perangkat digital dan internet dalam kehidupan sehari-hari telah menciptakan trend baru di masyarakat. Karena itulah, era ini disebut pula dengan era digital, dimana perangkat digital telah merambah ke setiap aspek dalam kehidupan masyarakat. Kecepatan, kepraktisan, dan kemudahan yang ditawarkan oleh perangkat digital dan jaringan internet telah membuat sebagian besar aktifitas kita seperti, komunikasi, hiburan, pembelajaran, dan tentu saja bidang bisnis pun mulai banyak dipengaruhi dan bergantung kepada keberadaan perangkat digital dan internet yang berada digengaman kita.

Di bidang bisnis, transaksi jual beli barang dan jasa secara online sudah menjadi gaya hidup di masyarakat, terutama dikalangan menengah ke atas dan generasi milenial. Frekuensi transaksi bisnis online melalui *blog, web, marketplace*, dan sosial media meningkat secara signifikan. Masyarakat mulai menikmati kemudahan dalam berbelanja di rumah saja. Hanya dengan memiliki handpone dan akses internet, kita dapat berbelanja kebutuhan apapun di mana dan kapan saja. Keberadaan layanan transaksi pembayaran secara online pun semakin membuat transaksi bisnis online menjadi lebih mudah dan cepat. Hal ini tentu saja membuka peluang yang besar bagi siapa saja untu ikut menjadi praktisi bisnis online dan meraup keuntungan yang besar dalam berbisnis (Hidayat, 2019: 3).

2. Jenis-jenis Bisnis Online

a. *Online Shop*

Membuka *Online Shop*/Toko *Online* sangatlah mudah dan juga murah karena tidak membutuhkan too fisik atau sebuah bangunan toko. Dengan bermodal *gadget* dan koneksi internet, kita dapat membuat toko *online* di media sosial, *marketplace*, atau pun blog.

b. Blogging

Blogging adalah aktifitas menulis sebuah artikel di blog berupa informasi, cerita, ilmu pengetahuan, dan informasi lainnya. Bisnis online melalui blog misalnya dengan memasang iklan Google, menulis *review* berbayar, atau mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk orang lain, dan bisa juga dengan cara membuat toko *online* pada blog tersebut.

c. *Paid Writing*

Seorang penulis artikel atau konten dapat menjual jasa penulisan kepada pembeli yang akan memuat tulisan tersebut di website ataupun di media *online*. Biasanya, harga setiap artikel bergantung dari bahasa artikel, kata kunci, panjang artikel, dan lain sebagainya.

d. *Affiliate Marketer/Reseller*

Affiliate Marketer/Reseller adalah orang yang mendapatkan bayaran berupa komisi ataupun potongan harga dari penjual atau perusahaan yang mempunyai produk atau jasa yang dipasarkan melalui internet.

e. Jasa SEO

SEO atau Search engine Optimization adalah sebuah teknik untuk membuat dan meningkatkan suatu *website* agar masu ke halaman pertama pada mesin pencari, contohnya Google, Yahoo, dan Bing. Posisi *website* pada mesin pencari mempengaruhi *traffic* dan pendapatan website itu sendiri. Pakar SEO sangat dibutuhkan dalam bisnis *online* agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat dengan mudah ditemukan oleh calon konsumen.

f. *Pay Per Click*

Pay Per Click Affiliate program merupakan satu program yang unik. Ini adalah karena anda akan mendapat bayaran apabila link iklan di *website* anda diklik oleh pengunjung (Hidayat, 2019: 6).

3. Konsep Strategi Pemasaran Dasar

Pada prinsipnya, dalam mengembangkan sebuah konsep strategi pemasaran sebuah perusahaan atau entitas usaha apapun, terdapat tiga langkah untuk diterapkan. Menurut (Sari, 2020: 166) Ketiga strategi pemasaran tersebut meliputi :

a. Segmentasi Pasar

Menentukan segmentasi pasar artinya mengklasifikasikan pasar menjadi beberapa level pembeli berdasarkan kebutuhan, sifat, dan perilaku. Pemilik bisnis akan dengan mudah memasarkan produknya berbagai varian pembeli berdasarkan klasifikasinya. Dengan demikian distribusi produk akan semakin lancar.

b. Target Pasar

Setelah pasar tersegmentasi dengan baik, maka langkah selanjutnya pemilik usaha mendapatkan target pasar. Dalam hal ini pemilik akan mengevaluasi masing-masing kelompok pasar dan kemudian memilih beberapa di antaranya untuk ditawarkan barang dan jasa. Secara umum, penetapan target pasar ini terdiri dari perancangan strategi untuk membangun customer relationship yang baik, penawaran berbagai macam barang dan jasa yang lengkap untuk market yang lebih besar dan luas cangkupannya. Pada praktik yang umum, suatu badan usaha atau perusahaan hanya akan mencoba satu segmen pasar yang baru. Bila sudah berjalan dengan lancar dan berhasil, mereka akan masuk ke segmen pasar lainnya.

c. Diferensiasi Produk dan Market Positioning

Melakukan diferensiasi produk dan market positioning dalam bisnis ini adalah aspek yang sangat penting setelah menetapkan segmentasi pasar dan target pasar. Tujuan yang akan dicapai adalah supaya barang dan jasa yang ditawarkan akan memiliki value added dan lain dari pada yang lainnya, memiliki kehasan yang tidak dimiliki oleh pemilik usaha lainnya. Dengan demikian konsumen akan mempunyai argumentasi kuat mengapa mereka membeli produk tersebut dibandingkan membeli dari pemilik bisnis yang lainnya.

C. Landasan Teologis

1. Pemberdayaan

Penyimpangan dari pola tingkah laku dan nilai dasar norma yang berlaku dalam hal ini nilai-nilai dasar islam. Persoalan menjadi jelas, tinggal yang kita perlukan adalah analisis bagaimana islam memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut. Ada dua hal mendasar yang diperlukan dalam mewujudkan pemberdayaan menuju keadilan sosial. Pertama adalah pemahaman kembali konsep islam yang mengarah pada perkembangan sosial kemasyarakatan, konsep agama yang dipahami umat islam saat ini sangat individual , statis, tidak menampilkan jiwa dan ruh islam. Kedua pemberdayaan adalah sebuah konsep transformasi sosial budaya. Oleh karena itu yang kita butuhkan adalah strategi sosial budaya dalam rangka mewujudkan nilai-nilai masyarakat yang sesuai dengan konsep islam (Hendra, 2017).

Dalam berbicara mengenai pemberdayaan tidak dapat lepas dari persoalan kemiskinan sebagai objek dari pemberdayaan itu sendiri. Pemberdayaan mempunyai filosofi dasar sebagai suatu cara mengubah masyarakat dari yang tidak mampu menjadi berdaya, baik secara ekonomi, maupun budaya. Sedangkan kemiskinan dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang. Namun demikian, ada 2 kriteria dasar islam persoalan kemiskinan. Pertama adalah kemiskinan secara ekonomi. Dalam hal ini, kemiskinan dapat dilihat dengan indikator minimnya pendapatan

masyarakat (kekurangan modal), rendahnya tingkat pendidikan, kekurangan gizi dan sebagainya yang dapat berpengaruh besar terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat. Kedua, kemiskinan yang dipengaruhi pola tingkah laku dan sikap mental masyarakat berbagai bentuk penyimpangan sosial, sikap pasrah (menerima dengan apa adanya) sebelum berusaha, merasa kurang berharga, perilaku hidup boros, malas.

Namun, sikap-sikap diatas mempunyai pengaruh besar terhadap rendahnya kemampuan masyarakat untuk mengadakan perubahan-perubahan dalam diri sendiri. Dengan melihat kenyataan diatas tadi dapat kita tarik sebuah benang merah penilaian adanya kebijakan yang salah dalam pembangunan ekonomi pada tingkat makro sehingga pemerataan dari konsepsi keadilan sosial tidak mengenai sasaran.

Kemiskinan dalam perspektif islam bukanlah sebuah adzab maupun kutukan dari Tuhan. Namun, disebabkan pemahaman manusia yang salah terhadap rezeki yang diberikan oleh Allah SWT. Al-Quran telah menyinggung dalam Surat 43 yaitu Az-Zukhruf ayat 32.

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

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

Perbedaan taraf hidup manusia adalah sebuah rahmat sekaligus pengingat bagi kelompok manusia yang lebih berdaya untuk saling membantu dengan kelompok lain yang kurang mampu. Pemahaman seperti inilah yang harus ditanamkan dikalangan umat islam, sikap simpati dan empati terhadap sesama harus dipupuk sejak awal. Ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Hasyr ayat 7.

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَاللرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ
فَاخْذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Harta rampasan (*fa'i*) dari mereka yang diberikan Allah kepada Rasaul-nya (yang berasal) dari penduduk beberapa negeri adalah untuk Allah, Rasul kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang kaya saja diantara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah sangat keras hukumannya”. (QS. Al-Hasyr ayat 7)

Dari kedua surat diatas menunjukkan bahwa kemiskinan lebih banyak diakibatkan sikap dan perilaku umat yang salah dalam memahami ayat-ayat Allah SWT, khususnya pemahaman terhadap kepemilikan harta kekayaan. Dengan demikian, apa yang kamu kemudian sebut dalam teori sosiologi sebagai kemiskinan absolut sebenarnya tidak perlu terjadi apabila umat islam memahami secara benar dan menyeluruh (*kaffah*) ayat-ayat Allah SWT tadi. Kemiskinan dalam islam lebih banyak dilihat dari kacamata non-ekonomi seperti kemalasan, lemahnya daya juang, dan minimnya semangat kemandirian.

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

Demikian pula, didalam mengatasi problematika tersebut, Rasulullah SAW tidak hanya memberikan nasihat dan anjuran, tetapi beliau juga memberi tuntunan berusaha agar rakyat bisa mampu mengatasi permasalahannya sendiri dengan apa yang dimilikinya, sesuai dengan

keahliannya. Rasulullah SAW memberi tuntunan memanfaatkan sumber-sumber yang tersedia dan menanamkan etika bahwa bekerja adalah sebuah nilai terpuji. Karenanya, konsepsi pemberdayaan dalam islam adalah bersifat menyeluruh (*holistik*) menyangkut berbagai aspek dan sendi-sendi dasar kehidupan. Serta rancangan model pemberdayaan yang harus dibangun mengacu pada hal-hal tersebut (LPPM UHAMKA, 2020).

2. Manajemen Syariah

a. Pengertian

Dalam jurnal Magfur (2017) Menurut George R. Terry, “Manajemen Islam merupakan sebuah proses yang khas yang terdiri tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah diterapkan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia serta sumber-sumber lain”.

Menurut Taylor dalam buku Veithzal Rivai mengatakan manajemen diartikan sebagai *knowing exactly what to do and then seeing that they do it in the best and cheapest way*. Dari pengertian tersebut yang dimaksud oleh Tylor mencakup tiga hal, yaitu adanya tujuan yang dicapai, adanya proses yang didapat menggegerkan dan mengerahkan manusia didalam organisasi pada suatu tujuan tertentu dan adanya upaya untuk memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara efesiensi.

b. Dasar-dasar Manajemen Syariah

Islam mengajarkan segala sesuatu secara tepat, terarah, jelas, dan tuntas. Hal ini merupakan prinsip utama dalam islam. Manajemen menurut islam juga memiliki prinsip-prinsip yang dapat dijadikan sebagai pedoman. Beberapa prinsip manajemen islam meliputi: (a) keadilan, (b) Amanah dan Pertanggung jawaban, (c) Komunikatif.

c. Prinsip-prinsip Manajemen Syariah

Manajemen erat kaitannya dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu aplikasi manajemen harus diterapkan secara terencana

untuk mencapai suatu tujuan. Beberapa prinsip atau kaidah dan teknik manajemen yang ada relevansinya dengan Syariah antara lain: (a) Prinsip *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*; setiap muslim wajib melakukan perbuatan yang baik dan terpuji seperti perbuatan tolong menolong (*ta'awun*), menegakan keadilan diantara manusia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mempertinggi efisiensi dan lain-lain, (b) Kewajiban menegakan kebenaran; manajemen sebagai suatu pengelolaan yang baik dan benar, untuk menghindari kesalahan dan kekeliruan dan menegakan kebenaran. Menegakan kebenaran adalah metode Allah yang harus ditaati oleh manusia, (c) Kewajiban menegakan keadilan; hukum syariah mewajibkan kita menegakan keadilan, kapan dan dimanapun, (d) Kewajiban menyampaikan amanah; Allah dan Rasulnya memerintahkan kepada kita setiap muslim untuk menunaikan amanah (Zuhryan, 2013).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kualitatif berbentuk deskriptif, dimana menggambarkan bagaimana Pemberdayaan Bisnis Online Pada Masyarakat Pedesaan (Studi Pada Komerce Desa Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga).

Dalam penelitian kualitatif landasan teori yang dikemukakan tidak merupakan harga mati, sehingga bersifat sementara. Penelitian kualitatif justru dituntut untuk melakukan *ground research*, yaitu mengemukakan teori berdasarkan data yang diperoleh dilapangan atau situasi sosial (Sugiono, 2019). Dalam penelitian kualitatif, teori yang digunakan juga harus jelas sebab teori akan berfungsi sebagai sarana memperjelas masalah yang akan diteliti, sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis, dan sebagai referensi untuk menyusun instrument penelitian.

Pendekatan kualitatif pada dasarnya berusaha untuk mendeskripsikan permasalahan secara komprehensif, holistik, integratif, dan mendalam melalui kegiatan mengamati orang dalam lingkungan dan berinteraksi dengan mereka tentang dunia sekitarnya (Nasution, 1988:5). Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman mengenai masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kehidupan realistik yang menyeluruh, kompleks dan terperinci (Moleong, 2012: 4)

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Komerce Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga yang mempunyai sumber data sebagai pendukung analisa. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Febuari 2022 sampai dengan bulan Agustus.

C. Sumber Data

Sumber data ini dipergunakan untuk penelitian menggunakan data primer dan data skunder.

1. Data primer ialah data yang dihasilkan berlanjut dari pelaku yang terlibat pada penelitian ini. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data yaitu dari pihak Komerce di Desa Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga.
2. Data skunder merupakan data yang berasal dari buku-buku dan sumber-sumber lainnya yang tentu sangat membantu sampai terkumpulnya data yang bermanfaat buat peneliti ini. Dalam penelitian ini yaitu Komerce di Desa Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian data merupakan langkah yang paling utama dan strategis dalam penelitian yang bertujuan mengumpulkan data, karena penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber dan cara.

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam suatu penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian ini mendapatkan data. Adapun metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Observasi

Nasution (1988) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat canggih.

Menurut Sugiono observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku-perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam serta responden. Pengamatan yang dilakukan untuk melihat kondisi objek sehingga mendapatkan gambaran mengenai objek yang akan diteliti

(Sugiono, 2019: 226). Adapun objek yang akan di observe pada penelitian ini yaitu pada Komerce di Purbalingga.

2. Wawancara

Esterberg (2002) mendefinisikan interview sebagai berikut. “*a meeting of two person to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic*”. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiono, 2019: 231). Wawancara pada penelitian ini akan melakukan wawancara dengan pihak lembaga/organisasi Komerce untuk mengetahui terkait pemberdayaan masyarakat pedesaan di perusahaan tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk lisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk lisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain (Sugiono, 2019: 240). Dengan demikian peneliti akan mencari dokumen yang berkaitan dengan Pemberdayaan Bisnis Online Pada Masyarakat Pedesaan.

E. Teknik Analisis Data

Sesuai metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu pendekatan kualitatif menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menyebutkan situasi atau insiden, maka dari itu analisis data pula akan disesuaikan dengan metode penelitian. Data kualitatif berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi baik yang diperoleh dari bahan wawancara juga observasi. Pada penelitian ini maka selanjutnya akan dilakukan langkah-langkah menjadi berikut: (Sugiyono, 2019: 249).

1. *Data Reducation* (Reduksi Data)

Data yang hasilnya diperoleh dari lapangan jumlahnya relatif banyak, oleh karena itu perlu adanya pencatatan secara teliti dan rinci. Sebagaimana telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks serta rumit. Karena itu akan perlu segera dilakukan adanya analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, menentukan hal-hal yang utama, memfokuskan pada hal-hal yang krusial, dicari tema dan samapolannya. Dengan demikian data yang sudah direduksi nantinya akan menangkap gambaran yang lebih tegas, sama dapat mempermudah peneliti buat melakukan pengumpulan data selanjutnya, serta mencarinya jika dibutuhkan.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Pada penelitian kualitatif ini, penyajian data mampu dilakukan pada bentuk uraian singkat, bagan, ikatan antar kategori, *flowchart* serta sejenisnya. Kaitannya dengan kejadian ini Miles dan Huberman (1984) menyatakan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Yang seringkali digunakan untuk menyajikan data pada penelitian kualitatif merupakan dengan teks yang bersifat narasi.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Pada analisis data kualitatif berdasarkan Miles dan Huberman langkah ketiga ialah yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan atau verifikasi mula yang dikemukakan masih bersifat tidak selamanya, serta akan berganti jika tidak ditemui informasi yang kuat/kokoh yang menunjang pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan atau dijelaskan pada tahap ini didukung oleh bukti yang berlaku dan tidak berubah disaat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, sehingga kesimpulan yang dikemukakan adalah kesimpulan yang dapat dipercaya.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Terbentuknya Komerce

Pada tanggal 27 Agustus 2017 Komerce resmi dirintis oleh Nofi Bayu Darmawan yang terletak didaerah pedesaan yaitu desa Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga. Mulanya Nofi Bayu sejak masih duduk dibangku kuliah di Jakarta ia tertarik dan menekuni IT karena dapat mengasah skill dalam hal digital marketing, dan saat itulah Nofi membangun bisnis online. Sekolah Tinggi Akuntansi Negara atau biasa dikenal sebutan STAN adalah almamater Nofi Bayu dimana ia kuliah, STAN merupakan perguruan tinggi yang menjamin anak didiknya menjadi seorang PNS dilingkungan kementerian keuangan dengan semua fasilitas layanan kuliah yang sudah di sediakan oleh pemerintah. Setelah lulus kuliah Nofi Bayu berkarir di kementerian keuangan selama 3,5 tahun.

Dengan banyaknya permasalahan-permasalahan didesa seperti : pengangguran, minim lapangan kerja di desa, banyaknya pemuda desa yang merantau, sedikitnya pengusaha muda di desa, dan kurangnya skill warga desa. oleh karena itulah Nofi Bayu memikirkan bagaimana caranya untuk membangun desa melalui berdirinya Komerce. Seiring dengan berkembangnya skill dan fashion Nofi Bayu dibidang digital marketing ia memutuskan untuk mengundurkan diri dengan terhormat bahkan sangat disupport baik oleh atasannya. Lalu beliau kembali ke desa dan rela mengeluarkan biaya ganti rugi sebesar Rp. 45.000.000 agar bisa keluar dari ikatan dinas.

Setelah keluarnya menjadi seorang PNS, Nofi Bayu memiliki waktu yang lebih fleksibel, dekat dengan keluarga, menikmati keindahan Desa, serta dapat membangun dan juga memberdayakan warga disekitar kampung halamannya. Niat dan tujuan beliau adalah agar dapat bermanfaat bagi masyarakat dengan mengurangi pengangguran sebanyak mungkin dengan skill dan motivasi besarnya yang beliau miliki.

Novi Bayu mendidik dan memberdayakan warga sekitar di lingkungan Kabupaten Purbalingga di bidang IT yaitu pendidikan berbasis marketing online. Beliau memiliki tekad dan keyakinan melalui aktivitas pemberdayaan dan pendidikan ini akan mampu memberdayakan dan meningkatkan pendapatan serta mengurangi laju kemiskinan di Kecamatan Karangmoncol. Sudah lebih dari ratusan orang yang sudah diberdaya oleh Komerce melalui pendidikan pelatihan, walaupun berada di Pedesaan yang jauh dari hirup pikuk keramaian kota, beliau dapat membuktikan bahwa teknologi juga dapat berkembang di pelosok Desa dan dapat berdampak besar bagi masyarakat.

Gambar 4.1
Kantor Pusat Komerce



Sumber : Kantor Pusat Komerce Tunjungmuli, Karangmoncol, Purbalingga.

Komerce awalnya dikenal dengan nama Komerce dan bertransformasi menjadi sebuah *start-up* bernama Komerce yang berkolaborasi dengan pembisnis online dan UMKM dalam membentuk dan memenuhi talent dibidang bisnis online untuk membantu optimasi

bisnis secara remote. Selain itu tidak hanya perubahan nama, Komerce juga bertekad untuk selalu berinovasi mengembangkan telent-telent melalui pendidikan dan pemberdayaan dengan kurikulum yang selalu diperbaharui harapannya agar telent-telent yang telah lulus pendidikan akan siap diterjunkan dalam membantu optimasi bisnis online.

2. Visi dan Misi Komerce

Visi dan Misi Komerce *Update* yang ditulis oleh Nofi Bayu Darmawan sebagai berikut :

a. Visi Komerce

“*End to end e-commerce enabler*”

b. Misi Komerce

- 1) “Menjadi wadah pendidikan terbaik para pemuda desa untuk mengasah pengetahuan dan keterampilan di bidang *e-commerce*.”
- 2) “Menjadi partner terbaik dari pembisnis di Indonesia agar mereka semakin berkembang di internet dengan mendorong SDM pemuda desa yang berkompeten di bidang *e-commerce* untuk berkolaborasi bersama membangun tim yang solid”.

Tujuan Komerce *Update* yang ditulis oleh Nofi Bayu Darmawan, Komerce berfokus dalam menggerakkan dan memberdayakan warga desa untuk memecahkan berbagai problem, diantaranya :

- a. Kurangnya skill (kompetensi) warga desa terlebih skill di bidang IT yang merupakan kebutuhan sangat penting di zaman sekarang untuk menunjang karier.
- b. Tingkat urbanisasi yang tinggi banyak pemuda desa yang setelah lulus SMA (Sekolah Menengah Atas) mencari kerja ke kota karena lapangan kerja di desa sangat terbatas serta bagi yang ingin melanjutkan kuliah ke perguruan tinggi terkendala ketidakmampuan orang tua dalam membiayainya.
- c. Harapan akan perputaran uang dari kota ke desa sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat desa serta menyerap banyak

pengangguran jika dapat membuka peluang lapangan kerja/potensi bisnis yang dikerjakan di desa.

Dengan adanya tujuan tersebut, diharapkan masalah-masalah tersebut dapat terpecahkan sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3. Letak Komerce

Rata-rata ketinggian Karangmoncol adalah 299,09 meter di atas permukaan laut. Daerah ini memiliki total wilayah seluas 6.027 ha. Kecamatan Karangmoncol merupakan Kecamatan terluas kedua. Di Kecamatan Karangmoncol terdiri dari 11 desa yaitu Rajawana, Sirau, Tajug, Tamansari, Tunjungmuli, Baleraksa, Grantung, Karangsari, Kramat, Pekiringan, Pepedan. Adapun saat ini Komerce sudah memiliki 20 cabang kantor yang tersebar di 5 desa di wilayah kecamatan Karangmoncol yaitu desa Tunjungmuli, desa Tamansari, desa Rajawana, desa Kramat, dan desa Tajug. Letak kantor pusat Komerce berada di Tamansari.

Gambar 4.2
Denah Persebaran Komerce



Sumber: Wawancara dengan Hendrik Kurniawan (Kepala Bidang Pemberdayaan).

4. Struktur organisasi komerce

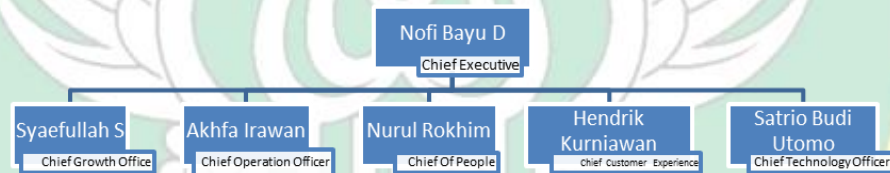
Didalam sebuah organisasi pastinya akan memiliki struktur kepengurusan yang ada didalam nya supaya memudahkan untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Diawal berdirinya komerce organisasi ini diberi nama Komerce namun saat ini *bertransformasi* menjadi Komerce,

sehingga didalam kepengurusan komerce ini juga terdapat struktur kepengurusan yang baru namun Nofi Bayu Darmawan merupakan pendiri sekaligus pemimpin tertinggi pada organisasi komerce ini. Dan ia dibantgu oleh beberapa kepala bidang. Berikut ini adalah kepengurusan komerce :

- a. *Chief growth officer*
- b. *Chief Operation Officer*
- c. *Chief Of People*
- d. *Chief Customer Eperience*
- e. *Chief Technology Officer*
- f. *Division of Product*

Masing-masing kepala bidang tersebut dibantu dengan staf-staf yang ada dan masing-masing kepala bidang memiliki beberapa staf. Dan berikut ini merupakan tabel struktur kepengurusan :

Gambar 4.3
Struktur Organisasi



Sumber: Wawancara dengan Hendrik Kurniawan (Kepala Bidang Pemberdayaan).

5. Kantor Komerce

Kantor cabang Komerce tersebar di beberapa desa-desa di Kecamatan Karangmoncol, Purbalingga seperti dinyatakan sebagai berikut :

Tabel. 4.1
Kantor Cabang Komerce

No.	Nama Desa	Jumlah Kantor Cabang Komerce
1.	Tunjungmuli	4
2.	Tamansari	9
3.	Majingklak	2
4.	Tajug	1
5.	Kramat	1
6.	Kertanegara	1
7.	Rajawana	1
8.	Jogja	1

Sumber : Wawancara dengan Nurul Rokhim (Kepala Bidang SDM)

6. Maksud dan tujuan komerce

Maksud dan Tujuan yang terbaru dari Komerce wawancara dengan Hendrik Kurniawan, yang isinya meliputi:

Komerce berfokus dalam menggerakkan dan memberdayakan warga desa untuk memecahkan berbagai problem, diantaranya :

- a. Kurangnya *skill* (kompetensi) warga desa terlebih *skill* di bidang IT yang merupakan kebutuhan sangat penting di zaman sekarang untuk menunjang karier.
- b. Tingkat urbanisasi yang tinggi, banyak pemuda desa yang setelah lulus SMA (Sekolah Menengah Atas) mencari kerja ke kota karena lapangan kerja di desa sangat terbatas serta bagi yang ingin melanjutkan kuliah ke perguruan tinggi terkendala ketidakmampuan orang tua dalam membiayainya
- c. Harapan akan perputaran uang dari kota ke desa sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat desa serta menyerap banyak pengangguran jika dapat membuka peluang lapangan kerja/potensi bisnis yang bisa dikerjakan di desa.

Dengan adanya Komerce ini, diharapkan problem-problem di atas dapat terpecahkan sehingga tercipta kemandirian dalam masyarakat. Adapun Manfaat komerce, adanya organisasi komerce memberikan manfaat setidaknya kepada tiga bagian. Dengan berbekal kompetensi saya

di bidang IT, khususnya dalam hal *marketing online*, selain bermanfaat untuk warga desa yang dididik dan berdayakan, program inovasi ini juga sesuai dengan kebutuhan para masyarakat kota khususnya pebisnis di Indonesia di era teknologi sekarang yang membutuhkan SDM yang terampil di bidang IT untuk kebermanfaatan bisnis-nya.

Dengan adanya program inovasi di bidang pendidikan melek IT di desa, setidaknya ada 3 bagian besar elemen yang mendapatkan manfaat.

a. Masyarakat yang dididik dan diberdayakan :

- 1) Meningkatkan *skill* di bidang IT, terutama *marketing online*.
- 2) Mengurangi laju urbanisasi untuk mengerem aktivitas merantau pemuda dari desa ke kota.
- 3) Meningkatkan kemandirian dan taraf ekonomi warga desa berbekal dengan keterampilan di bidang IT

b. Masyarakat sekitar dan luar :

- 1) Pedagang dan warung banyak mendapatkan kebermanfaatan dengan hadirnya pusat-pusat pemberdayaan Komerce di desa-desa.
- 2) Warga mendapatkan penghasilan tambahan dari rumah-rumah yang tidak digunakan dan disewakan ke program inovasi Komerce
- 3) Mudah dan dekatnya Siswa SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) untuk mengadakan kegiatan PKL (Pelatihan Kerja Lapangan).
- 4) Pemerintah dan ranah pendidikan formal menjadikan narasumber dan pengajar dari Komerce untuk *sharing knowledge* (berbagi pengetahuan).

c. Masyarakat kota :

- 1) Terbantu dengan sumbangsih kebermanfaatan SDM desa yang sudah dididik untuk membantu berkembangnya pembisnis kota *go online*.
- 2) Tidak dipusingkan dengan sewa kantor, evaluasi kinerja SDM digital markteing, dan UMR (upah minimum regional) SDM kota

yang tinggi dengan adanya pemberdayaan SDM desa inovasi Komerce.

B. Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan melalui Komerce

a. Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan melalui Komerce Secara Umum

Organisasi Komerce yang telah peneliti teliti memiliki keunikannya tersendiri, dimana mereka memberdayakan masyarakat yang ada disekitar melalui kegiatan-kegiatan yang mereka punya dan miliki. Dan dengan adanya mereka melakukan kegiatan pemberdayaan tersebut maka mereka mampu memberikan kepada masyarakat pemahaman terkait beberapa aspek seperti, *digital marketing*, *copy writing*, *web devolepment*, dan sejenisnya.

Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*), berasal dari kata '*power*' (kekuasaan atau keberdayaan). Karena, ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Kekuasaan seringkali dikaitkan dengan kemampuan kita untuk membuat orang lain melakukan apa yang kita inginkan, terlepas dari keinginan dan minat mereka (Suharto, 2017: 57).

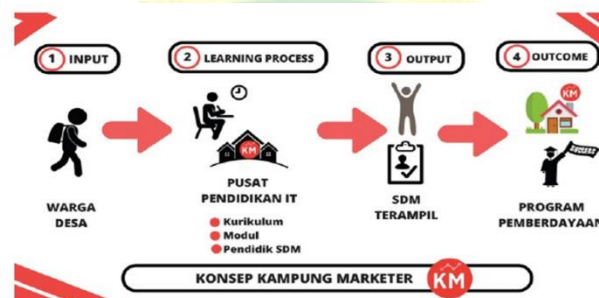
Adapun langkah-langkah jika ingin bergabung dengan Komerce adalah sebagai berikut:

1. Pemberkasan
2. Screening
3. Pelatihan
4. Pendampingan
5. pengembangan

Dari beberapa langkah tersebut akan ada jenjangnya, dimulai dari pemberkasan dimana pemberkasan tersebut dilakukan oleh calon *Talent* atau pegawai Komerce. Setelah di *screening* dirasa mampu dan bisa dimasukan kedalam bidang yang ada di komerce maka *talent* tersebut diberikan pelatiha-pelatihan oleh pihak dari masing-masing bidang, sehingga besar kemungkinan bahwa *talent* semakin cepat menguasai bidang yang ada pada komerce. Selain diberikan pelatihan maka diberikan

juga pendampingan yang dilakukan oleh *leader* dimana tugas dari *leader* ini memiliki tujuan yaitu menciptakan *talent-talent* yang berkualitas sehingga bisa dijadikan sebagai *talent* profesional. Dan setelah menjadi *talent* yang profesional maka dia akan menjadi *talent* senior yang ada di komerce tersebut.

Gambar 4.4
Alur Pemberdayaan di Komerce



Sumber: Wawancara dengan Hendrik Kurniawan (Kepala Bidang Pemberdayaan)

Pada gambar di atas dijelaskan oleh Hendrik Kurniawan saat wawancara dengan peneliti, ia menyatakan bahwa ada 4 alur pemberdayaan yang dilakukan di Komerce, diantaranya:

1. *Input* (masukan)

Awalnya masyarakat desa, khususnya masyarakat di Kecamatan Karangmoncol mendaftar ke Komerce kemudian mengikuti serangkaian kegiatan pemberdayaan, di mana masyarakat tersebut sebagai *input* yang nantinya akan diubah menjadi *output*, yaitu SDM yang terampil di bidang *marketing online*.

Warga desa yang sudah memiliki KTP (Kartu Tanda Penduduk) mendaftar ke Komerce dengan membawa surat lamaran kerja beserta data diri lainnya, kemudian didata untuk proses selanjutnya. Pada tahap ini Komerce membuka sebanyakbanyaknya kesempatan bagi warga desa khususnya pemuda/pemudi yang membutuhkan pekerjaan.

2. *Learning Process* (Proses Pembelajaran)

Proses pembelajaran di Komerce dilaksanakan melalui Pendidikan dan pelatihan SDM dengan dilengkapi kurikulum berbasis *marketing online*, modul, serta pengajar yang berpengalaman. Masyarakat desa yang mendaftar dididik dan dilatih terlebih dahulu agar menjadi SDM yang terampil di bidang *marketing online*. Proses pembelajaran ini ditujukan untuk:

- a. Penerima manfaat (warga atau pemuda desa yang membutuhkan lapangan pekerjaan).
- b. Masyarakat dari luar Komerce yang ingin belajar seputar *digital marketing*.

Gambar 4.5
Pelatihan Komerce



Sumber : Pelatihan digital marketing oleh Komerce

3. **Output (Keluaran)**

SDM yang telah dididik dan dilatih diharapkan memiliki *skill* di bidang pendidikan IT sehingga *output*-nya mereka memiliki *skill* untuk *survive* di kemudian hari memecahkan masalah-masalah seperti mengurangi pengangguran, mengurangi tingkat urbanisasi dan meningkatkan pendapatan.

4. **Outcome (Hasil)**

SDM yang sudah terampil masuk program pemberdayaan dengan mulai berkolaborasi dengan pebisnis (partner) untuk

membantu mereka memasarkan produknya secara online. Partner yang bekerjasama sudah membuat kesepakatan terlebih dahulu dengan Kommerce.

Konsep pemberdayaan berawal dari penguatan modal sosial dimasyarakat yang meliputi penguatan-penguatan modal sosial. Apabila kita sudah memiliki modal sosial yang kuat maka kita akan mudah mengarahkan dan mengatur (*direct*) masyarakat serta mudah mentransfer pengetahuan kepada masyarakat. Dengan memiliki modal sosial yang kuat maka kita akan dapat menguatkan *knowledge*, modal (*money*), dan *people*. Oleh karena itu, ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai modal sosial dan kekuasaan.

Konsep yang dilakukan oleh komerce untuk pemberdayaan masyarakat pedesaan ini dilakukan dengan beberapa konsep dimana akan adanya penamaan-penamaan konsep tersebut. Yang pertama adalah *komtim* dimana pada konsep ini hanya terfokus kepada pemberdayaan, selanjutnya adalah *komship* dimana dalam konsep *komship* yang terfokus kepada digital seperti *delivery platform* dan sebagainya yang berkaitan dengan digital, dan konsep yang ketiga adalah *kompek* dimana fokus yang ada di sini adalah pergudangan, dan itu merupakan ketiga konsep yang sekarang diterapkan oleh komerce yang dilakukan oleh peneliti.

Dengan adanya ketiga konsep ini maka komerce fokus utama komerce bisa menjadi lebih mudah dan bisa lebih terfokus kepada sesuatu yang mereka punya. Dan perbedaan komerce yang terdahulu dengan komerce yang sekarang adalah jika dahulu hanya terfokus kepada pemberdayaan saya namun saat ini fokus dari komerce sudah bertambah yaitu digital. Dan sekarang pemberdayaan yang ada merupakan pemberdayaan digital jadi masyarakat diberikan pembelajaran terkait pemberdayaan digital dan beberapa aspek yang memang diberikan oleh komerce untuk bekal kepada talent yang ada pada komerce tersebut.

Mempersiapkan tenaga ahli yang siap pakai bukan lah perkara yang sangat mudah dimana kita harus memberikan dia pembelajaran dan

pendampingan yang memang benar-benar intens kepada talent yang ada sehingga bisa dijadikan sebagai talent yang sudah ahli dan talent ahli tersebut akan dinamakan sebagai tenaga ahli dibidangnya yang nantinya akan siap di distribusikan kepada pihak atau perusahaan yang memerlukan, jadi komerce menyediakan tenaga ahli yang diperlukan oleh pihak-pihak yang membutuhkan.

Pemberdayaan yang dilakukan oleh komerce kepada masyarakat pedesaan sangat terbuka siapa saja yang ingin belajar bisa ikut namun sebelum ikutan untuk masuk kepada pembelajaran atau pelatihan sebelumnya harus terlebih dahulu untuk mendaftar sebagai calon talent yang nantinya akan diseleksi oleh pihak komerce yang ada sehingga kesempatan untuk masuk komerce sangat besar. Perusahaan komerce malah akan lebih mengutamakan masyarakat sekitar yang ada di daerah cabang komerce jika ingin bergabung dengan komerce. Oleh karena itu fokus utama dari komerce adalah pemberdayaan yang berbasis digital sehingga masyarakat paham mengenai digital dan juga maksud dan tujuan dari pembelajaran yang diberikan oleh komerce.

Peran merupakan sebuah bagian yang dijalankan orang ketika berinteraksi dengan orang lain. Setiap peran memiliki identitas yang melekat padanya yang mendefinisikan pemegang peran, siapa dirinya, dan bagaimana dia harus berperilaku dalam situasi tertentu. Seseorang yang mempunyai peran tertentu misalnya sebagai dokter, dosen, walikota dan lain sebagainya diharapkan berperilaku sesuai dengan peran yang dijalankannya.

Pada uraian di atas, maka dalam pemberdayaan masyarakat di Komerce melibatkan beberapa pihak, antara lain:

1. Komerce

Komerce berperan dalam mendidik SDM hingga menjadi SDM yang berkualitas dalam *marketing online*, selanjutnya setelah SDM tersebut terampil dan berkualitas, maka Komerce menghubungkan SDM dengan partner dan diberdayakan oleh partner di bawah pengawasan Komerce.

2. Partner

Partner adalah mereka yang memiliki bisnis, baik itu produsen, *supplier*, atau bahkan *dropshipper* yang membutuhkan SDM berkualitas untuk memasarkan produknya melalui *marketing online*. Partner di sini adalah sebagai bos dari SDM, partner yang memberikan gaji kepada SDM sesuai dengan kerjasama yang telah dibuat dan disepakati antara partner dengan Komerce.

3. SDM

SDM adalah warga desa yang telah di didik dan dilatih oleh Komerce sehingga menjadi SDM berkualitas dalam *marketing online*. SDM tersebut memiliki peran sebagai perantara untuk memasarkan produk partner kepada konsumen secara *online*.

4. Konsumen

Konsumen adalah pembeli atau penikmat produk. Mereka biasanya senang berbelanja secara *online*. Konsumen berperan sebagai pembeli produk partner yang dipasarkan oleh SDM melalui *marketing online*.

b. Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan melalui Komerce dalam Bidang Pendidikan

Seperti halnya dalam wawancara yang telah penulis lakukan, bahwasannya pendirian Komerce bukan saja berfokus pada pencarian keuntungan dalam bisnis, tetapi juga banyak aspek yang mendasari, salah satunya dalam bidang pendidikan. Dalam mewujudkan peranannya di bidang pendidikan dan pemberdayaan masyarakat sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, maka upaya yang dilakukan Komerce adalah

dengan mengubah *Input* (warga desa) yang notabennya masih kurang terampil atau bahkan nol dalam bidang IT berbasis *marketing online* menjadi SDM yang terampil (*output*-nya). Jelas dengan out put membuat masyarakat menguasai bisnis atau usaha berbasis IT dalam hal ini *marketing online* maka masyarakat pedesaan dengan mayoritas masih rendah digital akan lebih memberdayakan masyarakat desa untuk lebih melek digital.

Dalam jurnal Sulasih dkk (2022) Divisi Pendidikan atau Pembelajaran Komerce disini memberikan pendidikan dan pelatihan kepada warga yang masuk ke *Kampung Marketer* agar menjadi SDM yang terampil di bidang teknologi digital dalam hal pemasaran online. Pendidikan dan pelatihan terkait pengetahuan digital marketing, riset produk, copywriting, iklan Instagram dan Facebook, transaksi cash on delivery, team building dan KPI (Key Performance Indicators), dan literasi keuangan. Beberapa keterampilan yang diajarkan di *Kampung Marketer* akan membentuk mereka menjadi :

- a. *Customer Service*, keterampilan menangani calon pembeli melalui aplikasi chatting dengan menggunakan aplikasi WhatsApp dan Facebook sehingga diharapkan mampu mengubah calon pembeli menjadi real buyer.
- b. *Advertisers*, suatu keterampilan dalam menggunakan media digital untuk membuat strategi periklanan penawaran produk dan jasa kepada calon pembeli, antara lain pelatihan membuat copywriting yang menarik dengan menggunakan media facebook, instagram dan *google ads*.
- c. *Social Media Admin*, keahlian dalam memanfaatkan media digital secara maksimal dalam mengelola interaksi audiens dan memproduksi konten.
- d. *Content Writer*, keahlian untuk menghasilkan konten yang menarik di blog atau halaman penjualan.

- e. *Social Media Admin*, *Order Admin*, dan *Marketplace Admin* adalah layanan dari *Commerce* yang fokus pada optimalisasi toko di *marketplace* seperti *Shopee*, *Bukalapak*, *Lazada*, dll. *Tokopedia* persaingan sengit.
 - f. Input data adalah mencatat, mengelola, dan menginput data order atau transaksi dan data lainnya.
 - g. Berdasarkan permintaan, menyediakan sumber daya manusia yang kompeten sesuai dengan keterampilan yang dibutuhkan pelaku bisnis.
- c. **Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan melalui Komerce dalam Segi Pendapatan**

Berdasarkan dengan hasil wawancara peneliti dengan pihak pengelola komerce ada beberapa syarat yang harus dipenuhi ketika ingin menjadi patner dengan komerce yaitu:

1. Jika partner mengambil *advertiser*

Apabila partner mengambil (memberdayakan) *advertiser* maka partner tersebut haruslah produsen atau agen resmi dari produk. Apabila statusnya *reseller* atau *dropshipper*, maka tidak diperbolehkan untuk mengambil *advertiser*.

2. Jika partner mangambil *Customer service*

Jika partner memberdayakan SDM yang terampil dalam bidang CS, maka statusnya bebas. Baik itu produsen, *reseller*, atau *dropshipper*. Untuk produk yang tidak bisa diterima di Komerce antara lain: Produk obat terlarang, Produk MLM (*Multi Level Marketing*), Senjata tajam, Produk dengan harga tidak wajar, Produk dengan sistem PO (*Pre Order*) lebih dari 1 minggu, dan Obat ambeien.

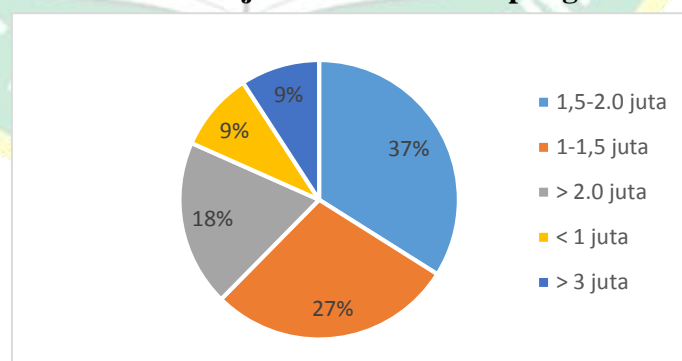
Selanjutnya apabila partner lolos dari kriteria tersebut, maka selanjutnya partner melakukan perjanjian kerjasama dengan Komerce, apabila sudah ada kesepakatan antara satu sama lain maka selanjutnya partner mengisi surat perjanjian kerjasama tersebut dan setelahnya dinyatakan resmi bergabung sebagai partner Komerce.

Bentuk kerjasama ini adalah partner memberdayakan SDM di bidang marketing online untuk melaksanakan tugas sesuai dengan kualifikasinya. Setelah itu partner hanya fokus di produk saja, sedangkan untuk iklan dan CS dihandle oleh SDM. Partner yang bergabung tidak terikat kontrak yang lama, sehingga sewaktu-waktu partner bisa keluar. Namun, biasanya partner yang bergabung minimal selama 3 bulan.

Setelah resmi bergabung, partner harus menyediakan *device* atau perangkat yang dibutuhkan misalnya HP atau laptop, menyiapkan produk *knowledge*, menyiapkan biaya iklan (*budget marketing*) jika memberdayakan *advertiser* dan mengeluarkan biaya administrasi Rp 500.000 per bulan untuk 1 SDM yang digunakan untuk kegiatan operasional (jika lebih dari 1 SDM maka ada potongan biaya) serta menyediakan gaji pokok serta bonus untuk masing-masing produk terjual.

Penyediaan *device* ini diperlukan karena dikhawatirkan data partner dengan SDM akan tercampur sehingga dibutuhkan *device* untuk masing-masing SDM. Apabila partner telah selesai melakukan kerjasama maka semua *device* dikembalikan ke partner agar data partner tetap aman di *device*.

Gambar 4.6
Presentase Gaji Para Talent Kampung Pemasar



Sumber : Jurnal Sulasih dkk (2022)

Gambar 4.6 menunjukkan kisaran gaji untuk talent atau anggota *Kampung Pemasar* rata-rata 1,5 - 2 Juta, dan ada 3 juta

dengan total 9% di atas rata-rata UMP. Hal ini menunjukkan pertumbuhan ekonomi dengan hadirnya peran teknologi digital dalam pembangunan yang berpusat pada masyarakat. Ini membuktikan bahwa keberadaan *Kampung Marketer* memberikan dampak positif bagi masyarakat. Pendapatan yang dimiliki masing-masing masyarakat membuat perekonomian warga mengalami peningkatan yang dramatis jika dibandingkan dengan pengangguran atau petani.

Adapun gaji/upah pokok masing-masing per bulan yang didapatkan oleh partner dari hasil wawancara sebagai berikut :

- | | |
|---------------------------------|---------------|
| a. <i>Customer Service (CS)</i> | : Rp. 600.000 |
| b. <i>Advertiser</i> | : Rp. 900.000 |
| c. <i>Social Media Admin</i> | : Rp. 900.000 |
| d. <i>Content Writer</i> | : Rp. 900.000 |

Dalam gaji pokok yang di keluarkan tersebut belum termasuk dengan bonus penjualan untuk masing-masing produk. Apabila terjadi penjualan (closing) maka partner harus memberikan bonus kepada SDM, sehingga gaji yang diterima SDM adalah gaji pokok dan bonus penjualan. Sehingga gaji/upah yang diterima SDM ini merupakan bentuk tercapainya salah satu tujuan pokok adanya pemberdayaan di mana program pemberdayaan harus dapat membawa perubahan bagi kehidupan subjek pemberdayaan. Dengan adanya pendapatan yang diterima SDM ini akan meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan bagi dirinya.

C. Analisis Manajemen Syariah terhadap pemberdayaan Komerce pada Masyarakat Pedesaan

Manajemen syariah dalam Komerce bisa kita lihat dari sisi *social enterprise* pada Komerce yang dijalankan sesuai dengan prinsip *Maqashid Syariah*. Dimana *social enterprise* ini merupakan perusahaan yang melaksanakan kegiatan bisnis untuk memecahkan masalah sosial (Amalia, 2021). Dengan pengertian tersebut sudah sangat relevan dengan penerapan bisnis pada Komerce yang memiliki tujuan salah satunya adalah memecahkan

masalah sosial pedesaan disekitar khususnya dalam bidang usaha atau perdagangan. Adapun cir-ciri *social enterprise* antara lain: Pertama, inovasi dan usaha yang berorientasi untuk merubah sistem sosial masyarakat menjadi lebih baik. Kedua, digerakan oleh sumber daya manusia yang memiliki jiwa entrepreneur yang inovatif, kreatif, etis dan bervisi sosial. Ketiga, dalam melaksanakan usahanya mengandalkan profit dari kegiatan penyediaan barang dan jasa di masyarakat (Rokhima, 2014). Dalam ajaran Islam, setiap pelaksanaan kegiatan ekonomi harus membawa pada kemaslahatan di dunia dan akhirat. Tujuan dalam ekonomi Islam dikenal dengan *Maqashid Syariah*, yang terdiri dari: pemeliharaan terhadap agama, harta, jiwa, keturunan dan akal.

Berdasarkan hasil penelitian inovasi *social enterprise* yang dibuat oleh Komerce dalam memberdayakan masyarakat desa memiliki kesejalan dengan tujuan yang terkandung dalam perspektif *maqasid alsyariah* antara lain:

1. Konsep Memelihara Agama

Dalam penerapan pemeliharaan agama yang sesuai dengan Maqashid Syariah Komerce mengimplementasikan dengan menjaga agama berarti menjaga pikiran dan tindakan sesuai dengan perintah Allah. Seperti dalam firman Allah pada Surat Al-Hajj ayat 40 :

الَّذِينَ أُخْرِجُوا مِنْ دِيَارِهِمْ بِغَيْرِ حَقٍّ إِلَّا أَنْ يَقُولُوا رَبُّنَا اللَّهُ وَلَوْلَا دَفْعُ اللَّهِ النَّاسَ بَعْضَهُمْ بِبَعْضٍ لَهَدَمَتْ صَوَامِعُ وَبِيَعٌ وَصَلَوَاتٌ وَمَسَاجِدُ يُذْكَرُ فِيهَا اسْمُ اللَّهِ كَثِيرًا وَلَيَنْصُرَنَّ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ إِنَّ اللَّهَ لَقَوِيٌّ عَزِيزٌ

“Dan sekiranya Allah tidak menolak (keganasan) sebagian manusia dengan sebagian yang lain, tentulah telah dirobohkan biara-biara Nasrani, gereja-gereja, rumah-rumah ibadat orang Yahudi dan masjid-masjid, yang didalamnya banyak disebut nama Allah.”

Serta melaksanakan ibadah dan memelihara akidah. Pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce melalui *social enterprise* memiliki keselarasan dengan ketentuan syariah yang tertuang dalam Maqashid

Syariah yang merupakan tujuan dari Ekonomi Islam, yaitu adanya orientasi (misi sosial) untuk menolong masyarakat desa yang mengalami kesusahan dalam hal ini lemah secara ekonomi menjadi lebih berdaya dan terentaskan dari kemiskinan. Hal ini sebagaimana diperintahkan Allah SWT dalam Qs. Al Maa'idah: 2

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أُمِّيْنَ
الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَتَتَعَوْنَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
شَتَانُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا 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.”

Dalam pelaksanaan pemberdayaannya Komerce menerapkan nilai-nilai disiplin beribadah dalam bentuk pelaksanaan shalat berjama'ah, penguatan nilai-nilai Islam dengan penyuluhan dari Kementerian Agama. Disamping itu, bagi peserta dan pengurus yang perempuan juga wajib mengenakan jilbab sebagaimana diperintahkan dalam agama Islam, dari hal inilah Komerce menerapkan konsep menjaga Agama seperti dalam Maqashid Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan yang dilaksanakan tidak hanya semata-mata di dasari oleh tujuan material namun juga semangat untuk menjalankan dan memelihara agama. Dalam penerima manfaat dari kegiatan social entrepreneurship yang dilakukan.

2. Konsep Memelihara Jiwa

Konsep memelihara jiwa berarti menjaga kesehatan jiwa dan raga. *Social Enterprise* yang dilaksanakan oleh Komerce memiliki tujuan untuk mengurangi pengangguran yang ada di desa khususnya bagi para pemuda, disisi lain juga sebagai sarana untuk menciptakan pemuda yang lebih produktif dan mampu memiliki penghasilan. Dengan usaha memberikan penghasilan bagi para pemuda dan warga sekitar Komerce memiliki tujuan

untuk mengurangi tingkat bunuh diri yang disebabkan oleh ketidakmampuan finansial dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, dalam hal ini sejalan dengan prinsip Maqashid Syariah dengan menjaga jiwa, pun sesuai dengan perintah Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 32 :

مِنْ أَجْلِ ذَلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَن قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ فِي الْأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا وَلَقَدْ جَاءَتْهُمْ رُسُلُنَا بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ كَثِيرًا مِّنْهُمْ بَعَدَ ذَلِكَ فِي الْأَرْضِ لَمُسْرِفُونَ

“oleh karena itu kami tetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil, bahwa: barangsiapa yang membunuh seorang manusia, bukan karena itu (membunuh) orang lain, atau bukan karena membuat kerusakan di muka bumi, maka seakan-akan dia telah membunuh manusia seluruhnya. Dan barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, maka seolah-olah dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya.”

Dalam ayat diatas dijelaskan bahwa syariat Islam sangat menghargai nyawa seseorang. Saling menjaga nyawa seseorang dengan berbagai cara, bahkan disebutkan dalam ayat diatas adanya ancaman hukuman qishash menjadi jaminan bahwa tidak boleh menghilangkan nyawa. Dalam hal ini jelas Komerce membekali pemuda dengan keterampilan dan memberdayakan dengan memberikan pekerjaan yang layak, bukan hanya memberikan pekerjaan tetapi juga dibekali dengan pelatihan dan ilmu-ilmu lain guna untuk bekal berkepanjangan untuk melanjutkan usaha setelah selesai dalam Komerce, ini memiliki tujuan yang mulia untuk tetap memberikan kehidupan bagi masyarakat desa dengan membantu mendapatkan penghasilan untuk menyambung hidup sehari-hari. Sehingga, pemuda dapat memenuhi kebutuhan hidup. Selain itu, dengan membuka lapangan kerja di desa maka akan mengurangi urbanisasi ke kota. Yang mana selama ini, urbanisasi terlalu tinggi di lingkup pedesaan membuat perkembangan masyarakat desa lambat, karena banyak masyarakat bahkan pemuda yang seharusnya membangun desa justru meninggalkan dan berpindah ke kota. Hal ini berarti bahwa usaha social enterprise yang dikembangkan oleh Komerce di desa memiliki kesejalan

dengan upaya menjaga jiwa dan raga. Selain itu, dalam perkembangannya Social Enterprise yang dilakukan oleh Komerce tidak hanya berfokus pada persoalan ekonomi, namun juga mengembangkan memberdayakan masyarakat di bidang lingkungan dan pertanian. Hal ini sejalan dengan potensi desa yang masih sangat memiliki banyak lahan pertanian, yang apabila dikembangkan maka akan memberikan kemaslahatan masyarakat sekitar. Serta sejalan dengan prinsip tujuan syariah bahwa pembangunan harus diselenggarakan secara berkelanjutan agar alam terus bisa memenuhi kebutuhan masyarakat.

3. Konsep Memelihara Akal

Konsep menjaga akal berarti memelihara akal dari hal-hal yang merusak kesadarannya, seperti minuman keras, seperti pada ayat Al-Qur'an pada surat Al-Baqarah ayat 219

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا
وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

“Mereka bertanya kepadamu tentang khamr dan judi. Katakanlah, pada keduanya itu terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia. Tapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya....” Artinya syariat Islam sangat menghargai akal manusia, sehingga diharamkan manusia minum khamr agar tidak mabuk lantaran menjaga agar akalnya tetap waras.”

Selain itu, memelihara akal juga berarti mengisinya dengan pengetahuan yang baik, melakukan perubahan mindset untuk mencapai kemaslahatan. Terdapat beberapa wujud kesejalaran usaha social enterprise yang dilakukan oleh Komerce dengan prinsip syariah dalam memelihara akal. Antara lain:

Pertama, adanya upaya Komerce untuk menyadarkan masyarakat akan permasalahan yang terjadi di desa. Selain itu, masyarakat ditunjukkan potensi yang dimiliki serta pemecahan yang dapat dilaksanakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Kedua, Komerce memberikan motivasi-motivasi untuk merubah mindset pemuda desa. Dengan menunjukkan pentingnya berusaha

produktif, bermanfaat bagi orang lain serta kerja keras untuk mencari rezeki. Seperti tercermin dalam tempelan pengondisian di kantor Komerce: “Stop Nyiyir, Start Nyambut Gawe!”, “Sudahkah bermanfaat bagi orang lain?”.

Ketiga, pemuda desa dilatih kemampuan di bidang teknologi digital marketing. Hal ini merupakan bentuk pendidikan untuk meningkatkan potensi akal dan pengetahuan yang dimiliki. Pemuda juga dikembangkan kreativitasnya dengan berpartisipasi dalam mengembangkan Komerce. Dengan adanya partisipasi aktif pemuda desa, baik sebagai peserta maupun pengurus Komerce akan menjauhkan pemuda dari aktivitas yang dapat merusak akal.

4. Konsep Memelihara Harta

Konsep memelihara harta berarti mengembangkan kemampuan masyarakat untuk memperoleh harta yang halal. Selain itu, juga bermakna mengurangi kesenjangan ekonomi di masyarakat. Ini sejalan dengan perintah Allah dalam Al-Qur’an Surat Al-Maidah ayat 38 :

وَالسَّارِقُ وَالسَّارِقَةُ فَاقْطَعُوا أَيْدِيَهُمَا جَزَاءً بِمَا كَسَبَا نَكَالًا مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

“Laki-laki yang mencuri dan perempuan yang mencuri, potonglah tangan keduanya (sebagai) pembalasan bagi apa yang mereka kerjakan dan sebagai siksaan dari Allah. Dan Allah maha perkasa lagi maha bijaksana.”

Dalam ayat ini sangat jelas bahwa syariat Islam sangat menghargai harta milik seseorang sehingga harus dijaga, jangan sampai mengambil harta yang bukan menjadi milik kita, maka dari itu Allah mengancam siapa saja yang mencuri harta bahkan disebutkan dengan hukuman dipotong tangan apabila mencuri.

Dari hasil penelitian ini, tujuan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Komerce adalah untuk mengurangi kesenjangan ekonomi antara desa dan kota. Hal ini dilaksanakan dengan mengembangkan social enterprise dalam bidang jasa SDM digital marketing. Dari pemberdayaan

yang dilakukan diharapkan pemuda mendapatkan pendapatan yang layak, serta terlaksananya program pemberdayaan berkelanjutan yang nantinya mampu menjaga harta dalam hal ini menjaga pendapatan sehingga memiliki harta yang mampu menajaga hidupnya. Dengan memiliki harta sendiri maka akan mengurangi tindakan-tindakan mengambil harta yang bukan menjadi milik pribadi, seperti yang diajarkan dalam Maqashid Syariah dalam pemeliharaan harta.

Hal ini menunjukkan bahwa tujuan dan upaya pemberdayaan masyarakat desa yang dilaksanakan oleh Komerce sejalan dengan prinsip syariah yaitu memelihara harta. Selain itu kesejalan social enterprise yang dilakukan dengan konsep memelihara harta juga tercermin dari manfaat program yang diselenggarakan terhadap kemajuan ekonomi masyarakat. Melalui kegiatan social enterprise, Komerce mampu menghasilkan perputaran ekonomi di desa. Serta pendapatan bagi masing-masing pemuda yang diberdayakan tiap bulannya. Pemuda yang diberdayakan (penerima manfaat) mendapatkan gaji sesuai dengan kesepakatan dengan pebisnis yang menggunakan jasanya serta tanpa potongan dari manajemen Komerce. Selain itu, tumbuh pula kegiatan ekonomi perdagangan di sekitar lokasi pemberdayaan seiring dengan banyaknya pemuda yang memiliki pendapatan. Selain itu, kalangan petani, juga diberdayakan dalam berbagai bentuk sehingga bisa meningkat secara ekonominya. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan oleh Komerce sesuai dengan syariah yaitu mengembangkan potensi memperoleh harta secara halal bukan hanya dari segi bisnis online tetapi juga dari segi pertanian yang menjadi potensi besar pada desa sekitar. Dalam pelaksanaannya pun manajemen Komerce tidak berorientasi pada keuntungan pribadi serta melaksanakan pemberdayaan dengan kesepakatan dan tanpa paksaan.

5. Konsep Memelihara Keturunan

Tujuan syariah pada aspek memelihara keturunan berarti menciptakan generasi yang berkualitas dan berakhlak mulia. Yang mana

hal ini diwujudkan melalui membangun keluarga yang sakinah dan pernikahan, serta menjauhi zina.

Social Enterprise Komerce memiliki tujuan untuk mengurangi urbanisasi. Di kecamatan Karangmoncol, urbanisasi dari desa ke kota berdampak pada renggangnya keharmonisan keluarga serta tidak terpenuhinya kebutuhan kasih sayang antar anggota keluarga. Kegiatan di desa menjadi sepi sehingga tidak mampu mengembangkan generasi pemuda yang berkualitas.

Dengan adanya social enterprise yang melakukan pemberdayaan digital marketing di desa, diharapkan pemuda dapat berkerja dari desa dengan memanfaatkan teknologi. Sehingga, kegiatan pendidikan, sosialisasi dalam keluarga di desa dapat terus berjalan. Dengan adanya Komerce, orang tua dapat perawatan dari anaknya serta tidak memicu terjadinya zina di kalangan keluarga muda. Hal ini sejalan dengan prinsip syariah yaitu memelihara keluarga. Dengan menerapkan pemeliharaan keturunan seperti dalam perintah Al-Qur'an pada Surat An-Nur ayat 2 :

الزَّانِيَةُ وَالزَّانِي فَاجْلِدُوا كُلَّ وَاحِدٍ مِّنْهُمَا مِائَةَ جَلْدَةٍ وَلَا تَأْخُذْكُمْ بِهِمَا رَأْفَةٌ فِي دِينِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَلَيْشِهْدَ عَذَابُهُمَا طَائِفَةٌ مِّنَ الْمُؤْمِنِينَ

“Wanita dan laki-laki yang berzina maka jilidlah masing-masing mereka 100 kali. Dan janganlah belas kasihan kepada mereka mencegah kamu dari menjalankan agama Allah, jika kamu beriman kepad Allah dan hari akhir. Dan hendaklah pelaksanaan hukuman mereka disaksikan oleh sekumpulan dari orang-orang beriman.”

Dari ayat ini menyatakan bahwa syariat Islam menjaga urusan nasab atau keturunan lewat diharamkannya perzinaan, dimana pelakunya dihukum cambuk dan rajam, dari sinilah Komerce menjadi jawaban untuk meminimalisir urbainsasi di desa sekitar dengan tujuan untuk mengontrol anak muda dari pengawasan orang tua agar tidak terjadi hubungan bebas untuk menghindari perzinaan.

Adapun analisis Manajemen Syariah yang dilakukan oleh perusahaan komerce ini sudah menggunakan pola manajemen syariah. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti bahwa sistem manajemen yang sudah diterapkan oleh perusahaan ini bisa dikatakan memiliki standar syariah karena peneliti juga melihat teori yang sudah peneliti pegang yaitu teori dari Ahamad Ibrahim dalam skripsi Zuhryan yang mengatakan bahwa ada beberapa dasar-dasar dari manajemen syariah diantaranya adalah keadilan, Amanah dan pertanggung jawaban, dan Komunikatif. Dengan prinsip-prinsip nya yaitu prinsip *Amar ma'ruf nahi mungkar*, kewajiban menegakan kebenaran, kewajiban menegakan keadilan, kewajiban menyampaikan Amanah.

Dalam kegiatan komerce yang dilakukan dengan berdasarkan prinsip manajemen syariah yaitu keadilan, yaitu dalam prakteknya pihak komerce melakukan pembayaran atau gaji sesuai dengan tupoksinya dimana pihak komerce akan memberikan *fee* yang sepadan dengan apa yang *talent* kerjakan sehingga tidak ada yang ditutupi atau bahkan diambil oleh pihak komerce. Untuk dasar-dasar manajemen syariah berikutnya adalah Amanah, dimana didalam dasar ini pihak komerce selalu memberikan arahan dan juga pengertian kepada *talent* bahwa barang atau produk yang mereka kerjakan merupakan milik pihak lain maka menjaga nama baik perusahaan yang memiliki kerja sama dengan pihak komerce menjadi kewajiban para *talent* meskipun para *talent* disewa jasanya oleh perusahaan yang melakukan kerja sama namun *talent* juga harus amanah dalam hal menyampaikan segala sesuatu sebaik mungkin. Untuk dasar manajemen berikutnya adalah pertanggung jawaban atau rasa tanggung jawab, maksudnya adalah rasa tanggung jawab yang ada bagi para *talent* sehingga perusahaan yang bekerja sama dengan komerce bisa merasa bahwa mereka sangat diuntungkan jika bekerja sama dengan komerce dan dengan melakukan tanggung jawab sebaik mungkin maka perusahaan yang bersangkutan, maka akan besar kemungkinannya untuk menggunakan jasa yang disediakan oleh pihak komerce lagi. Untuk dasar yang prinsip manajemen syariah selanjutnya adalah prinsip keadilan, dimana seluruh

SDM yang ada di komerce ini terutama SDM yang memiliki posisi untuk bisa membagi *talent* yang ada supaya bisa tidak menganaktirikan salah satu *talent*.

Dari dasar-dasar yang sudah dijelaskan diatas maka semuanya mengerucut kepada dasar manajemen syariah yang terakhir yaitu komunikatif semua yang ada pada sistem manajemen harus dikomunikasikan dengan baik sehingga tidak adanya kesalah pahaman antara *talent*, perusahaan yang bekerja sama juga dengan pihak komerce. Komunikasi yang baik ini diterapkan di komerce dengan membagi beberapa struktural sehingga tidak akan adanya tumpang tindih pekerjaan yang dilakukan antara masing-masing SDM yang ada, di komerce ini setiap bidang memiliki pemimpin atau kepalanya sendiri sehingga akan sangat mudah sekali mengontrol atau berkoordinasi dengan sesama bidang, lain bidang, bahkan untuk koordinasi dengan keatas atau pimpinan bahkan bawahan. Dari observasi yang sudah peneliti lakukan maka dasar-dasar yang sudah peneliti ambil sudah secara disadari atau tidak oleh pemilik perusahaan itu memang sudah diterapkan dan dipraktekan sedemikian baik di komerce yang peneliti lakukan penelitian ini

Untuk selanjutnya yaitu prinsip manajemen syariah dimana yang sudah disebutkan oleh peneliti sebelumnya untuk prinsip manajemen syariah adalah *Amar ma'ruf nahi mungkar*, kewajiban menyampaikan kebenaran, kewajiban menegakan keadilan, dan kewajiban menyampaikan Amanah. Untuk prinsip-prinsip manajemen syariah ini akan dihabas satu persatu dan bentuk kegiatan sesungguhnya yang ada di komerce itu juga akan dicontohkan oleh peneliti. *Amar ma'ruf nahi mungkar* merupakan salah satu prinsip manajemen syariah yang ada dan memiliki maksud mengajak perilaku yang baik dan mencegah yang buruk.

Didalam agama islam ini merupakan dasar yang harus dijalankan dan juga dipraktekan oleh seluruh umat yang beragama muslim dimana kita diajarkan untuk melakukan sesuatu yang baik dan mencegah datang nya sesuatu yang buruk, contoh didalam kehidupan umat beragama adalah bersedekah merupakan perbuatan yang baik maka kita dianjurkan untuk

bersedekah dan saling membantu sesama namun kita juga dianjurkan untuk tidak boros karena boros merupakan perbuatan yang mendatangkan keburukan.

Dalam perilaku yang dilakukan oleh perusahaan komerce ini tidak jauh berbeda dengan perilaku yang dilakukan oleh umat beragama, namun didalam perusahaan komerce ini berhubung lebih beragam lagi masyarakatnya maka ada beberapa perilaku yang berbeda namun peneliti akan memberikan salah satu contoh *Amar ma'ruf nahi mungkar* yang ada di komerce ini seperti para *talent* dilatih supaya mereka bisa untuk melakukan kegiatan atau perilaku yang bisa mereka pertanggung jawabkan, jika waktunya kerja maka jangan mengecewakan para perusahaan yang diajak bekerja sama dengan pihak komerce, prinsip ini sangat berhubungan dengan prinsip-prinsip yang lainnya yang ada setelahnya seperti, prinsip kewajiban menyampaikan amanah dimana dalam prinsip ini bukan hanya *talent* saja yang dilakukan pemberdayaan terkait amanah namun semua *stakeholder* yang ada dilingkungan komerce untuk supaya bisa menjaga amanah yang sudah diberikan dan juga diamanahi kepada masing-masing *talent*. Untuk prinsip menyampaikan kebenaran dan kewajiban menegakan keadilan memang saling berkaitan. Kerena ketika semua SDM menyampaikan kebenaran maka keadilan akan tercipta didalamnya.

Prinsip-prinsip yang ada pada organisasi Komerce juga secara tidak langsung menjerumus kepada manajemen syariah meskipun dalam prakteknya tidak mengatakan manajemen syariah namun pada kenyataannya hampir memenuhi prinsip-prinsip manajemen syariah seperti kewajiban menegakan kebenaran dan lain sebagainya. Dengan yang ada dilapangan tersebut menandakan bahwa organisasi Komerce sudah menjalankan organisasi manajemen syariah yang meskipun tidak secara langsung diterapkan oleh perusahaan.

Analisis yang dilakukan oleh peneliti setelah melakukan observasi dan juga penelitian secara langsung ini maka bisa diambil sebuah hasil analisis dimana pihak komerce dalam melakukan pemberdayaan nya memang secara tidak langsung menyisipkan dasar dan juga prinsip manajemen syariah dimana didalam pelatihan atau pemberdayaan yang ada didalam komerce ini calon

talent diberikan pelatihan dan juga pemberdayaan supaya tidak hanya paham terkait bisnis online saja namun juga memiliki totalitas yang sangat tinggi dalam menjaga nama baik perusahaan dan juga menjunjung nama baik perusahaan yang melakukan kolaborasi dengan pihak komerce. Adanya rasa tanggung jawab dan juga amanah yang tinggi yang dimiliki oleh para *talent* ini menandakan bahwa pemberdayaan yang dilakukan oleh pihak komerce memiliki hasil yang sangat baik bahkan bisa dikatakan tepat. Karena kegiatan yang baik dan juga perbuatan yang baik pastinya diawali dengan niat yang baik dan tujuan yang baik.

Dari kegiatan yang dilakukan oleh pihak komerce ini dari mulai pelatihan dan juga menjadikan SDM yang memiliki pemahaman dan kemampuan tentang bisnis online, dengan ini peningkatan pemberdayaan masyarakat menghasilkan pendapatan yang semakin meningkat untuk para talent dan masyarakat yang bergabung dalam Komerce, bagi perusahaan komerce itu sendiri dan pendapatan yang masuk kepada perusahaan komerce ini adalah ketika mereka mendapatkan kerjasama dengan perusahaan lain yang membutuhkan jasa mereka. Perusahaan komerce merupakan perusahaan penyedia jasa dimana mereka menyediakan beberapa jasa dibidang bisnis online bagi perusahaan yang belum memiliki SDM yang bisa untuk mengelola bidang-bidang yang disediakan oleh perusahaan komerce. Bidang yang disediakan di perusahaan komerce antara lain adalah *Admin, Advertising, Copy Writing*, dan juga *Customer Servis*. Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, dari ke empat bidang tersebut memiliki pendapatan yang dapat disebutkan sebagai berikut kurang lebih :

- 1) *Advertiser* : Rp. 5.000.000
- 2) *Social Media Admin* : Rp. 4.000.000
- 3) *Content Writer* : Rp. 4.500.000
- 4) *Customer Servis* : Rp. 4.500.000

dari keempatnya ini perusahaan komerce melakukan pemberdayaan dan juga melakukan kerja sama kepada pihak atau perusahaan lain yang membutuhkan jasa di ke empat bidang tersebut.

Untuk pendistribusian yang dilakukan oleh pihak perusahaan komerce adalah pendistribusian dalam bidang jasa, dimana para *talent* yang sudah dilakukan pemberdayaan itu akan disebarluaskan kepada perusahaan-perusahaan yang membutuhkan. Status karyamannya masih berada pada karyawan perusahaan komerce namun bekerja untuk perusahaan lain yang melakukan kerja sama dengan perusahaan komerce. Maksudnya seperti ini, para *talent* yang sudah diberdayakan akan diberikan tugas untuk bekerja diperusahaan lain dimana perusahaan tersebut sudah bekerja sama dengan pihak komerce, karena komerce menyediakan jasa maka mengirimkan *talent*nya untuk mengerjakan pekerjaan yang dibutuhkan oleh perusahaan lain tersebut.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pemberdayaan bisnis online pada masyarakat pedesaan melalui Komerce, pada Komerce Desa Tamansari Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga, meliputi beberapa tahapan dalam melakukan pemberdayaan, yakni pemberdayaan melalui peningkatan kompetensi (*skill*) di bidang IT dengan tujuan meningkatkan literasi digital yang mampu memperluas jangkauan dalam usaha atau bisnis yang dijalankan oleh masyarakat desa. Menindaklanjuti hal tersebut perlu adanya beberapa tahapan yaitu, *Input, Learning Proses, Output, Outcome*. Tahap pemberdayaan masyarakat yang pertama ialah *Input* artinya proses masuknya masyarakat desa sekitar yang bergabung dalam Komerce, kemudian anggota terdaftar akan melakukan tahap *Learning Proses* dimana proses pembelajaran digital marketing dalam Komerce dan pelatihan lainnya akan didapat. Tahap ketiga *Output* mulai memberdayakan anggota dalam segi penerapan digital dalam proses pelaksanaan usaha yang dilakukan, mulai dari promosi, dsitsribusi dan lainnya. Dan tahap terakhir ialah *Outcome* keberlanjutan para anggota yang mulai bekerja sama dengan perusahaan dalam proses bisnisnya, kemudian mampu secara mandiri mengelola usahanya.

Komerce juga telah berperan sebagai alat dan tempat dalam meningkatkan kemandirian ekonomi dalam kata lain memberdayakan masyarakat melalui peningkatan pendapatan warga desa Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga dari tahun 2017 sampai sekarang mencapai angka 1.965 SDM dan data terkhir SDM yang *active* tahun 2022 sampai bulan Agustus ada 448 SDM. Dengan peningkatan pendapatan yang diberdayakan oleh komerce melalui bisnis online, menghasilkan beberapa konsep yang dikembangkan oleh Komerce hingga saat ini, yaitu konsep Komtim dimana konsep ini berfokus pada pemberdayaan, yang kedua konsep

Komship yang berfokus pada pemberdayaan secara digital berbasis IT seperti *delivery platform*, dan konsep Kompek yang berfokus pada pergudangan.

Selain pemberdayaan masyarakat melalui bisnis online, Kmerce juga menerapkan sistem manajemen syariah dalam operasionalnya, terlihat yang pertama dari tujuan pendirian Kmerce itu sendiri yakni sebagai perusahaan berbasis *social enterprise* dimana menjadi perusahaan yang melaksanakan kegiatan bisnis untuk memecahkan masalah sosial yang ada di sekitar. Dari hal ini sesuai dengan perintah dalam Surat Al-Maidah ayat 2. Dari sisi operasional perusahaan pun pada Kmerce memiliki tujuan dan proses yang di syariatkan dalam tujuan ekonomi Islam yang termaktub dalam Maqashid Syariah, dengan memelihara 5 hal yaitu, memelihara agama, jiwa, akal, harta dan keturunan. Dalam analisis manajemen syariah salah satu yang bisa dilihat adalah diterapkannya dasar-dasar dari manajemen syariah diantaranya adalah keadilan, Amanah dan pertanggung jawaban, dan Komunikatif. Dengan prinsip-prinsip nya yaitu prinsip *Amar ma'ruf nahi mungkar*, kewajiban menegakan kebenaran, kewajiban menegakan keadilan, kewajiban menyampaikan amanah.

B. Saran

Uraian dari hasil penelitian dan simpulan diatas , dapat ditarik beberapa saran, diantaranya :

1. Se jauh ini pemberdayaan, pelatihan serta pembelajaran yang dilakukan oleh Kmerce khususnya di Desa Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga melalui pelatihan IT dibidang marketing online sudah berjalan dengan baik, akan tetapi agar lebih baik lagi kedepannya diharapkan Kmerce dapat mencakup wilayah yang lebih luas lagi sehingga manfaatnya bertambah luas.
2. Program pendidikan dan pelatihan IT diperkuat lagi sistem pembelajarannya serta mentoringnya agar kualitas SDM dapat lebih terasah dan bersaing di dunia luar.

Promosi iklan dalam mencari patner harus terus ditingkatkan agar semakin banyak patner yang mau berkolaborasi sehingga semakinbanyak pula

Sumber Daya Manusia yang semakin terbedaya dan semakin meningkatnya pula pendapatan masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. R., & Mawasti, W. (2021). SOCIAL ENTERPRISE DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH: STUDI PADA PT KAMPUNG MARKETERINDO BERDAYA. *Realita: Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam*, 19(2), 39-55.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Chasanah, Nur. 2018. “Implementasi Knowledge Management dengan Pendekatan Soft System Methodology (Studi Kasus : Komerce Purbalingga)”, dalam *jurnal Prosiding Nasional ReTII*, pp. 142-148.
- Cholisin. 2011. “Pemberdayaan Masyarakat”, dalam *jurnal pemberdayaan masyarakat*.
- Fianingsih. 2020. “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Komerce (Studi Kasus Desa Tamansari, Karangmonol, Purbalingga), *Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Firdaus, et al. 2009. “Strategi penanggulangan kemiskinan di Kabupaten Bandung”, dalam *jurnal Ilmu Pemerintahan Widyapraja IPDN Jatinangor*.
- Hamid, Hendrawati. 2018. *Manajemen Pemberdayaan Masyarakat*. Makasar: De La Macca.
- Handini, Sri et al. 2019. *Pemberdayaan Masyarakat Desa*. Surabaya: MSC Publising.
- Hidayat, Gimam Asep et al. 2019. *Bisnis Online Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen Program Keahlian Bisnis dan Pemasaran*. Jakarta: Pembinaan Smk.
- Hendarsyah, Decky. “Bisnis Toko Online”, dalam *Jurnal Iqtishaduna (Ekonomi Kita)*.
- Hendra, Tomi. 2017. “Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Al-Qur’an”, dalam *Jurnal HIKMAH*. Vol.11 No. 2.
- Ismay, Warzuqni S. 2019. “Analisis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industri Pangan Aceh Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi*. Aceh: UIN Ar-Raniry Darussalam
- Joesyiana, Kiki. 2019. “Penggunaan Media Online Shop Dalam Bisnis Pada Wirausaha Wanita”, dalam *jurnal Valuta*. Vol.5, No.2.
- Kurnawan, Ferry Duwi dan Luluk Fauziah. 2014. “Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan”,

dalam *jurnal Program Studi Administrasi Negara Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*. Vol. 2, No. 2.

Kurniawati, Dwi Pratiwi, Bambang Supriyanto dan Imam Hanafi. “Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Usaha Ekonomi (Studi Pada Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Mojokerto”, dalam *Jurnal Administrasi Publik*. Vol. 1, No. 4.

LPPM UHAMKA. “Pemberdayaan Dalam Perspektif Islam”, <https://lppm.uhamka.ac.id/ilmiah/pemberdayaan-dalam-perspektif-islam/>, diakses pada senin, 26 September 2022 jam 17.09

Maghfur, Ifdlolul. 2017. “Manajemen Islam: ruang lingkup, kajian dan perkembangan ilmu manajemen Islam di Indonesia, dalam *jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 9, No. 1.

Maryani, Dedeh & Ruth Roselien E. Nainggolan. 2019. *Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Nofriansyah, et al. 2020. *Bisnis Online : Strategi & Peluang Usaha*. Yayasan Kita Menulis.

Noor, Munawar. 2011. “Pemberdayaan Masyarakat”, dalam *jurnal ilmiah*. Vol. 1, No. 2.

Patilaiya, La Hairudin et al. 2022. *Pemberdayaan Masyarakat*. Sumatera Barat: Global Eksekutif Teknologi.

Rindi, Tyas Arma. 2019. “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata”, *Skripsi*. Metro: IAIN Metro.

Rokhima Rostiani et al. 2014. “Understanding Social Enterprises In Indonesia : Drivers And Challenges,” *Journal of Indonesian Economy and Business* 29, no. 2

Rujito, Lantip et al. 2017. “Pemberdayaan Ekonomi Pasien Thalassemia Melalui Kegiatan Bisnis Online di Banyumas”, dalam *jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. Vol. 2, No. 2.

Sarah, Aisra. 2019. “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal, Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Hono Kec. Seko Kab. Luwu Utara”, *Skripsi*. Palopo: IAIN Palopo.

Sari, Anggri Puspita et al. 2020. *Kewirausahaan Bisnis Online*. Yayasan Kita Menulis.

Situmeang, Rosinta Romauli. 2018. “Dampak Bisnis Online dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab dikota Medan), dalam *jurnal Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Vol. 03.

- Suciati. 2021. "Peran Aset Komunitas Dalam Pemberdayaan Pemuda oleh Komunitas Komerce, Karangmoncol, Purbalingga", dalam *jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*. Vol. 03, No. 01.
- Suharto, E. 2010. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Cetakan keempat, Bandung: Refika Aditama.
- Suharto, Edi. 2017. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Cetakan keenam, Bandung: Refika Aditama.
- Sugiono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,cv.
- Sulasih dkk. 2022. "Peran teknologi digital dalam pembangunan yang berpusat pada manusia: pendekatan kebutuhan dasar dalam *KampungPemasar Program*" dalam *jurnal perspektif pembiayaan dan pembangunan*. Vol. 09, No. 06.
- Yunus, Saifuddin, Suadi & Fadil. 2017. *Model Pemberdayaan Masyarakat Terpadu*. Aceh: Bandar Publisng.
- Zuhryan, Ahmad A.R. 2013. "Analisis Pembiayaan Qardhul Hasan dalam Perspektif Ekonomi Syariah di BMT Al-Hasanah Sekampung Lampung Timur", *Skripsi*. Lampung: STAI Ma'arif Metro Lampung.





LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 :

Transkrip Wawancara

Nama : Nurul Rohim Jabatan : SDM Komerce	
Keterangan P : Pertanyaan J : Jawaban	
P	Apa itu Komerce?
J	<p>Komerce merupakan organisasi/lembaga yang bergerak dibidang <i>digital marketing</i> dimana disitu diberikan pelatihan dan pendidikan dengan cara memberdayakan masyarakat serta melatih Sumber Daya Manusia agar lebih berkualitas dan bersaing.</p>
P	Bagaimana sejarah berdirinya Komerce?
J	<p>Awal mula berdirinya Komerce pada tanggal 27 Agustus 2017 resmi dirintis oleh Nofi Bayu Darmawan yang terletak didaerah pedesaan yaitu desa Tamansari, Karangmoncol, Purbalingga. Mulanya Nofi Bayu sejak masih duduk dibangku kuliah di Jakarta ia tertarik dan menekuni IT karena dapat mengasah skill dalam hal digital marketing, dan saat itulah Nofi membangun bisnis online. Sekolah Tinggi Akuntansi Negara atau biasa dikenal sebutan STAN adalah almamater Nofi Bayu dimana ia kuliah, STAN merupakan perguruan tinggi yang menjamin anak didiknya menjadi seorang PNS dilingkungan kementerian keuangan dengan semua fasilitas layanan kuliah yang sudah di sediakan oleh pemerintah. Setelah lulus kuliah Nofi Bayu berkarir di kementerian keuangan selama 3,5 tahun. Dengan banyaknya permasalahan-permasalahan didesa seperti : pengangguran, minim lapangan kerja di desa, banyaknya pemuda desa yang merantau, sedikitnya pengusaha muda di desa, dan kurangnya skill warga desa. oleh karena itulah Nofi Bayu memikirkan bagaimana caranya untuk membangun desa melalui berdirinya Komerce. Kemudian Novi Bayu mendidik dan memberdayakan warga sekitar di</p>

	<p>lingkungan Kabupaten Purbalingga di bidang IT yaitu pendidikan berbasis marketing online. Beliau memiliki tekad dan keyakinan melalui aktivitas pemberdayaan dan pendidikan ini akan mampu memberdayakan dan meningkatkan pendapatan serta mengurangi laju kemiskinan di Kecamatan Karangmoncol</p>
--	--



Nama : Hendrik Kurniawan Jabatan : Kepala Bidang Pemberdayaan	
P : Pertanyaan J : Jawaban	
P	Apa Visi dan Misi Komerce?
J	Visi Komerce “ <i>End to end e-commerce enabler</i> ” Misi Komerce 1). “Menjadi wadah pendidikan terbaik para pemuda desa untuk mengasah pengetahuan dan keterampilan di bidang <i>e-commerce</i> . 2). “Menjadi partner terbaik dari pembisnis di Indonesia agar mereka semakin berkembang di internet dengan mendorong SDM pemuda desa yang berkompeten di bidang <i>e-commerce</i> untuk berkolaborasi bersama membangun tim yang solid”.
P	Bagaimana pemberdayaan bisnis online pada masyarakat pedesaan oleh Komerce?
J	Pemberdayaan yang dilakukan oleh komerce kepada masyarakat pedesaan sangat terbuka siapa saja yang ingin belajar bisa ikut namun sebelum ikutan untuk masuk kepada pembelajaran atau pelatihan sebelumnya harus terlebih dahulu untuk mendaftar sebagai calon talent yang nantinya akan diseleksi oleh pihak komerce yang ada sehingga kesempatan untuk masuk komerce sangat besar. Perusahaan komerce malah akan lebih mengutamakan masyarakat sekitar yang ada di daerah cabang komerce jika ingin bergabung dengan komerce. Oleh karena itu fokus utama dari komerce adalah pemberdayaan yang berbasis digital sehingga masyarakat paham mengenai digital dan juga maksud dan tujuan dari pembelajaran yang diberikan oleh komerce. Adapun pendidikan dan pelatihan yang dilakukan oleh Komerce yang pertama <i>Input</i> (masukan) Awalnya masyarakat desa, khususnya masyarakat di Kecamatan Karangmoncol mendaftar ke Komerce kemudian mengikuti serangkaian kegiatan pemberdayaan, di mana masyarakat tersebut sebagai <i>input</i> yang nantinya akan diubah menjadi

 The logo of Prof. KH. Saifuddin Zuhri is a circular emblem. It features a stylized white bird with its wings spread, perched on a white open book. The background of the emblem is green with a yellow border. The text 'PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI' is written in white capital letters along the bottom edge of the circle.	<p><i>output</i>, yaitu SDM yang terampil di bidang <i>marketing online</i>. Warga desa yang sudah memiliki KTP (Kartu Tanda Penduduk) mendaftar ke Komerce dengan membawa surat lamaran kerja beserta data diri lainnya, kemudian didata untuk proses selanjutnya. Pada tahap ini Komerce membuka sebanyakbanyaknya kesempatan bagi warga desa khususnya pemuda/pemudi yang membutuhkan pekerjaan. Yang kedua <i>Learning Process</i> (Proses Pembelajaran) Proses pembelajaran di Komerce dilaksanakan melalui Pendidikan dan pelatihan SDM dengan dilengkapi kurikulum berbasis <i>marketing online</i>, modul, serta pengajar yang berpengalaman. Masyarakat desa yang mendaftar dididik dan dilatih terlebih dahulu agar menjadi SDM yang terampil di bidang <i>marketing online</i>. Proses pembelajaran ini ditujukan untuk: Penerima manfaat (warga atau pemuda desa yang membutuhkan lapangan pekerjaan). Masyarakat dari luar Komerce yang ingin belajar seputar <i>digital marketing</i>. Yang ketiga <i>Output</i> (Keluaran) SDM yang telah dididik dan dilatih diharapkan memiliki <i>skill</i> di bidang pendidikan IT sehingga <i>output</i>-nya mereka memiliki <i>skill</i> untuk <i>survive</i> di kemudian hari memecahkan masalah-masalah seperti mengurangi pengangguran, mengurangi tingkat urbanisasi dan meningkatkan pendapatan. Yang ke empat <i>Outcome</i> (Hasil) SDM yang sudah terampil masuk program pemberdayaan dengan mulai berkolaborasi dengan pebisnis (partner) untuk membantu mereka memasarkan produknya secara <i>online</i>. Partner yang bekerjasama sudah membuat kesepakatan terlebih dahulu dengan Komerce.</p>
---	---

Nama : Riani Jabatan : <i>Customer Service</i>	
Keterangan P : Pertanyaan J : Jawaban	
P	Apa tujuan dari Komerce dalam pemberdayaan masyarakat?
J	Tujuan Komerce berfokus dalam menggerakkan dan memberdayakan warga desa untuk memecahkan berbagai problem, diantaranya : Kurangnya skill (kompetensi) warga desa terlebih skill di bidang IT yang merupakan kebutuhan sangat penting di zaman sekarang untuk menunjang karier. Tingkat urbanisasi yang tinggi banyak pemuda desa yang setelah lulus SMA (Sekolah Menengah Atas) mencari kerja ke kota karena lapangan kerja di desa sangat terbatas serta bagi yang ingin melanjutkan kuliah ke perguruan tinggi terkendala ketidakmampuan orang tua dalam membiayainya. Harapan akan perputaran uang dari kota ke desa sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat desa serta menyerap banyak pengangguran jika dapat membuka peluang lapangan kerja/potensi bisnis yang dikerjakan di desa. Dengan adanya tujuan tersebut, diharapkan masalah-masalah tersebut dapat terpecahkan sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Nama : Sinta	
Jabatan : <i>Customer Service</i>	
Keterangan	
P : Pertanyaan	
J : Jawaban	
P	Bagaimana analisis manajemen syariah terhadap pemberdayaan masyarakat pedesaan?
J	Dalam analisis manajemen syariah salah satu yang bisa dilihat adalah diterapkannya dasar-dasar manajemen syariah yaitu keadilan, amanah, dan pertanggung jawaban. Setiap talent yang ada pada komerce mereka dididik dan dikembangkan untuk selalu memiliki sifat yang adil, amanah dan bertanggung jawab bagi pekerjaannya. Karena dengan mereka bertanggung jawab dengan pekerjaannya maka pihak manajemen perusahaan akan semakin percaya kepada talent tersebut.



lampiran 2

FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN

Wawancara dengan Nurul Rokhim (SDM Komerce)



Wawancara dengan Hendrik Kurniawan (Kabid. Pemberdayaan)



Wawancara dengan Sinta (*Customer Service*)



Wawancara dengan Riani (*Customer Service*)



Kegiatan



Pemberdayaan masyarakat melalui Komerce dalam *learning process*/proses pembelajaran




Lampiran 3

SERTIFIKAT APLIKOM

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iaipurwokerto.ac.id Purwokerto 53126

No. IN.17/UPT-TIPD/7600/III/2021

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

MATERI PENILAIAN


MATERI	NILAI
Microsoft Word	96 / A
Microsoft Excel	90 / A
Microsoft Power Point	96 / A


Diberikan Kepada:

MISBAHUS SUDUR
NIM: 1817201152


Tempat / Tgl. Lahir: Purbalingga, 01 Januari 1999

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program *Microsoft Office*® yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.





Purwokerto, 17 Maret 2021
Kepala UPT TIPD



Dr. H. Fajjar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003



Lampiran 4

SERTIFIKAT BTA PPI



IAIN PURWOKERTO

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

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635824, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/13005/05/2019

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

NAMA : MISBAHUS SUDUR
NIM : 1817201152

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

# Tes Tulis	:	74
# Tartil	:	70
# Imla'	:	70
# Praktek	:	70
# Nilai Tahfidz	:	70



Purwokerto, 05 Jul 2019



ValidationCode

Lampiran 5

SERTIFIKAT PENGEMBANGAN BAHASA ARAB

IAIN PURWOKERTO
وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة
عنوان: شارع حنظل، احمد بنى رقم: 11 بوروكرتو 50133 هاتف: 0271 - 464763 www.iainpurwokerto.ac.id

التميز
الرقم: ان.17 / UPT.Bhs / PP.09 / 1927 / 2018

	منحت الى	
: مصباح الصلور	الاسم	
: 1 يناير 1999	المولود	
الذي حصل على		
: 51		فهم المسموع
: 48		فهم العبارات والتراكيب
: 53		فهم المقروء
: 503	النتيجة	

في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ 11
ديسمبر 2018

بوروكرتو، 12 ديسمبر 2018
رئيس الوحدة لتنمية اللغة.

الدكتور صبور الماجستير
رقم التوظيف: 1005 199303 19670307


 ValidationCode

SIUB v 1.0 UPT BAHASA IAIN PURWOKERTO - page1/1

Lampiran 6

SERTIFIKAT PENGEMBANGAN BAHASA INGGRIS

EPTIP CERTIFICATE
(English Proficiency Test of IAIN Purwokerto)
 Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/10937/2019

This is to certify that

Name : MISBAHUS SUDUR
Date of Birth : PURBALINGGA, January 1st, 1999

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on April 22nd, 2019, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 50
2. Structure and Written Expression	: 42
3. Reading Comprehension	: 46

Obtained Score : 461



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, April 29th, 2019
 Head of Language Development Unit,

H. A. Sangid, B.Ed., M.A.
 NIP: 19700617 200112 1 001

SIUB v.1.0 UPT BAHASA IAIN PURWOKERTO - page1/1

Lampiran 7

SERTIFIKAT KKN



Sertifikat

Nomor : 180/K.LPPM/KKN.49/05/2022

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

Nama : MISBAHUS SUDUR
NIM : 1817201152
Fakultas/Prodi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / ESY

Telah Mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-49 Tahun
2022 dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **90 (A)**



Purwokerto, 30 Mei 2022

Ketua,

Dr. H. Ansori, M.Ag.

NIP. 19650407 199203 1 004

Lampiran 8

SERTIFIKAT PPL

	<p>KEMENTERIAN AGAMA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO <small>Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.lainpurwokerto.ac.id</small></p>
<h2 style="color: #c00000; font-family: cursive;">Sertifikat</h2>	
<p>Nomor : 1160/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021</p>	
<p>Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :</p>	
<p>Nama : Misbahus Sudur NIM : 1817201152</p>	
<p>Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021 di :</p>	
<p>Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Purbalingga Periode Juli 2021 sampai dengan Agustus 2021 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai A. Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqosyah/Skripsi.</p>	
<p>Mengetahui, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam</p>	<p>Purwokerto, 15 Oktober 2021 Kepala Laboratorium FEBI</p>
 <p>Dr. H. Jamsal Abdul Aziz, M.Ag NIP. 19730921 200212 1 004</p>	 <p>H. Sochimim, Lc., M.Si. NIP. 19691009 200312 1 001</p>



Lampiran 9

BIODATA MAHASISWA

Nama	:	MISBAHUS SUDUR
NIM	:	1817201152
Jurusan	:	Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Tempat/ Tanggal Lahir	:	Purbalingga/01 Januari 1999
Alamat Asal	:	Jalan : Jl.kaliputih
	:	RT/RW : 03/08
	:	Desa/ Kelurahan : Karang Sari
	:	Kecamatan : Karangmoncol
	:	Kabupaten/ Kode Pos : Purbalingga/53355
	:	Propinsi : Jawa Tengah
Alamat Sekarang/ Domisili	:	Jalan : Jl.gunung slamet
	:	RT/RW : 02/08
	:	Desa/ Kelurahan : Bobosan
	:	Kecamatan : Purwokerto Utara
	:	Kabupaten/ Kode Pos : Banyumas/53121-53127
	:	Propinsi : Jawa Tengah
Nomor HP/WA Aktif	:	085959069159
Email	:	misbahussudur001@gmail.com
Nama Orang Tua/Wali	:	Ayah : Akhmad Sayidin
	:	Ibu : Salmah
Pekerjaan Orang Tua/Wali	:	Ayah : Petani
	:	Ibu : Ibu Rumah Tangga
Asal Sekolah	:	MAN PURBALINGGA
Nomor Ijazah	:	MA.145/11.03/PP.01.01/5/2017
Judul Skripsi	:	PEMBERDAYAAN BISNIS ONLINE PADA MASYARAKAT PEDESAAN (STUDI PADA KOMERCE TAMANSARI, KARANGMONCOL, PURBALINGGA)
Tanggal Lulus Munaqasyah	:	
(diisi oleh petugas)	:	
Indeks Prestasi Kumulatif	:	
(diisi oleh petugas)	:	

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk menjadikan periksa dan digunakan seperlunya.



Saya tersebut di atas

MISBAHUS SUDUR
NIM.1817201152