

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Percepatan implementasi Industri 4.0 di Indonesia ditandai dengan peluncuran *Making Indonesia 4.0* atau yang dikenal dengan peta jalan (*road map*) dan strategi dalam memasuki era digital dunia (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2018). Prasertiantono dalam (Abdullah, 2019, hlm. 48) menyebutkan bahwa kehadiran Revolusi Industri 4.0 berupa percepatan perkembangan teknologi yang sangat canggih, antara lain kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), ekonomi berbagi (*sharing economy*), data raksasa (*giant data*), perdagangan digital (*e-commerce*), teknologi finansial (*financial technology*), dan penggunaan robot, telah berdampak dampak yang signifikan bagi kehidupan manusia. Dengan adanya dunia virtual ini, masyarakat dituntut agar dapat beradaptasi dengan kecanggihan internet dan dapat memanfaatkan internet dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil Survei Susenas 2021 oleh BPS menyatakan 62,10% populasi masyarakat Indonesia telah mengakses internet di tahun 2021 (Direktorat Statistik Keuangan, 2022, hlm. 3). Dengan adanya penggunaan akses internet di Indonesia tersebut, maka pemanfaatan *platform* digital membuka peluang besar bagi para pelaku usaha dalam hal ini UMKM. Terlebih lagi jika melihat kepada kecenderungan belanja secara daring masyarakat Indonesia. Hasil survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) kepada 10.000 responden di 34 provinsi Indonesia, 37,9% diantara responden beberapa bulan sekali melakukan belanja secara daring, 27% responden belanja daring sebulan sekali, 14% responden dua hingga tiga kali belanja daring dalam sebulan, 8% responden belanja daring seminggu sekali dan 2% responden mengaku belanja daring setiap hari (databoks.katadata.co.id).

Dilihat dari peningkatannya, Badan Pusat Statistik (2021, hlm. 135) mengungkapkan bahwa tren penggunaan akses internet masyarakat Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020-2021. Peningkatan sebesar 8,37%, dengan

penggunaan internet pada daerah perkotaan sebesar 71,81% dan penggunaan internet di daerah pedesaan sebesar 49,30%.

Data Badan Pusat Statistik tersebut menunjukkan bahwa daerah perkotaan dan daerah pedesaan sama-sama mengalami peningkatan penggunaan internet, namun dengan perbedaan persentase yang cukup besar yakni 22,51%. Perbedaan ini menandakan bahwa adanya ketidakmerataan pada peningkatan penggunaan akses internet. Menurut Anggraini & Supriyanto (2019, hlm. 2) hal tersebut menunjukkan bahwa adanya ketidakmerataan distribusi akses teknologi informasi dari aspek geografis maupun strata sosial. Diikuti dengan kurangnya menguasai ilmu pengetahuan, bahasa asing dan TIK, yang kemudian meningkatkan kesenjangan digital (*digital divide*) menjadi beberapa masalah sumber daya manusia (SDM) yang dihadapi bangsa Indonesia untuk bersaing dalam era industri 4.0 (Dhahir, 2019, hlm. 74).

Kesenjangan yang saat ini terjadi merupakan kesenjangan dalam bentuk baru, dimana kesenjangan tidak lagi hanya dalam hal mengakses internet melainkan kesenjangan dalam menerapkan praktik bisnis digital (Richmond dkk., 2017, hlm. 102). Jarak yang jauh dari perkotaan sebagai pusat teknologi, informasi dan komunikasi, pembangunan infrastruktur yang belum merata, tingkat pendidikan penduduk, serta rendahnya literasi teknologi menjadi contoh penyebab kesenjangan di daerah pedesaan (Tri Kurniawatik, 2021, hlm. 5).

Salah satu daerah yang mengalami kesenjangan digital (*digital divide*) dalam bentuk praktik bisnis digital adalah pada wilayah Kecamatan Ibum di Desa Sudi dan Desa Lampegan, tepatnya pada masyarakat/anggota yang tergabung ke dalam komunitas UMKM, Komunitas Local Hero Ibum Majalaya. Studi pendahuluan yang peneliti lakukan mengidentifikasi di Desa Sudi dan di Desa Lampegan memiliki potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang telah menghasilkan produk olahan makanan, kerajinan, dan produk lainnya. Anggota Komunitas Local Hero yang beranggotakan 34 orang, 16 orang diantaranya sudah memiliki produk tetap untuk dipasarkan. Namun, masih ditemukan kesenjangan dalam melakukan praktik bisnis digital. Dimana penjualan yang dilakukan Anggota Komunitas Local Hero masih melalui metode konvensional atau dari mulut ke mulut serta melalui

pesan digital (*WhatsApp*) pribadi. Sehingga penjualan hanya terbatas di wilayah Ibum dan belum tersebar ke wilayah lainnya. Selain itu, anggota Komunitas Local Hero belum memiliki kemampuan serta kepercayaan diri untuk beralih ke penjualan *online* dikarenakan belum memiliki gambaran terkait konsumen, dinamika pasar *online*, strategi penjualan *online*, serta pengemasan yang layak untuk dijual secara *online*.

Sebagai upaya dalam mengatasi kesenjangan dalam praktik bisnis digital tersebut, saat ini sedang dilakukan pemberdayaan melalui intervensi komunitas oleh Tim Riset Desa Pendidikan Masyarakat Universitas Pendidikan Indonesia yang bekerjasama dengan PKBM An-Nur Ibum Majalaya. Undang-Undang No.6 Tahun 2014 Tentang Desa, Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 12 menyebutkan bahwa Pemberdayaan masyarakat desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat Desa (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014, 2014, hlm. 4). Adapun intervensi komunitas menurut Adi (2008) merupakan suatu upaya pemberdayaan terhadap suatu kelompok masyarakat atau komunitas tertentu.

Tujuan intervensi komunitas oleh Tim Riset Desa yaitu untuk meningkatkan kemampuan literasi bisnis digital Komunitas Local Hero. Adapun pada kegiatan pemberdayaannya, memiliki tujuan untuk: 1) meningkatkan keterampilan digital *marketing* pada anggota Komunitas Local Hero serta 2) meningkatkan kesejahteraan hidup diri dan keluarga anggota Komunitas Local Hero.

Memiliki pemahaman yang luas tentang bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang dikenal dengan literasi bisnis digital (Hasan dkk., 2021, hlm. 30). Literasi bisnis digital melalui intervensi komunitas yang dilakukan oleh Tim Riset Desa adalah literasi bisnis digital pada aspek digital *marketing*. Pemasaran digital adalah praktik mempromosikan produk dan melakukan riset pasar secara daring menggunakan

media digital, seperti jejaring sosial. Pemasaran digital dapat diakses oleh semua orang tanpa memiliki batasan geografis atau waktu (Purwana dkk., 2017, hlm. 2).

Komunitas Local Hero merupakan komunitas yang anggotanya berdomisili di Desa Sudi dan Desa Lampegan Kecamatan Ibum. Komunitas Local Hero merupakan komunitas yang bergerak dalam pemberdayaan perempuan untuk meningkatkan kualitas hidup melalui pengembangan UMKM dengan minimal setiap anggota memiliki satu produk yang dapat bernilai jual.

Pemberdayaan masyarakat dengan digital *marketing* sebagai upaya penuntasan kesenjangan digital (*digital divide*) terbukti dapat meningkatkan penjualan dan perolehan omzet sebagaimana penelitian oleh Wastutiningsih dkk (2019, hlm. 95) yang menunjukkan bahwa adanya dampak berupa peningkatan penjualan dan omzet yang diperoleh melalui pemberdayaan masyarakat di bidang digital *marketing*. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian Krisnawati dkk (2019, hlm. 74) yang menunjukkan bahwa dampak digital *marketing* berpengaruh positif terhadap pendapatan tani di Kabupaten Karawang sebesar 42,8%. Serupa dengan hal tersebut, Febriyanto & Arisandi (2018, hlm. 74) melalui penelitiannya menyatakan bahwa pelaku UMKM merasa dengan menggunakan pemasaran digital dapat meningkatkan pangsa pasar, kesadaran konsumen, dan penjualan.

Pemberdayaan berbasis digital *marketing* dalam meningkatkan kemampuan literasi bisnis digital terbukti dapat meningkatkan penjualan dan perolehan omzet. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana pengimplementasian hal yang serupa di lokasi dan kondisi yang berbeda dapat menunjukkan hasil positif seperti pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui bagaimana hasil dari Pemberdayaan Anggota Komunitas Local Hero dalam Literasi Bisnis Digital Marketing melalui intervensi komunitas pada Komunitas Local Hero.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemberdayaan Anggota Komunitas Local Hero Ibum Majalaya Dalam Literasi Bisnis Digital Marketing Melalui Intervensi Komunitas”.

Penelitian ini dipayungi oleh penelitian dari program Riset Desa yang diadakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud). Program Riset Desa dilaksanakan oleh tim dari Pendidikan Masyarakat angkatan tahun 2019 yang beranggotakan 10 orang mahasiswa serta 3 orang dosen. Program Riset Desa dilaksanakan di Desa Lampegan dan Desa Sudi Kecamatan Ibum Majalaya Kabupaten Bandung dengan judul program “Model Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Literasi Bisnis Digital *Marketing* untuk Membangun Ketahanan Keluarga”.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Identifikasi masalah dilakukan sebelum peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti. Identifikasi masalah diurai sebagai berikut:

1. Desa Sudi dan Desa Lampegan Kecamatan Ibum memiliki sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mampu menghasilkan produk makanan olahan, kerajinan, dan lainnya.
2. Komunitas Local Hero Ibum dibina dan didampingi oleh Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) An-Nur Ibum sekaligus dikelola oleh pemilik PKBM An-Nur Ibum.
3. Anggota Komunitas Local Hero Ibum memiliki keinginan untuk berwirausaha, memiliki keterampilan serta meningkatkan kesejahteraan hidup melalui binaan dan dampingan PKBM An-Nur Ibum.
4. Tren pemasaran konvensional (*offline*) kepada pemasaran digital (*online*) belum dioptimalkan oleh pelaku usaha di Komunitas Local Hero.

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Bagaimana proses persiapan program Pemberdayaan Anggota Komunitas Local Hero dalam Literasi Bisnis Digital Marketing melalui intervensi komunitas?
2. Bagaimana proses pelaksanaan program Pemberdayaan Anggota Komunitas Local Hero dalam Literasi Bisnis Digital Marketing melalui intervensi komunitas?

3. Bagaimana hasil program Pemberdayaan Anggota Komunitas Local Hero dalam Literasi Bisnis Digital Marketing melalui intervensi komunitas?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian secara umum yaitu untuk mendeskripsikan implementasi intervensi komunitas pada Pemberdayaan Anggota Komunitas Local Hero dalam Literasi Bisnis Digital Marketing.

1. Mendeskripsikan proses persiapan program Pemberdayaan Anggota Komunitas Local Hero dalam Literasi Bisnis Digital Marketing melalui intervensi komunitas.
2. Mendeskripsikan proses pelaksanaan program Pemberdayaan Anggota Komunitas Local Hero dalam Literasi Bisnis Digital Marketing melalui intervensi komunitas.
3. Mendeskripsikan hasil program Pemberdayaan Anggota Komunitas Local Hero dalam Literasi Bisnis Digital Marketing melalui intervensi komunitas.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Diharapkan penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan wawasan, ilmu pengetahuan, dan informasi yang berguna di dalam melakukan pemberdayaan masyarakat.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat melalui *digital marketing*.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi anggota Local Hero, diharapkan penelitian ini mampu menjadi acuan untuk terus mengembangkan dan merangkul masyarakat yang lebih luas sebagai upaya pemberdayaan masyarakat di Kecamatan Ibum Majalaya.

2. Bagi peneliti, diharapkan penelitian yang telah dilakukan dapat menjadi sarana belajar untuk mengembangkan ilmu, wawasan, dan pengetahuan peneliti terutama di dalam bidang pembedayaan masyarakat.

1.5. Struktur Organisasi Skripsi

Struktur penulisan skripsi mengacu kepada pedoman penulisan Karya Tulis Ilmiah UPI dengan susunan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta struktur organisasi skripsi.

BAB II: Kajian Pustaka

Bab ini menguraikan teori serta konsep yang dijadikan sebagai landasan serta memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini menguraikan metode yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian, meliputi desain penelitian, informan dan tempat penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV: Temuan dan Pembahasan

Bab ini mendeskripsikan temuan dan pembahasan hasil penelitian yang didasarkan kepada hasil pengolahan data. Temuan dan pembahasan dideskripsikan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB V: Penutup

Bab ini menguraikan simpulan, implikasi, dan rekomendasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan.