

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah sebuah negara yang dikenal sebagai negara seribu pulau, dimana terdiri dari 17.504 pulau dan memiliki 34 provinsi yang terbentang dari Sabang sampai Merauke. Indonesia memiliki potensi sumber daya manusia yang tercatat dalam sepuluh tahun terakhir bahwa tingkat perkembangan dengan keuangan yang normal dengan jumlah 5% disetiap pertahunnya (Darusman, Y & Hamdan, A 2023). Adanya informasi ini membuat Indonesia dapat mencapai kemajuannya di bidang sosial dan pengelolaan mata uang. Indonesia pada saat ini sedang melakukan pengupayaan untuk bisa menjadi negara yang dapat pembayaran menengah yang dilakukan dengan adanya UMKM untuk perekonomian Indonesia yang lebih di prioritaskan. UMKM adalah wadah untuk kepentingan perekonomian yang ada di daerah-daerah yang ada di Indonesia, karena tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tetapi juga memberikan dampak lain seperti kemampuan mempertahankan ribuan pekerja. Menurut KEMENKOPUKM, UMKM mencapai 65 juta unit khusus pada tahun 2019. Usaha kecil dan menengah di Indonesia merupakan organisasi yang mengendalikan sebagian besar pasukan khusus (Darusman, Y , Hamdan, A 2023).

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sejatinya merupakan penopang kuat pembangunan perekonomian negara Hal serupa juga dirasakan oleh negara-negara ASEAN lainnya. Begitu pula dengan negara-negara yang tergolong negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Perancis, dan Kanada telah menyadari bahwa UMKM merupakan mesin yang sangat penting bagi proses pertumbuhan ekonomi dan teknologi di negara-negara tersebut, Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti menjadi kontributor penting bagi perkembangan perekonomian dunia, khususnya Indonesia. UMKM terbukti mampu bertahan dari krisis mata uang yang melanda Indonesia pada tahun 1999 dan 2008 (Abdullah, B 2006)

Sejak awal krisis mata uang, hampir 80% perusahaan besar bangkrut, yang menyebabkan PHK massal karyawannya. Alasan mengapa UMKM bertahan saat krisis dan jumlahnya cenderung meningkat adalah karena sebagian besar UMKM menggunakan modal sendiri dan tidak menerima modal dari bank, serta krisis ekonomi yang sedang berlangsung membuat mereka sulit bertahan di sektor publik departemen terkait sangat memperhatikan pekerjaannya. Memasuki sektor informal dengan melakukan berbagai kegiatan usaha sehingga meningkatkan jumlah UMKM. Krisis keuangan tahun 2008 memiliki kemiripan dengan krisis keuangan tahun 1999, yang sama-sama bersumber dari krisis keuangan. Namun bedanya, meskipun krisis tahun 1999 terjadi di tingkat Asia, namun Indonesia merupakan negara yang paling terkena dampaknya. Di sisi lain, tahun 2008 merupakan tahun krisis ekonomi global.

Berpacu pada Undang-undang No. 20 Tahun 2008, yang menjelaskan tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Bab 1, Pasal 1 menjelaskan bahwa Usaha Mikro adalah usaha yang produktif dengan kepemilikan secara perorangan dengan memiliki kekayaan yang bersifat bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) dengan total paling banyak Rp. 50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah). Menurut data Badan Pusat Statistik 2022, Kota Tasikmalaya memiliki beberapa unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah, berikut adalah data yang diperoleh dari riset :

Tabel 1.1 Data Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM)

Kabupaten/Kota	Banyaknya “Usaha Mikro dan Kecil Menengah (unit)”		
	2020	2021	2022
Tasikmalaya	53 601	46 132	77 632
Kota Tasikmalaya	33 089	30 306	26 706
Sumber : BPS Provinsi Jawa Barat			

Di Indonesia, mata pencaharian bergantung pada sektor UMKM yang fokus pada perdagangan, pengolahan makanan, tekstil dan pakaian jadi, kayu dan

produk kayu, serta produksi mineral non-logam UMKM juga berperan dalam mendorong pemanfaatan sumber daya lokal, pemerataan distribusi, pengentasan kemiskinan, dan perekonomian lokal sebagai sumber bahan baku yang dibutuhkan perusahaan besar. Pengembangan UMKM mempunyai kepentingan strategis yang besar dalam menggerakkan perekonomian nasional. Salah satu peran penting UMKM dalam pertumbuhan ekonomi adalah merangsang dinamisme perekonomian. Karena sifatnya yang fleksibel dan kuat, UMKM mampu mengubah lingkungan bisnis lebih baik dibandingkan korporasi besar.

Pemerintah daerah harus mampu mencerminkan potensi usaha di daerahnya. Pemetaan masalah didasarkan pada sumber daya alam lokal, sumber daya manusia, kelembagaan, karakteristik wilayah, dan lain-lain. Tentu saja, hal ini dapat mempengaruhi kebijakan yang dipilih dan dilaksanakan oleh pemerintah daerah dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Peran pemerintah memang sangat penting dalam merumuskan strategi dan kebijakan untuk menertibkan UMKM serta dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pemerintah daerah harus memiliki kemampuan untuk memetakan potensi usaha yang ada di wilayahnya. Pemetaan yang dilakukan adalah dengan adanya suatu dasar dan peka terhadap sumber daya alam, sumber daya manusia, lembaga-lembaga yang ada di dalam daerah tersebut dengan memiliki karakteristik wilayah yang strategis ataupun yang lainnya. Hal tersebut yang telah disebutkan dapat berpengaruh terhadap kebijakan yang ada dan dapat di implementasikan oleh pemerintah yang ada di daerah tersebut. Hal ini bertujuan untuk dapat memberikan kesejahteraan kepada masyarakat, sehingga masyarakat merasa bahwa adanya pemetaan ini menjadi paling signifikan untuk usaha. Peran pemerintah sangat krusial dalam merumuskan strategi sebagai usaha yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Darusman, Y & Hamdan, A 2023).

Pemberdayaan masyarakat adalah program pendidikan informal yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengembangan masyarakat melalui

peningkatan keterampilan. Tujuan pemberdayaan ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan umum, termasuk kesejahteraan keluarga, membantu masyarakat miskin menjadi mandiri, meningkatkan martabat masyarakat dari lapisan bawah, serta menjadikan masyarakat sebagai pelaku utama dalam proses pembangunan. Pemberdayaan bisa dilakukan baik oleh masyarakat sendiri maupun oleh pemerintah daerah (Zuliyah, hal 2010).

Dalam arti luas, pemberdayaan masyarakat adalah proses yang mendorong dan memungkinkan perkembangan komunitas secara seimbang. Para pemangku kepentingan utama menggunakan lingkungan strategis untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang. Konsep ini melibatkan nilai-nilai sosial dalam pembangunan ekonomi, mencerminkan paradigma baru yang berpusat pada manusia, partisipatif, pemberdayaan, dan keberlanjutan (Habib, M. A. F. 2021)

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sudah menjadi hal yang lumrah di segala bidang kehidupan. Selama dua dekade terakhir, penggunaan TIK telah mengubah praktik dan prosedur secara mendasar di hampir setiap bidang pendidikan, bisnis, dan pemerintahan. Kita semua tahu bahwa TIK mendukung perubahan seperti: Perubahan kondisi kerja, pemecahan masalah dan berbagi informasi, metode pengajaran, pendekatan pembelajaran, dan penelitian ilmiah. Semua ini menggunakan TIK untuk mengakses informasi Pendidikan merupakan suatu kegiatan yang berorientasi sosial. Pola pengajaran tradisional yang berkualitas tinggi seringkali dikaitkan dengan peran guru yang sangat kuat, yang memiliki tingkat kontak pribadi yang tinggi dengan siswa

Adanya pertemuan dari berbagai sosial-kemasyarakatan, yang berupa warisan keluarga maupun warisan yang ada dilingkungan kompleks perumahan, sebagai salah satu topik yang sudah mulai cenderung tidak ketinggalan untuk dibicarakan oleh para ibu-ibu rumah tangga sekitar. Biasanya ibu rumah tangga akan selalu membahas tentang canggihnya teknologi seperti “Facebook”, yang dengan artian mereka akan membicarakan suatu hal dengan menggosip ataupun merumpi sebagai perbincangan yang dilakukan tidak hanya secara langsung namun bisa

juga di dunia maya. Biasanya mereka akan selalu memiliki pikiran untuk memiliki usaha yang dilakukan penjualannya secara online.

Dalam berbagai pertemuan sosial dan kegiatan komunal, termasuk arisan keluarga atau arisan di lingkungan perumahan, salah satu topik yang semakin sering dibicarakan oleh ibu rumah tangga adalah pengalaman mereka dalam menggunakan media sosial seperti "feisbuk" (Facebook). Dengan kemajuan teknologi komputer dan internet yang pesat, terdapat tren baru di kalangan sebagian ibu rumah tangga yaitu meningkatnya aktivitas "ngegosip" atau "ngobrol santai" yang sebelumnya dilakukan secara langsung tatap muka, kini beralih ke platform seperti Facebook (FB), Twitter, atau WhatsApp (WA).

Awal mula Usaha Mikro Kecil Menengah di Dinas Sosial Kota Tasikmalaya mengikuti pelatihan dari PKH (Program Keluarga Harapan) selama kurang lebih selama satu tahun, Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah akan diberikan pembelajaran tentang cara berjualan dan mengetahui mendalam tentang apa itu Usaha Kecil atau Usaha Mikro dan yang lainnya. Pelaku UMKM juga akan mendapatkan bantuan yang dinamakan BPNT (Bantuan Pangan Non-Tunai) dari Dinas Sosial selama mengikuti pelatihan yang PKH adakan. Pada saat Pelaku UMKM sudah terbilang bisa di *graduasi* (usaha mandiri) maka dari pihak PKH akan *graduasi* Pelaku UMKM tersebut, dan tidak lagi mendapatkan bantuan yang berarti disini mereka sudah terbilang Pelaku Usaha yang mandiri (KPM).

Akan tetapi permasalahan yang di alami pada UMKM di Desa Mугarsari Kecamatan Tamansari yaitu Pelaku UMKM masih terhitung dengan jumlahnya sedikit yang ada kesadaran dari dirinya sendiri untuk di *graduasi* (masih ingin menerima bantuan). Oleh karena itu pelaku UMKM pada Dinas Sosial masih terbilang sedikit yang sudah berdiri pada kaki sendiri (BERDIKARI), serta pelaku UMKM yang sudah di *graduasi* mereka terbilang kurang paham akan pemanfaatan Teknologi Komunikasi dan Informasi (TIK) untuk berjualan secara daring.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik dalam melakukan penelitian di Dinas Sosial Kota Tasikmalaya dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM (Studi pada KPM di Kelurahan Mugarsari, Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat ditentukan permasalahan sebagai berikut :

- 1.2.1 Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kelurahan Mugarsari, Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya. Masih kurang Menerapkan aplikasi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)
- 1.2.2 Kurangnya Pemanfaatan Digital Marketing di Kelurahan Mugarsari, Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya.
- 1.2.3 Kurangnya Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Kelurahan Mugarsari, Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut penelitian ini dirumuskan menjadi “Bagaimana Proses Pemberdayaan Masyarakat Melalui pelaku usaha kecil dalam Pemanfaatan *Digital Marketing*?”

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa hal yang telah dijelaskan dalam rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Proses Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Pemanfaatan *Digital Marketing*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Peneliti sangat berharap agar penelitian ini memiliki nilai kegunaan yang signifikan. Manfaat dari penelitian ini antara lain :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Untuk menambah wawasan tentang Perkembangan dan Pemberdayaan usaha kecil di Kelurahan Mugarsari, Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya

1.5.2 Kegunaan Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat secara praktis atau lebih cepat sehingga mahasiswa dapat mendapatkan penelitian ini menjadi sumber rujukan untuk penelitian selanjutnya. Serta sebagai masukan bagi pihak akademik, dengan menjadi bahan informasi dan referensi tambahan untuk bacaan karya tulis ilmiah.

1.6 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penafsiran atau pemaknaan suatu istilah sedemikian rupa sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dalam pembahasan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menetapkan batasan waktu sebagai berikut :

1.6.1 Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu cara untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki masyarakat tertentu. Pemberdayaan masyarakat biasanya dilakukan oleh pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, dan menyoar masyarakat yang belum memanfaatkan potensinya secara maksimal. Pemberdayaan Masyarakat adalah program yang direncanakan dengan cermat yang dirancang untuk memberikan dorongan, motivasi, pendidikan, peningkatan dan pengembangan untuk membantu Anda mencapai potensi penuh dan meningkatkan kemandirian dan keterampilan Anda. Pemberdayaan ini dapat dipahami sebagai usaha untuk meningkatkan potensi individu atau kelompok dengan cara memberikan dorongan, motivasi, dan pengakuan terhadap potensi yang mereka miliki, sehingga mereka memiliki semangat untuk mengembangkannya.

1.6.2 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha mikro adalah jenis usaha produktif yang dimiliki oleh suatu individu atau badan usaha tunggal dan memenuhi kriteria usaha mikro. Sementara itu, usaha kecil merupakan usaha mandiri yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang tidak tergolong sebagai anak perusahaan dari perusahaan menengah atau besar, dan memenuhi kriteria usaha kecil, atau memiliki keterkaitan langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan produktif. Usaha menengah adalah jenis usaha ekonomi yang produktif dan mandiri yang dijalankan oleh individu atau badan usaha, dan tidak termasuk sebagai anak perusahaan atau cabang dari suatu usaha yang dikontrol langsung maupun tidak langsung oleh usaha kecil atau besar. Beberapa jenis usaha Mikro Kecil Menengah yang berada di Kelurahan Mugarsari, Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya adalah sebagai berikut :

- a) UMKM Konveksi
- b) UMKM Donat
- c) UMKM Ayam (*Frozen Food*)

1.6.3 Digital Marketing

Banyaknya pelaku bisnis yang sudah memanfaatkan dunia digital marketing yang saat ini sudah berkembang pesat untuk memasarkan produknya. Salah satu bentuk digital marketing dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (*e-marketing*). Internet sebagai media proses pemasaran dari marketing menggunakan teknologi komunikasi elektronik. Peran strategi pemasaran digital dapat menjadi hal yang krusial dalam mengikuti perkembangan teknologi digital dan membuat perencanaan untuk menarik konsumen serta mengarahkannya di perpaduan antara komunikasi elektornik serta komunikasi tradisional (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Digital marketing ada 2 (dua) jenis yakni *Push Digital Marketing* dan *Pull Digital Marketing*.