

Peran Unit Usaha Kampung Marketer dalam Mengatasi Pengangguran dan Urbanisasi untuk membentuk Ketahanan Pribadi Pemuda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah

Placenta Abshar Wijaya *¹, John Suprihanto², Bagus Riyono³

¹Dinas Pendidikan Jawa Timur
Surabaya, Indonesia

^{2,3} Universitas Gadjah Mada
Yogyakarta, Indonesia

e-mail: placenta.abshar.w@mail.ugm.ac.id¹, johnsuprihanto@ugm.ac.id²,
bagus@ugm.ac.id³

Abstrak

Riwayat Artikel
Tanggal diajukan:
18 April 2022

Tanggal diterima :
10 Mei 2022

Tanggal
dipublikasikan:
28 Juni 2022

Pengutipan:
Wijaya, P.A.,
Suprihanto, J., &
Riyono, B. (2022)
Peran Unit Usaha
Kampung
Marketer dalam
Mengatasi
Pengangguran
dan Urbanisasi
untuk membentuk
Ketahanan Pribadi
Pemuda Desa
Tamansari,
Kecamatan
Karangmoncol,
Kabupaten
Purbalingga,
Provinsi Jawa
Tengah. *Jurnal
Pendidikan
Ekonomi
Undiksha*, 14(1),
160-174
<https://doi.org/10.23887/jipe.v14i1.46463>

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis peran unit usaha Kampung Marketer dalam mengatasi pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah (2) Mengevaluasi pengaruh peran unit usaha Kampung Marketer dalam membentuk ketahanan pribadi pemuda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dokumentasi, dan penelusuran data online. Alat analisis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis komparatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Terdapat beberapa peran dari unit usaha Kampung Marketer dalam mengatasi pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah yakni menciptakan sebuah lapangan pekerjaan bagi para pemuda di desa secara masif dan tentunya memberikan bekal kemampuan kepada para pemuda untuk berwirausaha sendiri, (2) Terdapat pengaruh dari peran unit usaha Kampung Marketer dalam membentuk ketahanan pribadi pemuda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah yakni dalam aspek rasa percaya diri, bertanggung jawab, rasa kebersamaan, mandiri, berpegang pada prinsip, dan pantang menyerah.

Kata kunci: Peran; Pengangguran dan Urbanisasi; Ketahanan Pribadi

Abstract

The aims of this research include: (1) To analyze the role of the business unit of the Kampung Marketer (Marketer Village) in managing the unemployment and urbanization among the youths in Tamansari Village, Karangmoncol District, Purbalingga Regency, Central Java Province; (2) To evaluate the impacts of the business unit of a Kampung Marketer in building the personal resilience among the youths in Tamansari Village, Karangmoncol District, Purbalingga Regency, Central Java Province. This is a descriptive-qualitative research. The technique in collecting data in this research was conducted through

interview, observation, documentation and searching online data. The analysis tool in this research used the descriptive-qualitative analysis and comparative analysis. The results of this research showed that: (1) there were a number of roles of the Business Unit of Kampung Marketer in managing the unemployment and urbanization among the youths in Tamansari Village, Karangmoncol District, Purbalingga Regency, Central Java Province, namely creating massive employment opportunities for youth in the village and of course providing the ability for young people to be self-employed; (2) There was an impact on the role of Business Unit of Kampung Marketer on the personal resilience building among the youths of Tamansari Village, Karangmoncol District, Purbalingga Regency, Central Java Province, i.e. in the aspects of self-confidence, responsibility, togetherness, independence, adhering to principles, and perseverance.

Keywords : Role; Unemployment and Urbanization; Personal Resilience

PENDAHULUAN

Pengangguran dan urbanisasi adalah permasalahan yang sering terjadi di desa, sehingga dibutuhkan peran berbagai kalangan untuk mengatasi masalah tersebut. Peran pemerintah sangat dibutuhkan guna mengatasi masalah pengangguran dan urbanisasi (Ramdani, 2014:111). Peran pemerintah atau Negara dalam menyelesaikan masalah tersebut harus sesuai dengan misi NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia) yang dimuat dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 mengenai empat misi utama Negara Republik Indonesia yakni melindungi segenap bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, serta ikut menjaga perdamaian dan ketertiban dunia, oleh karena itu khusus yang terkait dengan pemecahan masalah terbatasnya lapangan pekerjaan merupakan misi pemerintah dalam hal memajukan kesejahteraan umum atau meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia.

Pemerintah Indonesia melalui Deputi SDM (Sumber Daya Manusia) Kementerian Koperasi dan UKM (Usaha Kecil Menengah), menyatakan bahwa pemuda lulusan sekolah atau perguruan tinggi harus merubah pola pikir dari mencari lapangan kerja menjadi menciptakan lapangan kerja, oleh karena itu bentuk dukungan pemerintah kepada para pemuda untuk berwirausaha yakni dengan cara program dana bergulir

dan Kredit Usaha Rakyat bagi wirausaha pemula. Jika melihat data, persentase wirausahawan muda Indonesia hanya 0.18 persen dari total penduduk Indonesia, sedangkan untuk menjadi sebuah Negara maju harus memiliki jumlah wirausahawan banyak, minimal 2 persen dari total penduduk. Sangat tertinggal jauh dari Amerika Serikat yang persentase wirausahawan muda mencapai angka 11,5 persen dan 7.2 persen untuk Negara Singapura (Basia L et al., 2016:44). Kemudian berdasarkan Undang-Undang nomor 40 tahun 2009 Republik Indonesia tentang Kepemudaan memberikan pesan kepada generasi muda Indonesia untuk mandiri guna menjadi pelopor dalam terciptanya jiwa kewirausahaan yang kemudian mampu diimplementasikan dalam suatu wadah, yakni dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain.

Atas latar belakang tersebut, lahirlah sebuah unit usaha yang bernama Kampung Marketer di Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. Kampung Marketer merupakan unit usaha yang didirikan oleh seorang pemuda yang bernama Nofi Bayu Darmawan. Berdirinya unit usaha tersebut atas sebuah permasalahan yakni pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga. Nofi juga pernah melakukan survei terhadap 337 pemuda yang terdapat di desanya, dari 337 pemuda tersebut, 118 pemuda desa

masuk dalam kategori menganggur atau tidak bekerja, sedangkan 219 pemuda masuk kategori melakukan urbanisasi. Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan tersebut, adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis peran unit usaha Kampung Marketer dalam mengatasi pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, (2) Mengevaluasi pengaruh peran unit usaha Kampung Marketer dalam membentuk ketahanan pribadi pemuda Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah.

LANDASAN TEORI

Teori Peran

(Horton and Hunt.,1993:129) yang diharapkan di mana orang tersebut memiliki status, peran masyarakat atau organisasi kemasyarakatan yang biasa disebut dengan struktur sosial masuk dalam model ini. Suhardono (dalam Alfaqi M Z et al., 2017 : 322) juga mendefinisikan teori peran, yaitu bentuk fungsi yang dilakukan oleh suatu individu maupun dilakukan oleh kelompok yang pada saat itu menduduki suatu posisi tertentu dalam struktur sosial.

Teori Perusahaan

Perusahaan adalah suatu organisasi yang menggabungkan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang / jasa untuk dijual, perusahaan itu ada di tengah-tengah masyarakat karena kemaslahatannya dalam proses pendistribusian akan barang dan jasa yang sulit untuk dilakukan oleh individu-individu secara terpisah Setiono, (2018:155). Ada dua puluh satu konsep perusahaan yang dipakai dalam literatur bisnis dan ekonomi, namun Fritz (dalam Rosnidah, 2010:8) menyeleksi menjadi 10, yaitu (1) Dalam teori *competitive prices and allocation*, perusahaan adalah suatu reaktor imajiner terhadap perubahan lingkungan, (2) Dalam teori *innovation and growth*, perusahaan

adalah suatu reaktor atau inisiator imajiner, (3) Dalam *welfare economics*, perusahaan adalah suatu reaktor imajiner atau inisiator dengan pengetahuan akurat mengenai peluang-peluangnya, (4) Dalam teori *oligopoly and monopoly*, perusahaan adalah reaktor khas dan inisiator dalam suatu group kecil interaksi, (5) Dalam teori Organisasi atau birokrasi perusahaan adalah sistem kerjasama yang khas dengan koordinasi yang berdasarkan otorisasi, (6) Dalam *management science* perusahaan adalah suatu sistem informasi fungsional dan sistem pengambilan keputusan untuk operasi-operasi bisnis, (7) Dalam *operation research and consultation*, perusahaan adalah suatu klien aktual atau potensial untuk memperoleh kinerja optimal, (8) Dalam teori akuntansi, perusahaan adalah suatu koleksi dari harta dan kewajiban. Dalam hal ini harus jelas bagaimana berbedanya konsep ini dengan konsep-konsep yang lain, (9) Dalam teori *legal and practice* perusahaan adalah *person* dengan kekuatan hukum berikut properti, klaim, dan kewajiban-kewajiban, (10) Dalam deskripsi statistik (seperti sensus Manufaktur), perusahaan adalah suatu organisasi bisnis dibawah suatu manajemen tunggal atau orang mandiri dengan satu atau lebih pegawai atau dengan tempat bisnis yang tetap.

Dalam sebuah perusahaan, tentunya terdapat seorang pemimpin yang harus memiliki jiwa kepemimpinan, karena kepemimpinan sangat dibutuhkan seseorang dalam segala hal, terutama dalam menjalankan sebuah organisasi demi mencapai tujuan. Menurut Kadarusman (dalam Yudiatmaja,2013: 29) kepemimpinan dibagi menjadi 3 golongan yakni kepemimpinan terhadap diri sendiri, kepemimpinan terhadap tim, dan kepemimpinan terhadap organisasi. Kepemimpinan terhadap diri sendiri adalah kepemimpinan seseorang memotivasi diri sendiri supaya tidak mengalami kegagalan dalam kehidupan. Kepemimpinan terhadap tim adalah suatu kepemimpinan seorang pemimpin terhadap suatu kelompok dan memiliki tanggung jawab untuk memaksimalkan prestasi dari setiap bawahannya. Kepemimpinan organisasi

adalah suatu kepemimpinan seseorang terhadap organisasi atau usaha yang melibatkan banyak orang dengan suatu tanggung jawab, memiliki visi dan misi untuk masa depan organisasi serta menghasilkan manfaat bagi komunitas dan banyak orang. Maulidah, (2012: 87) menyatakan bahwa kepemimpinan adalah suatu cara dari seorang pemimpin dalam mencapai tujuan organisasi dengan melibatkan banyak orang dalam pelaksanaannya dan dihubungkan terhadap suatu masalah internal atau eksternal suatu organisasi. Hal tersebut serupa dengan Griffin dan Ebert (dalam Maulidah, 2012: 85) kepemimpinan adalah cara seorang pemimpin dalam memotivasi orang lain untuk bekerja guna mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Seorang pemimpin dalam menjalankan organisasi atau perusahaan perlu memiliki inisiatif. Wollfock (dalam Ratnawati, 2016:130) menyatakan bahwa inisiatif adalah kemampuan seseorang dalam menyelesaikan suatu masalah. Ditegaskan kembali oleh Suryana (dalam Ulomo, 2015: 99) menyatakan bahwa inisiatif adalah kemampuan seseorang dalam menemukan ide dan cara-cara baru dalam mengatasi masalah dan menemukan peluang.

Teori Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu proses memulai bisnis baru dengan memanfaatkan sumber daya yang ada seperti sumber daya manusia dan sumber daya alam, yang akan menghasilkan produk atau jasa dan selanjutnya dikelola dengan mempertimbangkan resiko guna menghasilkan suatu nilai ekonomis (Takdir et al., 2015:1). Kewirausahaan menurut Rusdiana,(2018:49) adalah kemampuan seseorang dalam mengelola sumber daya dengan cara yang baru sesuai perkembangan teknologi dalam menghasilkan produk barang atau jasa.

Wirausaha adalah seseorang yang memiliki ide atau gagasan dalam suatu produk atau jasa yang kemudian membisiskannya (Takdir et al., 2015: 9). Wirausaha juga dimaknai sebagai sikap atau mental yang berani menanggung resiko, berikir maju, dan berkembang secara terus menerus (Rusdiana, 2018: 27). Manfaat

berwirausaha adalah mengurangi pengangguran, meningkatkan kesejahteraan lingkungan, memberikan kepeloporan akan pentingnya berwirausaha, menanamkan pendidikan karakter seperti jujur, disiplin, mandiri, tekun, kreatif, kerja keras, dan taat terhadap perintah agama (Rusdiana, 2018: 19).Wirausaha adalah langkah suatu negara dalam mengantisipasi akan terbatasnya lapangan pekerjaan. Melalui konteks kewirausahaan, diharapkan masyarakat mampu menciptakan peluang kerja bagi para pencari kerja lainnya guna menopang ekonomi bangsa. Dalam membuat suatu wirausaha, seseorang harus memiliki sebuah strategi agar terhindar kegagalan. Kegagalan seseorang dalam berwirausaha yang terjadi selama ini diakibatkan oleh beberapa hal yakni kurangnya pemahaman tentang pemasaran, lemahnya kemampuan kewirausahaan, serta terbatasnya dana dalam berwirausaha (Basia L et al.,2016: 46). Terdapat beberapa kiat untuk menjadi pengusaha yang sukses yakni mengawali usaha dari sebuah mimpi, memiliki sikap gigih, memiliki pengalaman tentang bisnis, berani mengambil resiko, kerja keras, belajar dari pengalaman orang lain, bersedia menerima kritikan, menjalin kerjasama dengan orang lain, berani menghadapi kegagalan, dan tidak suka menunda-nunda pekerjaan (Rusiana, 2018: 260).

Wirausaha yang baik adalah wirausaha yang jalankan oleh seorang pemuda, dengan demikian pemuda diharapkan mampu memaksimalkan semangat jiwa mudanya dalam mengembangkan potensi yang dimiliki terutama dalam sektor kewirausahaan. Pemuda kaitannya dengan dunia kewirausahaan juga dapat berperan secara langsung ataupun tidak langsung dalam menciptakan inovasi yang dapat bermanfaat untuk orang lain (Yusuf et al., 2016: 288). Seiring terbatasnya lapangan pekerjaan di era sekarang ini, pemuda harus mampu menjadi aktor dalam menyelesaikan permasalahan ini sebagai wujud sinergi dengan pemerintah yakni dengan berani melahirkan ide-ide baru dalam berwirausaha (Basia L et al., 2016: 47). Karena jika melihat fakta, sudah banyak yang pemerintah

lakukan dalam mengatasi masalah terbatasnya lapangan pekerjaan dengan membuat beberapa program yakni pelatihan, pembiayaan, dan pemberian penghargaan terhadap wirausahawan muda yang dinilai memiliki prestasi dalam berwirausaha (Oktaviani, 2014: 117).

Dalam pengelolaan suatu kewirausahaan sangat diperlukan adanya pengorganisasian perusahaan. Pengorganisasian perusahaan yang dimaksud yakni dengan cara membagi suatu jenis pekerjaan dalam sebuah departemen yang berbeda melalui struktur organisasi dengan memanfaatkan sumber daya yang ada guna mencapai sebuah tujuan (Rusdiana, 2018: 275). Dalam berwirausaha juga dibutuhkan suatu pengembangan usaha guna mencapai suatu tujuan dan memanfaatkan peluang, oleh karena itu diperlukan inovasi dan kreativitas berwirausaha dalam mengembangkan produk atau jasa (Takdir et al., 2015: 113).

Teori Masalah

Bransford & Stein (dalam Patnani, 2015:131) menyatakan bahwa masalah muncul ketika seorang individu berada dalam sebuah kondisi yang berbeda dengan kondisi yang diinginkan dan tidak ada kejelasan tentang pencapaian apa yang diinginkannya tersebut. Sedangkan menurut Menurut Ormrod (dalam Patnani, 2015:132), masalah dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu (1) Masalah yang dapat didefinisikan dengan jelas (*well defined problems*), yaitu masalah yang memiliki kejelasan atau kepastian dalam tujuan yang diinginkan, informasi yang diperlukan dalam menyelesaikan masalah dan jawaban benar atas masalah tersebut. Jenis masalah seperti ini contohnya adalah masalah-masalah yang terkait dengan perhitungan matematika, yang memiliki tujuan dan cara penyelesaian yang jelas. Individu yang mendapatkan kesempatan bersekolah biasanya sudah cukup terlatih untuk menyelesaikan jenis masalah seperti ini, (2) Masalah yang tidak dapat didefinisikan dengan jelas (*ill defined problems*), yaitu masalah yang memiliki ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam tujuan yang diinginkan, informasi yang diperlukan dalam

menyelesaikan masalah dan memiliki berbagai kemungkinan jawaban atas masalah tersebut. Jenis masalah seperti ini banyak dialami terkait dengan kehidupan personal maupun sosial seorang individu. Seorang mahasiswa yang tidak termotivasi untuk kuliah padahal dia sudah memiliki fasilitas yang lengkap untuk kuliah, adalah sebuah contoh dari adanya masalah yang tidak memiliki kepastian tentang strategi yang dapat digunakan. Berbagai macam alternatif cara dan strategi dapat digunakan untuk memecahkan masalah ini.

Terkait dengan mengatasi masalah terbatasnya lapangan kerja, Sumodiningrat (dalam Mulyadi, 2017: 223) menyatakan bahwa lapangan kerja menjadi wahana untuk menempatkan manusia pada posisi sentral pembangunan, lapangan kerja juga merupakan sumber pendapatan, sehingga dengan demikian penyediaan lapangan kerja merupakan salah satu prioritas pembangunan di Indonesia, sebagai cara untuk memperluas pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya agar rakyat dapat hidup layak.

Teori Ketahanan Pribadi

Ketahanan nasional menurut Ramdani, 2014: 112) merupakan kondisi kehidupan nasional terhadap keadaan atau kejadian tertentu. Dan ketahanan pribadi merupakan salah satu turunan dari ketahanan nasional. Terdapat beberapa indikator dalam mengukur ketahanan pribadi menurut Shofa et al., (2016: 215) yakni (1) memiliki rasa percaya diri, perasaan positif, dan keyakinan yang kuat terhadap kemampuan yang dimiliki. (2) berpegang pada prinsip dan meyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. (3) memiliki rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan yang diberikan dengan memperhatikan hak dan kewajiban. (4) memiliki jiwa kreatif dalam mengatasi suatu masalah. (5) mendambakan rasa kebersamaan dan kekeluargaan. Menurut Soedarsono, 1997:53) menyatakan bahwa ciri-ciri orang yang memiliki ketahanan pribadi adalah memiliki rasa percaya diri dan berpegang pada prinsip, bebas dari rasa ketegantungan tetapi mendambakan kebersamaan,

memiliki jiwa dinamis, kreatif, serta pantang menyerah.

METODE

Penelitian ini yang berjudul “Peran Unit Usaha Kampung Marketer dalam Mengatasi Pengangguran dan Urbanisasi serta Pengaruhnya dalam Pembentukan Ketahanan Pribadi Pemuda Desa (Studi di Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah)”, termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif yakni sebuah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan, catatan, dan lebih mampu menyesuaikan dengan kondisi di lapangan (Fransiska, 2018: 54). Pengumpulan data dalam penelitian deskriptif kualitatif dapat disesuaikan dengan masalah, tujuan, dan obyek yang akan diteliti (Fransiska, 2018: 56). Oleh karena itu, adapun data pada penelitian ini terbagi menjadi dua yakni data primer dan data sekunder. Data primer yakni berupa data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Data sekunder berupa data yang diperoleh dari dokumentasi dan penelusuran data online atau internet (Nugroho, 2018: 39).

Alat analisis data yang digunakan untuk pertanyaan dan tujuan penelitian nomor satu adalah analisis data deskriptif kualitatif. Alat analisis data yang digunakan untuk pertanyaan dan tujuan penelitian nomor dua adalah analisis data komparatif. Menurut Miles dan Huberman (dalam Fransiska, 2018: 59) mengungkapkan bahwa semua analisis data tersebut memiliki 4 tahap, adapun tahapannya yakni pengumpulan data, reduksi data, menyajikan data, dan penarikan kesimpulan. Kemudian dari pada itu, penelitian ini sebatas untuk mencari informasi terkait peran unit usaha Kampung Marketer dalam mengatasi pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda desa, serta pengaruh peran unit usaha Kampung Marketer dalam membentuk ketahanan pribadi pemuda desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Awal Mula Unit Usaha Kampung Marketer Tumbuh

Awal mula berdirinya unit usaha Kampung Marketer berasal dari sebuah gagasan sang inisiator yakni Nofi Bayu Darmawan. Sebelum bernama Kampung Marketer, sesungguhnya Kampung Marketer adalah sebuah progam pendidikan yang Nofi Bayu Darmawan gagas pada tahun 2013 apabila libur bekerja. Progam tersebut Nofi terapkan kepada pemuda desa di kampung halamannya terkait berbagi ilmu di bidang *IT (Information Technology)* dan *marketing online*. Adapun ilmu pengetahuan terkait *IT (Information Technology)* dan *marketing online* diperoleh Nofi Bayu Darmawan ketika masih duduk di bangku kuliah yakni dengan sering mengikuti kegiatan *workshop* kewirausahaan, *IT*, dan kemudian mempraktekannya dalam aktivitas penjualan produk secara *online*.

Kegiatan yang diberi nama progam berbagi ilmu ini awal mulanya hanya mampu menarik minat 10 pemuda saja untuk bergabung, hal tersebut dikarenakan progam pendidikan ini belum memiliki arah yang jelas tentang keberlangsungan progam dimasa yang akan datang terkait sebagai sumber lapangan pekerjaan, masih sebatas progam pendidikan saja. Meskipun demikian Nofi Bayu Darmawan tetap gigih dalam menjalankan progam tersebut disela-sela kesibukannya bekerja di Kementerian Keuangan, hingga pada akhirnya hanya terdapat 7 pemuda yang berhasil Nofi didik pada progam berbagi ilmu ini sejak tahun 2013-2016.

Kemudian pada suatu ketika Nofi Bayu Darmawan mampu menemukan peluang dan merubah progam pendidikan menjadi sebuah usaha dengan memperdayakan beberapa pemuda desa yang sebelumnya telah diberikan pendidikan dan pelatihan terkait *IT* dan *marketing online*. Pemberdayaan tersebut terdapat kerja sama yang Nofi Bayu Darmawan lakukan dengan salah satu rekan kerjanya di Kementerian Keuangan, kerja sama yang dimaksud adalah penjualan beberapa produk secara online yang melibatkan beberapa pemuda alumni progam pendidikan berbagi ilmu sebagai penjual. Kerja sama tersebut mengalami progres yang sangat baik, sehingga atas latar belakang tersebut Nofi Bayu Darmawan

semakin bersemangat untuk membesarkan usaha tersebut dengan mempromosikan usahanya tersebut di beberapa media sosial, hingga akhirnya mendapat respon yang baik dari beberapa orang yang ingin menjalin kerjasama dengan unit usaha yang Nofi Bayu Darmawan Bangun.

Oleh karena itu, dengan adanya beberapa orang yang berminat untuk menjalin kerja sama dengan unit usaha tersebut, Nofi Bayu Darmawan semakin giat dan bersemangat dalam mempersiapkan SDM (Sumber Daya Manusia) yang tentunya berasal dari pemuda Desa Tamansari, dengan sebuah arah yang sudah jelas yaitu pemberdayaan pemuda desa sebagai karyawan yang bekerja di Kampung Marketer. Kemudian dari pada itu, atas latar belakang tersebut, akhirnya Nofi Bayu Darmawan mengundurkan diri secara terhormat dari PNS (Pegawai Negeri Sipil) di Kementerian Keuangan, meskipun harus membayar uang ganti rugi sebesar Rp 45.000.000,00- demi untuk keluar dari ikatan dinas, sehingga adapun pembahasan yang dapat diambil berdasarkan pemaparan diatas adalah Nofi Dayu Darmawan adalah seorang pemuda yang memiliki jiwa kepemimpinan, yakni dengan mampu mengajak pemuda desa untuk mengikuti progam pendidikan yang Nofigagas terkait pendidikan di bidang *IT (Information Technology)* dan *marketing online*, apa yang dilakukan oleh Nofi Bayu Darmawan sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Kadarusman (dalam Yudiaatmaja, 2013:29) yang menyatakan bahwa kepemimpinan dibagi menjadi 3 golongan yakni kepemimpinan terhadap diri sendiri, kepemimpinan terhadap tim, dan kepemimpinan terhadap organisasi atau orang lain, sehingga apa yang dilakukan oleh Nofi tersebut adalah wujud kepemimpinan terhadap sebuah organisasi atau orang lain.

Selain itu kepemimpinan yang dimiliki oleh Nofi sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Maulidah, (2012:87) menyatakan bahwa kepemimpinan adalah suatu cara dari seorang pemimpin dalam mencapai tujuan organisasi dengan melibatkan banyak orang dalam pelaksanaannya dan dihubungkan terhadap

suatu masalah internal atau eksternal suatu organisasi. Kemudian kemampuan Nofi Bayu Darmawan menemukan peluang usaha dengan memanfaatkan anak didiknya sebagai tenaga kerja atas sebuah kerja sama dengan pihak lain sesuai dengan teori kewirausahaan yang disampaikan oleh Takdir et al., (2015: 1) yang menyatakan bahwa Kewirausahaan adalah suatu proses memulai bisnis baru dengan memanfaatkan sumber daya yang ada seperti sumber daya manusia dan sumber daya alam yang akan menghasilkan produk atau jasa. Berdirinya unit usaha Kampung Marketer juga dapat dikategorikan sebagai pendirian sebuah perusahaan oleh Nofi bayu darmawan yang melibatkan pemuda desa sebagai tenaga kerja, hal tersebut sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Setiono, (2018: 155) yang menyatakan bahwa perusahaan adalah suatu organisasi yang menggabungkan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang / jasa untuk dijual, perusahaan itu ada di tengah-tengah masyarakat karena kemaslahatannya dalam proses pendistribusian akan barang dan jasa yang sulit untuk dilakukan oleh individu-individu secara terpisah.

Kemudian dari pada itu, sikap berani dari Nofi Bayu Darmawan mengundurkan diri secara terhormat sebagai PNS (Pegawai Negeri Sipil) di Kementerian Keuangan, meskipun harus membayar uang ganti rugi sebesar Rp 45.000.000 adalah wujud sikap atau mental wirausahawan yang sesungguhnya dalam mengambil sebuah resiko guna memulai sebuah usaha, hal tersebut sesuai dengan teori kewirausahaan yang disampaikan oleh Rusdiana, (2018:27) yang menyatakan bahwa Wirausaha juga dimaknai sebagai sikap atau mental yang berani menanggung resiko, berfikir maju, dan berkembang secara terus menerus.

Peran Unit Usaha Kampung Marketer Dalam Mengatasi Pengangguran Dan Urbanisasi

Peran Pendidikan

Minimnya kemampuan pemuda desa dibidang *IT (Information Technology)* menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi

Kampung Marketer dalam memperkerjakan pemuda desa, sehingga perlunya sebuah pendidikan *IT* dan *marketing online* yang lebih serius sebelum merekrut pemuda desa sebagai tenaga kerja. Pada mulanya pendidikan *IT* dan *marketing online* hanya dilakukan secara pribadi oleh pendiri Kampung Marketer yakni Nofi Bayu Darmawan kepada beberapa pemuda desa, tetapi seiring dengan berjalannya waktu dan banyaknya pemuda yang ingin bergabung dengan Kampung Marketer, oleh karena itu diperlukan beberapa tenaga pendidik tambahan guna mengantisipasi animo pemuda tersebut. Oleh karena itu Nofi Bayu Darmawan secara pribadi membentuk sendiri tim pendidik yang semuanya berasal dari pemuda desa yakni alumni program berbagi ilmu di bidang *IT* dan *marketing online*. Dengan harapan bahwa tim pendidik ini nantinya mampu memberikan kontribusi dan edukasi terhadap pemuda desa yang ingin bergabung dengan Kampung Marketer.

Selain membentuk tim pendidik, Kampung Marketer juga memetakan dan menyusun kurikulum pendidikan dibidang *IT* berbasis *marketing online*. Oleh karena itu dengan adanya tim pendidik dan kurikulum yang terdapat di unit usaha Kampung Marketer dalam memberikan pendidikan kepada pemuda desa yang ingin bergabung dengan Kampung Marketer, sesuai dengan teori peran yang disampaikan oleh Suhardono (dalam Alfaqi et al., 2017:322) yang menyatakan bahwa peran merupakan bentuk fungsi yang dilakukan oleh suatu individu maupun dilakukan oleh kelompok yang pada saat itu menduduki suatu posisi tertentu dalam struktur sosial.

Peran Membuka Lapangan Kerja

Terbatasnya lapangan pekerjaan yang terjadi di kalangan pemuda Desa Tamansari, menjadi alasan utama pemuda desa melakukan urbanisasi dan menjadi pengangguran selama ini, sehingga dengan keberadaan unit usaha Kampung Marketer tentunya terdapat peran dari unit usaha tersebut dalam mengatasi masalah pengangguran dan urbanisasi. Oleh karena itu, peran yang dilakukan oleh unit usaha Kampung Marketer dalam mengatasi

pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda desa sesuai dengan teori peran yang disampaikan oleh Horton and Hunt, (1993:129) yang menyatakan bahwa peran merupakan sikap yang diharapkan dari orang yang memiliki status, peran masyarakat atau organisasi kemasyarakatan yang biasa disebut dengan struktur sosial masuk dalam model ini. Kemudian dari pada itu, keinginan kuat unit usaha Kampung Marketer dalam mengatasi masalah pengangguran dan urbanisasi merupakan konsep sebuah perusahaan yang sesungguhnya yakni disampaikan oleh Fritz (dalam Rosnidah, 2010:8) dalam teori *competitive prices and allocation* yang menyatakan bahwa perusahaan adalah suatu *reaktor imajiner* terhadap perubahan lingkungan.

Peran membuka sebuah lapangan pekerjaan melalui pemberdayaan pemuda desa merupakan peran berikutnya dari peran pendidikan di Kampung Marketer. Pemberdayaan yang dimaksud adalah memperkerjakan para pemuda desa yang telah menempuh pendidikan *IT* dan *marketing online* berdasarkan kebutuhan lowongan devisi atau bagian unit kerja. Sebelum diberdayakan atau diperkerjakan, tentunya Kampung Marketer membuat iklan lowongan kerja terlebih dahulu berdasarkan posisi yang dibutuhkan. Bagi pemuda desa yang berminat untuk bergabung, bisa datang langsung ke salah satu unit *office* Kampung Marketer dan mengisi formulir pendaftaran. Setelah mengisi formulir pendaftaran, kemudian akan dilaksanakan seleksi lanjutan yakni tes tulis dan tes wawancara guna menerima pemuda desa pada posisi yang dibutuhkan. Setelah dinyatakan lulus, tahapan selanjutnya yakni memberikan pendidikan atau diklat sesuai kurikulum pada posisi pekerjaan yang dibutuhkan. Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan tersebut, peran yang dilakukan oleh Kampung Marketer dalam membuka lapangan pekerjaan kepada pemuda Desa Tamansari sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Sumodiningrat (dalam Mulyadi, 2017:223) menyatakan bahwa lapangan kerja merupakan sumber pendapatan, sehingga dengan demikian penyediaan lapangan kerja merupakan

salah satu prioritas agar rakyat dapat hidup layak.

Perekrutan pemuda desa untuk bekerja di Kampung Marketer tentunya berdasarkan beberapa posisi yang tersedia dan dibutuhkan. Oleh karena itu, berdasarkan hasil wawancara di atas, adapun beberapa posisi yang tersedia dan kerap sekali melakukan rekrutmen kerja di kampung Marketer adalah sebagai berikut:

Customer service

Customer service memiliki fungsi untuk melayani calon pembeli yang ingin bertransaksi melalui media *online*. CS memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan sebuah *brand*/bisnis toko *online*. Ketika penjualan tinggi, maka pendapatan toko *online* juga tinggi. Maka dari itu kinerjanya diukur dari seberapa besar persentase yang mereka bisa capai dari mengubah calon pembeli yang tadinya hanya bertanya-tanya tentang sebuah produk yang ditawarkan menjadi *closing* penjualan (pembeli/*buyer*).

Advertiser / Iklan

Advertiser memiliki fungsi yang sangat penting dan paling utama di dunia toko *online*. Tugas utamanya adalah untuk menyiapkan dan mengkonsep penawaran produk/*brand* di media *online*, mengiklankan dan menyebarkan melalui *platformonline*, mengevaluasi kinerja iklan dan menjaga kestabilan performa iklan dari hari ke hari. Gambaran singkatnya adalah *advertiser* memiliki peran penting untuk mempromosikan produk. Tanpa *advertiser*, *customer service* tidak akan berjalan maksimal karena kurangnya calon pembeli yang bertanya-tanya tentang sebuah produk yang toko *online* tawarkan kepada *audience*.

Content Writer

Bertugas membuat konten tentang produk/*brand* dalam bentuk sebuah artikel/ulasan/*review* di *website/blog*. Beberapa partner juga memiliki sebuah *website/blog*. Untuk lebih mudah ditemukan dan diakses oleh *audience* maupun agar memperbagus posisi sebuah *website* di halaman pencarian (*search engine*), konten harus terus diproduksi. Konten yang diproduksi pun bukan konten yang asal-

asalan melainkan konten yang original. Sehubungan dengan hal di atas SDM di bidang ini dituntut untuk familiar dengan perangkat laptop, setidaknya dapat mengetik dengan cepat dan memiliki ide/kreativitas dalam dunia kepenulisan agar tercipta konten-konten yang bagus.

Oleh karena itu, rekrutmen yang dilakukan oleh Kampung Marketer tersebut sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Rusdiana, (2018: 275) yang menyatakan bahwa dalam pengelolaan suatu kewirausahaan sangat diperlukan adanya pengorganisasian perusahaan, pengorganisasian perusahaan yang dimaksud yakni dengan cara membagi suatu jenis pekerjaan dalam sebuah departemen yang berbeda melalui struktur organisasi dengan memanfaatkan sumber daya yang ada guna mencapai sebuah tujuan. Pada dasarnya pemberdayaan pemuda desa oleh Kampung Marketer terjadi karena adanya permintaan dari beberapa orang atau biasa disebut dengan partner yang tertarik untuk bekerjasama dengan Kampung Marketer, adapun partner yang dimaksud adalah seseorang yang memiliki produk/ *brand*, yang kemudian mempercayakan produk tersebut kepada Kampung Marketer untuk dipromosikan dan dijual melalui beberapa SDM yang telah dimiliki oleh Kampung Marketer yakni *advertiser* dan *customer service*.

Oleh karena itu bentuk kerja sama yang dilakukan Kampung Marketer dengan partner sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Rusdiana (2018: 260) yang menyatakan bahwa untuk meraih suatu kesuksesan dalam berwirausaha memang diperlukan suatu kerjasama. Dalam menjalin sebuah kerjasama, terdapat biaya yang dibebankan oleh Kampung Marketer kepada partner jika ingin bekerjasama. Partner diharuskan membayar biaya sebesar Rp. 1.100.000,00- kepada Kampung Marketer untuk 1 orang *customer service* guna melakukan transaksi penjualan produk, tentunya dalam penentuan jumlah *customer service* yang akan dilibatkan dalam penjualan produk yakni tergantung pada kesepakatan antara partner dengan Kampung Marketer. Partner diperkenankan menggunakan *customer service* lebih dari

satu, asalkan biaya yang dikeluarkan terhadap Kampung Marketer berlaku kelipatannya. Semakin banyak *customer service* yang digunakan untuk melakukan transaksi penjualan produk, maka akan berpeluang semakin tinggi omset penjualan yang akan diperoleh partner.

Biaya yang dikeluarkan oleh partner kepada Kampung Marketer sebesar Rp. 1.100.000,00-, dipergunakan oleh Kampung Marketer untuk menggaji *customer service* sebesar Rp 600.000, para karyawan lainnya dan operasional. Terdapat kesepakatan bonus yang harus dikeluarkan oleh partner kepada *customer service* terhadap satu buah produk yang berhasil terjual, yakni minimal bonus 5 persen untuk harga 1 buah produk yang terjual. Jumlah *customer service* saat ini adalah 85 persen dari 640 keseluruhan karyawan yakni 544 *customer service*.

Kampung Marketer Mampu Mengatasi Pengangguran dan Urbanisasi

Bermula dari suatu keinginan dari Kampung Marketer dalam mengatasi pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda desa yakni dengan merekrut para pemuda sebagai pegawai hingga kemudian menjalin kerja sama dengan beberapa partner yang tersebar di beberapa kota-kota besar di Indonesia, kemudian muncul sebuah keinginan untuk memperkenalkan beberapa objek wisata yang ada di Kabupaten Purbalingga, sehingga melahirkan sebuah inisiatif dalam pembuatan program eduwisata Kampung Marketer. Eduwisata Kampung Marketer merupakan program yang bersifat komersial yang ditujukan kepada masyarakat umum seluruh Indonesia yang berminat dalam mempelajari ilmu-ilmu terkait *IT* dan *marketing online* sekaligus menikmati indahnya pemandangan alam di Kabupaten Purbalingga. Program ini dilaksanakan selama satu minggu dalam satu bulan dengan jumlah peserta yang terbatas, dan kuota tersebut akan ditutup apabila telah terpenuhi. Dengan hanya membayar nominal uang sebesar Rp 1.499.000, para peserta program eduwisata Kampung Marketer sudah dapat menikmati berbagai fasilitas yang diberikan, yakni materi *IT* dan

marketing online, menginap di rumah warga selama satu minggu, makan tiga kali sehari, gratis antar jemput bagi wisatawan luar kota, dan paket wisata *outdoor*. Paket wisata *outdoor* dilaksanakan disalah satu objek wisata di Kabupaten Purbalingga yakni di Desa Honje, Desa Honje merupakan Desa tertua di Kabupaten Purbalingga, kegiatan *outdoor* yang dilakukan yakni salah satunya adalah kegiatan arum jeram. Oleh karena itu, bentuk pengembangan usaha yang dilakukan oleh unit usaha Kampung Marketer melalui kegiatan eduwisata sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Takdir et al., (2015:113) yang menyatakan bahwa dalam berwirausaha juga dibutuhkan suatu pengembangan usaha guna mencapai suatu tujuan dan memanfaatkan peluang.

Pencapaian dapat dimaknai dengan suatu hal yang mampu menghasilkan manfaat bagi banyak orang, oleh karena itu pencapaian unit usaha Kampung Marketer dengan program kegiatan diatas yakni telah mampu menjalin kerjasama dengan 200 lebih partner dan membuka lapangan pekerjaan bagi 645 warga desa (Kampung Marketer, 2019). Mayoritas warga desa yang bekerja di unit usaha Kampung Marketer terdiri dari para pemuda, dan jumlah tersebut diharapkan semakin bertambah seiring berjalannya waktu. Oleh karena itu, semakin banyaknya pemuda desa yang bekerja di Kampung Marketer, maka semakin banyak juga warga desa yang memperoleh manfaat secara tidak langsung, yakni seperti pedagang makanan keliling dan warung-warung di sekitar Kampung Marketer dalam memenuhi kebutuhan pokok para pemuda yang bekerja di Kampung Marketer, hal tersebut sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Rusdiana (2018:19) bahwa Manfaat berwirausaha adalah mengurangi pengangguran, meningkatkan kesejahteraan lingkungan, memberikan kepeloporan akan pentingnya berwirausaha, menanamkan pendidikan karakter seperti jujur, disiplin, mandiri, tekun, kreatif, kerja keras, dan taat terhadap perintah agama.

Peran Unit Usaha Kampung Marketer Dalam Membentuk Ketahanan Pribadi Pemuda Desa

Kampung Marketer sebagai sebuah unit usaha yang terdapat di Desa, tidak hanya berusaha untuk mengurangi tingkat pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda desa, melainkan berusaha memberikan bekal ketahanan pribadi terhadap para pemuda yang bekerja di Kampung Marketer melalui program pendidikan dan pemberdayaan yang dimiliki oleh Kampung Marketer. Membahas terkait ketahanan pribadi pemuda desa yang bekerja di Kampung Marketer, beberapa indikator untuk mengetahui ketahanan pribadi pemuda menurut Shofa et al., (2016: 215) diantaranya yakni rasa percaya diri, rasa tanggungjawab, jiwa kreatif, rasa kebersamaan, dan berpegang pada prinsip. Menurut Soedarsono, (1997: 53) indikator ketahanan pribadi seseorang yakni percaya diri, berpegang pada prinsip, mandiri, mendambakan kebersamaan, dinamis, kreatif, dan pantang menyerah. Adapun beberapa ketahanan pribadi yang dimiliki oleh pemuda desa setelah bekerja di Kampung Marketer yakni sebagai berikut:

Percaya Diri

Rasa percaya diri adalah manfaat nyata yang dimiliki oleh para pemuda desa yang bekerja di Kampung Marketer. Percaya diri yang dimaksud adalah kemampuan berinteraksi dengan orang lain atau berbicara dimuka umum. Kemampuan tersebut terbentuk karena pekerjaan yang pemuda desa lakukan di Kampung Marketer menuntut mereka untuk berinteraksi dengan orang lain/baru, sehingga rasa percaya diri tersebut harus dimiliki supaya pekerjaan menjadi lancar. Jika dahulunya para pemuda terkesan malu-malu ketika berinteraksi dengan orang lain, hal tersebut dapat diminimalisir ketika sudah bekerja di Kampung Marketer. Oleh karena itu, pemuda yang bekerja di unit usaha Kampung Marketer memiliki perubahan rasa percaya kearah yang jauh lebih baik.

Rasa Tanggung Jawab

Rasa tanggungjawab adalah suatu sikap dalam melaksanakan tugas sesuai dengan bidang kerja masing-masing secara sungguh-sungguh. Khususnya di Kampung Marketer, rasa tanggungjawab telah dimiliki oleh para pemuda ketika bekerja, yakni

dengan cara bekerja secara profesional dan sungguh-sungguh sesuai bidang pekerjaan. Informasi tersebut berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan saat melakukan penelitian di Kampung Marketer, para pemuda secara sungguh-sungguh melaksanakan tugas selama jam kerja berlangsung, bahkan ketika peneliti sedang melakukan wawancara terhadap salah satu pemuda di dalam satu ruangan yang terdapat beberapa pemuda yang sedang bekerja, pemuda yang lain tetap fokus bekerja tanpa merasa terganggu dengan keberadaan peneliti yang sedang melakukan wawancara.

Selanjutnya realita rasa tanggungjawab juga peneliti rasakan ketika berinteraksi dengan Ari Subekti selaku staf Humas (Hubungan Masyarakat) kampung Marketer. Ari Subekti sangat bertanggungjawab dalam melaksanakan tugas pekerjaannya yakni mendampingi peneliti disetiap aktivitas peneliti, bahkan ketika semua karyawan Kampung Marketer lainnya sudah pulang dan kembali ke rumah masing-masing, Ari Subekti tetap setia menemani peneliti dalam memperoleh data-data penelitian hingga larut malam. Hal tersebut sangat berbanding terbalik dengan rasa tanggung jawab Ari Subekti ketika masih berstatus sebagai siswa SMK (Sekolah Menengah Kejuruan), yakni minimnya rasa tanggungjawab dan termasuk siswa yang nakal waktu masih bersekolah, informasi tersebut berdasarkan percakapan nonformal antara peneliti dengan ari subekti ketika makan malam.

Rasa Kebersamaan

Rasa kebersamaan merupakan salah satu indikator untuk mengetahui ketahanan pribadi seseorang, khususnya rasa kebersamaan dari para pemuda yang bekerja di Kampung Marketer. Bahwasanya para pemuda yang bekerja di Kampung Marketer sangat mendambakan rasa kebersamaan, hal tersebut berdasarkan beberapa kendala kerja yang dihadapi pemuda yang bekerja di bidang *advertiser*, yakni secara bersama-sama melakukan diskusi dan bedah kasus untuk mengatasi kendala kerja tersebut. Selanjutnya beberapa aktivitas lain yang dilakukan oleh

para *advertiser* ketika di luar aktivitas pekerjaan, yakni seperti bermain futsal bersama dan olah raga fitness bersama. Selain itu juga rasa kebersamaan dalam sholat berjamaah, sehingga ketika jam istirahat tiba seluruh karyawan melaksanakan sholat berjamaah secara bersama-sama di Masjid terdekat.

Untuk *customer service*, rasa kebersamaan yang dimiliki yakni tetap menjaga komunikasi dengan para *customer service* yang lain apabila tidak ada pembeli, selain itu aktivitas makan bersama juga sering dilakukan ketika jam istirahat atau pulang kerja. Aktivitas kebersamaan sesama pemuda Desa Tamansari tersebut merupakan aktivitas yang sangat jarang sekali diperoleh ketika dahulu para pemuda tersebut masih bekerja di luar Desa atau belum bekerja di kampung Marketer. Kebersamaan yang paling dirasakan adalah selalu dekat dengan keluarga tercinta, yakni suatu momen yang jarang terjadi ketika masih merantau keluar kota. Pemuda yang bekerja di unit usaha Kampung Marketer adalah sosok yang sangat mendambakan sebuah rasa kebersamaan, yakni sesama pemuda yang bekerja di Kampung Marketer ataupun bersama keluarga tercinta.

Mandiri

Kampung Marketer tidak hanya memiliki tujuan untuk mengurangi pengangguran dan arus urbanisasi di kalangan pemuda desa melalui pemberdayaan saja, melainkan juga memiliki tujuan akhir yakni menanamkan jiwa mandiri dan kewirausahaan kepada para pemuda desa sehingga timbul sebuah kepeloporan baru di kalangan pemuda. Apabila dahulu para pemuda desa bingung memperoleh lapangan pekerjaan sehingga menganggur dan melakukan urbanisasi, sekarang harapannya pemuda desa mampu membuka lapangan pekerjaan baru bagi banyak orang setelah memperoleh bekal ilmu dan keahlian sewaktu bekerja di Kampung Marketer. Oleh karena itu sudah beberapa kali Kampung Marketer melakukan pelepasan terhadap beberapa pemuda yang dirasa sudah sangat siap untuk mendirikan usaha pribadi guna mengimplementasikan seluruh ilmu yang

diperoleh selama bekerja di Kampung Marketer. Jika pada perusahaan lain sangat gigih sekali dalam mempertahankan karyawan lama dan terampil untuk tidak mengundurkan diri, tidak demikian dengan Kampung Marketer, Kampung Marketer sangat mendukung para karyawannya untuk menjadi wirausahawan muda yang mandiri.

Salah satunya adalah Deden dan Nur, sepasang suami istri yang dua-duanya sudah mengabdikan di Kampung Marketer sejak awal mula cikal bakal Kampung Marketer tumbuh, dengan berbagai skill kompetensi marketing online yang mereka dapat di Kampung Marketer, kini mereka berdua sudah memberdayakan 3 orang warga sekitar/ tetangga mereka, dan mereka pun berhasil membuka peluang kerja bagi warga sekitar untuk memperoleh penghasilan tambahan. Selain itu juga terdapat Galih. Galih kini telah memberdayakan 6 warga sekitar untuk bekerja sebagai admin Toko Online. Kini Galih pun turut membuka peluang pekerjaan bagi warga sekitar dengan memanfaatkan pendidikan IT.

Berpegang Pada Prinsip

Berpegang pada prinsip merupakan sikap meyakini sesuatu hal yang baik dan benar, sehingga terwujud dalam suatu sikap atau perilaku. Khususnya pada para pemuda desa yang bekerja di Kampung Marketer terkait rasa berpegang pada prinsip yakni kepatuhan pemuda dalam mentaati peraturan yang ada di Kampung Marketer, dan kepatuhan para pemuda dalam mentaati segala peraturan yang berlaku di Kampung Marketer dapat dikategorikan baik. Oleh karena itu, menunjukkan bahwa peraturan yang terdapat di unit usaha Kampung Marketer telah dilaksanakan dengan baik serta dipatuhi oleh pemuda desa yang bekerja di Unit Usaha Kampung Marketer.

Pantang Menyerah

Salah satu indikator untuk mengukur suatu ketahanan pribadi adalah jiwa pantang menyerah yang dimiliki, khususnya ketahanan pribadi pemuda desa yang bekerja di Kampung Marketer dari aspek jiwa pantang menyerah. Bahwasanya jiwa pantang menyerah sudah dimiliki oleh para pemuda desa yang bekerja di Kampung

Marketer, jiwa pantang menyerah tersebut muncul ketika para pemuda dihadapkan pada suatu kendala saat bekerja, sehingga menunjukkan bahwa beberapa kendala yang diperoleh mampu diatasi para pemuda demi lancarnya sebuah pekerjaan. Salah satu contohnya yakni pada bidang *advertiser*, ketika dihadapkan pada suatu kendala tidak disetujuinya pemasangan iklan produk oleh *facebook*, pemuda yang bekerja di bagian *advertiser* menyelesaikan kendala tersebut dengan cara bedah kasus dan berdiskusi dengan sesama *advertiser* atau bertanya kepada para senior. Selain itu pada bidang *customer service* tentunya juga ada kendala yang dihadapi, sehingga muncul jiwa pantang menyerah oleh para *customer service* untuk menyelesaikan kendala tersebut, yakni ketika harus sabar dalam melayani berbagai macam komplain dari para pembeli, contohnya terkait biaya pengiriman produk yang cukup mahal karena jauhnya jarak pengiriman, sehingga *customer service* memiliki inisiatif untuk menghubungi bos partner guna memberikan diskon produk/ pengiriman kepada pembeli. Kendala kosongnya produk yang akan dibeli oleh para pembeli juga kerap dihadapi, sehingga *customer service* inisiatif untuk menyampaikan kepada pembeli bahwa produk yang diinginkan baru saja habis.

SIMPULAN DAN SARAN

Pemuda sebagai agen perubahan diharapkan mampu memberikan sebuah solusi terhadap suatu masalah, sehingga dapat memberikan banyak manfaat terhadap orang lain. Oleh karena itu pemuda bernama Novi Bayu Darmawan melalui sebuah unit usaha yang Nofi dirikan bernama Kampung Marketer hadir sebagai solusi atas beberapa masalah yang ada di Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga. Bermula pada suatu kepedulian Nofi Bayu Darmawan terhadap pemuda desa akan perkembangan perkembangan dunia IT dan marketing online melalui pendidikan melek IT (Information technology), akhirnya muncul sebuah peluang guna memberikan manfaat yang lebih besar lagi terhadap pemuda desa, yakni dengan sebuah peran pendidikan dibidang ilmu pengetahuan IT

(Information Technology) dan marketing online kepada pemuda desa karena minimnya kemampuan pemuda dibidang IT (Information Technology) dan marketing online, hingga pada akhirnya bermula pada peran pemberdayaan dalam mengatasi suatu permasalahan yakni pengangguran dan urbanisasi di kalangan pemuda desa.

Kampung Marketer melalui peran pemberdayaan, berusaha untuk membuka lapangan pekerjaan terhadap pemuda desa dengan tujuan kedepannya agar pemuda tidak perlu lagi jauh-jauh mencari pekerjaan di beberapa kota besar yang terdapat di Indonesia, cukup bekerja di Desa dan dekat dengan keluarga tercinta. Hingga saat ini sudah 645 pemuda desa yang bekerja di Kampung Marketer, dan nominal tersebut akan selalu ditingkatkan seiring berjalannya waktu, karena tujuan dari Kampung Marketer adalah dengan memberdayakan dan memperkerjakan pemuda desa sebanyak mungkin tanpa adanya suatu batasan jumlah. Selain itu terdapat 200 lebih partner yang menjalin kerjasama dengan Kampung Marketer dalam menjalankan usaha di bidang penjualan produk berbasis IT dan marketing online.

Keberadaan Kampung Marketer juga mampu memberikan suatu manfaat lain selain manfaat ekonomi yakni terkait ketahanan pribadi para pemuda yang bekerja di Kampung Marketer. Para pemuda yang bekerja di Kampung Marketer dikategorikan memiliki ketahanan pribadi yang baik karena telah memenuhi beberapa indikator dalam membentuk ketahanan pribadi seseorang, yakni memiliki rasa percaya diri, berpegang teguh pada prinsip, jiwa pantang menyerah, bertanggungjawab, mandiri, dan mendambakan rasa kebersamaan. Selain memberikan manfaat kepada pemuda desa yang bekerja, keberadaan Kampung Marketer secara tidak langsung juga memberikan manfaat terhadap warga Desa yang membuka usaha makanan di sekitar Kampung Marketer, yakni dalam hal memenuhi kebutuhan pokok para pemuda yang bekerja di Kampung Marketer. Kemudian dari pada itu Terdapat rekomendasi yang hendak peneliti berikan kepada beberapa pihak terkait penelitian ini, harapannya agar rekomendasi yang peneliti

berikan dapat memberikan sumbangsih pemikiran kepada beberapa pihak tersebut untuk melahirkan sebuah kontribusi yang lebih baik kedepannya. Adapun sumbangsih rekomendasi tersebut yakni sebagai berikut: Kampung Marketer

Seiring perkembangan zaman, secara tidak langsung akan berdampak terhadap meningkatnya kebutuhan pokok, sehingga dalam hal ini penulis merekomendasikan kepada pemilik Kampung Marketer untuk menaikkan gaji pokok beberapa karyawan khususnya *customer service*, meskipun dampaknya biaya yang dibebankan terhadap partnerpun meningkat.

Pemerintah Desa dan Kabupaten

Pemerintah desa dan kabupaten merupakan komponen yang sangat penting guna mendukung segala kegiatan dari sebuah usaha yang berada pada suatu daerah. Khususnya untuk Kampung Marketer, Peran pemerintah desa dan kabupaten juga sangat diperlukan dalam mempromosikan unit usaha Kampung Marketer supaya diketahui oleh masyarakat umum melalui halaman web pemerintah setempat atau sebagainya. Harapannya dengan semakin terkenalnya Kampung Marketer, maka akan semakin banyak juga partner yang menjalin kerja sama, sehingga akan lebih banyak juga pemuda desa yang memperoleh kesempatan bekerja tak terkecuali pemuda-pemuda di desa yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Alfaqi M Z, Habibi, M. M., & Rapita, D. D. (2017). Peran Pemuda Dalam Upaya Pencegahan Korupsi dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Wilayah. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(3), 320–333.

Basia L, John Suprihanto, & Armaidly Armawi. (2016). Strategi Pengembangan Wirausaha Pemuda Dalam Mewujudkan Wirausahawan Mandiri Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi pada Koperasi Sumekar di Kampung Sanggrahan Pathuk Kecamatan Ngampilan Kota Yogyakarta, Provinsi

Daerah Istimewa Yogyakarta). . *Jurnal Ketahanan Nasional*, 22(1).

- Fransiska, & Hengky Emanuel. (2018). . *Peran Guru Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan (PPKn) Dalam Mendukung Progam Bela Negara Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Pribadi Siswa (Studi Pada Guru PPKn Dan Siswa Di SMAN 1 Banguntapan Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Universitas Gadjah Mada.
- Horton, Paul B, & Chester L. (1993). *Sosiologi, edisi kedelapan, terjemahannya dalam bahasa Indonesia oleh Aminuddin Ram dan Tita Sobari*. Erlangga.
- Kampung Marketer. (2019, April 7). *Kampung Marketer-Membangun Ekonomi Dari Desa*. . <https://Kampungmarketer.Com/>. .
- Maulidah S. (2012). *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Mulyadi Mohammad. (2017). Peran Pemerintah Dalam Mengatasi Pengangguran Dan Kemiskinan Dalam Masyarakat. *Kajian*, 21(3), 221–236.
- Nugroho R. W A. (2018). *Keterlibatan Pemuda Dalam Keberhasilan Usaha Kecil Dan Kontribusi Pendapatannya Terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi Pada Usaha Kecil Kerajinan Tembaga Bangun Karya Di Krpyak Wetan, Panjanglejo, Pundong, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Universitas Gadjah Mada.
- Patnani M. (2015). Upaya meningkatkan kemampuan problem solving pada mahasiswa. *Journal Psikogenesis*, 1(2), 130–142.
- Ramdani D. (2014). Pelaksanaan Program Pemuda Sarjana Penggerak Pembangunan Di Pedesaan (Psp-3) Dalam Meningkatkan Kemandirian Kewirausahaan Pemuda Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Wilayah (Studi Di Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul DI Yogyakarta). . *Jurnal Ketahanan Nasional*, 21(3), 15–25.
- Ratnawati D, & Setuju S. (2016). Profil Soft Skills pada Mahasiswa Tingkat Akhir Pendidikan Teknik Mesin Di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. . *VANOS*

- Journal of Mechanical Engineering Education*, 1(2).
- Rusiana A. (2018). *Kewirausahaan Teori Dan Praktik*. Pustaka Setia.
- Setiono, B. A. (2018). Teori Perusahaan/Theory Of The Firm: Kajian Tentang Teori Bagi Hasil Perusahaan (Profit And Loss Sharing) Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 5(2), 153–169.
- Shofa, A. M. I. A., Bagus Riyono, & Sri Rum Giyarsih. (2016). Peran Pemuda Dalam Pendampingan Mahasiswa Difabel Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Pribadi Pemuda (Studi di Pusat Layanan Difabel (PLD) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 22(2), 199–216.
- Soedarsono S. (1997). *Ketahanan Pribadi Dan Ketahanan Keluarga Sebagai Tumpuan Ketahanan Nasional*. Internusa.
- Takdir, D., Mahmudin AS, & Sudirman Zaid. (2015). *Kewirausahaan*. Wijana Mahadi Karya.
- Ulomo C. (2015). Hubungan Keaktifan Mengikuti Kegiatan Ekstrakurikuler Pramuka dan Perhatian Orang Tua dengan Kemandirian Belajar Siswa di SD 1 Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus . *Doctoral Dissertation, Universitas Sebelas Maret*.
- Yudiatmaja F. (2013). Kepemimpinan: Konsep, Teori dan Karakternya. *Media Komunikasi FIS*, 12(2).
- Yusuf, I. F., Edhi Martono., & Agus Prasetya. (2016). . Peran Pemuda Dalam Pengembangan Eduwisata Energi Terbarukan Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Wilayah (Studi di Desa Poncosari Kecamatan Srandakan Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 22(3), 285–305.