

**PENGEMBANGAN MODEL KOMUNIKASI BISNIS MIKRO  
BERBASIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI INDONESIA**  
**Studi Kasus Pengembangan Model Komunikasi Bisnis Mikro Berbasis Pemberdayaan  
Masyarakat di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat**

Oleh

**Ilham Gemiharto, S.Sos., M.Si. & Hadi Suprpto Arifin, Drs., M.Si.**  
Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Jatinangor  
Telp. 081395001056, email: [ilham265@gmail.com](mailto:ilham265@gmail.com)

**ABSTRAK**

Usaha mikro di Indonesia merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi tahun 1998 dan 2008. Melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat, usaha mikro menciptakan peluang kerja yang cukup besar, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Namun sebagian besar usaha mikro belum menerapkan model komunikasi bisnis yang benar sehingga sulit untuk meningkat menjadi usaha kecil atau menengah. Kesadaran akan perlunya mengembangkan usaha mikro berbasis pemberdayaan masyarakat yang menerapkan model komunikasi bisnis modern mulai muncul di beberapa daerah di Indonesia.

Penelitian mengenai pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi dan teknik analisis data deskriptif. Penelitian ini mencoba mendeskripsikan pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat di Indonesia, dengan mengambil studi kasus pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat melalui organisasi kemasyarakatan seperti majelis taklim, PKK, dan Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Salah satu penyebabnya adalah model komunikasi bisnis yang digunakan mengadopsi manajemen keuangan dan usaha modern.

*Kata kunci: model komunikasi, komunikasi bisnis, usaha mikro, pemberdayaan masyarakat, Kabupaten Garut.*

**ABSTRACT**

Micro-entrepreneurs in Indonesia are the largest economic actors in the Indonesian economy and proved to be the national economic safety valve in times of crisis, as well as the dynamics of economic growth after the economic crisis of 1998 and 2008. Through the community empowerment approach, micro enterprises create considerable employment opportunities, Thereby greatly helping to reduce unemployment and poverty. But most micro businesses have not yet applied the correct business communication model so it is difficult to increase to small or medium enterprises. Awareness of the need to develop micro-enterprises

based on community empowerment that apply modern business communication model began to emerge in several regions in Indonesia.

Research on the development of micro business communication model based on community empowerment uses qualitative research methods with data collection techniques using observation, interview, and documentation and descriptive data analysis techniques. This research tries to describe the development of micro business communication model based on community empowerment in Indonesia, by taking case study of development of micro business communication model based on community empowerment in Garut regency, West Java Province.

From the results of the research, it was found that the development of micro-business communication model based on community empowerment through community organizations such as majelis taklim, PKK, and Community Learning Center (PKBM) had a significant impact on the economic improvement of the community. One reason is the business communication model used to adopt modern financial and business management.

*Keywords: communication model, business communication, micro business, community empowerment, Garut regency.*

## **Latar Belakang**

Pemberdayaan Masyarakat Desa Menurut UU R.I Nomor 6 tahun 2014 Tentang Desa, disebutkan dalam BAB I Pasal 1 nomor 8 yang isinya, Pembangunan desa adalah upaya peningkatan kualitas hidup dan kehidupan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa. Selanjutnya disebutkan pada nomor 12, Pemberdayaan Masyarakat Desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumberdaya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah prioritas kebutuhan masyarakat Desa. Kegiatan pemberdayaan masyarakat yang baik, pada umumnya mensyaratkan adanya proses pendampingan. Ini menjadi penting karena objek pemberdayaan masyarakat adalah masyarakat dengan dinamikanya yang beragam. Fungsi pendampingan adalah untuk memfasilitasi, memotivasi masyarakat serta mengawal agar kegiatan pemberdayaan sesuai dengan maksud dan tujuan yang dikehendaki. Pemberdayaan masyarakat community-empowering yang baik seyogyanya mampu mengakomodir berbagai aspek yang berkembang dan dibutuhkan masyarakat.

Masyarakat memerlukan peningkatan kesejahteraan, namun juga berharap agar dalam pencapaian kesejahteraan tersebut tidak mengorbankan aspek-aspek lain, seperti budaya, keserasian lingkungan dan jati diri sebagai bagian dari sebuah komunitas. Pemberdayaan masyarakat atau dalam kata lain *community-development* merupakan salah satu metode gerakan yang digunakan dalam menjalankan pembangunan masyarakat, baik dalam aspek ekonomi, sosial budaya, pendidikan, kesehatan, atau kombinasi semua aspek tersebut.

Program pemberdayaan yang baik juga mampu memunculkan berbagai potensi khas masyarakat dan mengembangkan dibantu oleh sistem, alat, atau teknologi baru dan peran pendamping atau fasilitator yang akan mempercepat proses pemberdayaan sehingga bernilai tambah tinggi, serta proses untuk memfasilitasi dan mendorong masyarakat agar mampu menempatkan diri secara proporsional dan menjadi pelaku utama dalam memanfaatkan lingkungan strategisnya untuk mencapai suatu pembangunan keberlanjutan (*sustainable-development*) untuk jangka panjang. Pembangunan jangka panjang memiliki keterkaitan erat dengan pemberdayaan masyarakat dimana pemberdayaan masyarakat merupakan suatu prasyarat utama dapat diibaratkan sebagai gerbang yang akan membawa masyarakat menuju keberlanjutan secara ekonomi, sosial dan ekologi yang dinamis. Melalui upaya pemberdayaan, masyarakat didorong agar memiliki kemampuan memanfaatkan sumberdaya yang dimilikinya secara optimal serta terlibat secara penuh dalam berbagai aspek pembangunan di wilayahnya mulai tahap perencanaan, pelaksanaan sampai pelestarian termasuk faktor produksi, ekonomi, dan sosial budaya.

Pemberdayaan masyarakat terkait erat dengan faktor internal dan eksternal. Tanpa mengecilkkan arti dari peranan salah satu faktor, sebenarnya kedua faktor tersebut saling berkontribusi dan mempengaruhi secara sinergis dan dinamis. Meskipun dari beberapa contoh kasus faktor internal sangat penting sebagai salah satu bentuk *Self-Organizing* dari masyarakat namun kita juga perlu memberikan perhatian pada faktor eksternalnya. Salah satu

faktor eksternal yang sangat penting adalah Pendamping atau fasilitator yang bersifat multidisiplin. Peran pendamping pada awal proses sangat aktif tetapi akan berkurang secara bertahap selama proses berjalan sampai masyarakat mampu melanjutkan kegiatannya secara mandiri. Dalam operasionalnya inisiatif fasilitator pemberdayaan masyarakat akan pelan-pelan dikurangi dan akhirnya berhenti. Peran fasilitator akan dipenuhi oleh kader pendamping masyarakat dan lembaga-lembaga yang selama ini terus ditingkatkan oleh pelaku program pemberdayaan masyarakat

Kemakmuran yang menjadi tujuan akhir kegiatan ekonomi sudah saatnya dicapai melalui inovasi dan peningkatan daya saing yang dicirikan oleh produktivitas jangka panjang yang bisa dicapai melalui kapasitas inovatif yang tinggi. Sumber-sumber kemakmuran yang mengandalkan input tradisional sebagai bagian dari keunggulan komparatif, sudah menurun perannya pada persaingan yang lebih tinggi seperti di level regional maupun nasional. Sumber paling penting dari kemakmuran diciptakan oleh manusia, bukan didapat dari warisan.

Usaha mikro merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang melibatkan masyarakat kurang mampu di Indonesia. Sebagian besar usaha kecil yang masih berada dalam kondisi lemah perlu didorong menjadi lebih berperan dalam struktur ekonomi lokal, nasional maupun regional. Dengan demikian segenap kegiatan peningkatan kapasitas usaha mikro merupakan sasaran antara untuk mencapai produktivitas atau daya saing yang mengarah pada tercapainya kemakmuran. Upaya pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat merupakan upaya afirmatif dalam konteks pembangunan ekonomi nasional.

Usaha mikro di Indonesia merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi tahun 1998 dan 2008. Melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat, usaha mikro menciptakan peluang

kerja yang cukup besar, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Namun sebagian besar usaha mikro belum menerapkan model komunikasi bisnis yang benar sehingga sulit untuk meningkat menjadi usaha kecil atau menengah. Kesadaran akan perlunya mengembangkan usaha mikro berbasis pemberdayaan masyarakat yang menerapkan model komunikasi bisnis modern mulai muncul di beberapa daerah di Indonesia.

### **Metode Penelitian**

Penelitian mengenai pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat ini menggunakan metodologi kualitatif. Metode analisis penelitian yang digunakan adalah analisis studi kasus berdasarkan metode, data, dan triangulasi sumber. Sedangkan metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan berupa observasi, wawancara mendalam. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan hasil observasi dan wawancara mendalam dengan 10 informan penelitian di lokasi penelitian, sementara data sekunder adalah data yang diperoleh dari situs-situs berita online (website), jurnal-jurnal komunikasi, serta buku-buku yang relevan dengan penelitian ini.

Berdasarkan asumsi-asumsi di atas, penelitian ini secara praktis berusaha untuk mengkaji peristiwa kehidupan yang nyata yang dialami oleh subjek penelitian ini secara holistik dan bermakna. Dalam uraian yang lebih lugas, penelitian ini berusaha untuk memberikan deskripsi dan eksplanasi terhadap pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat ini dengan menggunakan pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. sebagai studi kasusnya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengacu pada konsep Milles & Huberman (1992: 20) yaitu interactive model yang mengklasifikasikan analisis data dalam tiga langkah, yaitu Reduksi data (*Data Reduction*), Penyajian data (*Display Data*), dan Penarikan kesimpulan (*Verifikasi*)

Untuk menguji keabsahan data yang didapat sehingga benar-benar sesuai dengan tujuan dan maksud penelitian, maka peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data tersebut (Moleong, 2007: 330). Teknik uji keabsahan lain yang digunakan oleh peneliti adalah perpanjangan keikutsertaan.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Pengembangan Model Komunikasi Bisnis Berbasis Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Garut**

Kegiatan pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan cara memunculkan prakarsa inovatif serta inisiasi pengembangan ekonomi lokal baru di pedesaan dan di wilayah sekitarnya. Kegiatan ini akan memperkuat titik masuk (*entry point*) serta titik ungkit (*leverage effect*) yang memberikan *multiplier effect* dalam bidang ekonomi mikro di pedesaan. Hal strategis lainnya adalah meningkatkan daya saing jangka panjang (*sustainable development*). Pengembangan ekonomi masyarakat dengan pendekatan ini menekankan pada optimalisasi segala potensi yang ada pada masyarakat lokal melalui perencanaan bersama. Prasyarat utama adalah aspek partisipatoris seluruh stakeholders agar potensi sumberdaya lokal yang ada dapat diinventarisir dan dimobilisasi sesuai dengan konteks pengembangan ekonomi lokal. Program pengembangan komunikasi bisnis mikro mendorong pembentukan lembaga/ organisasi di

tingkat desa yang akan berperan sebagai payung usaha mikro berbasis kelompok yang dikembangkan di desa bersangkutan.

Sementara program pemberdayaan masyarakat selain dilakukan terhadap organisasi yang dibangun oleh kelompok usaha, juga diintervensikan kepada kelompok usaha yang melakukan proses produksi maupun jasa sehingga meningkat kapasitas usahanya, demikian juga intervensi pada wirausaha baru bertujuan untuk meningkatkan serapan tenaga kerja yang signifikan. Dengan demikian organisasi kelompok, kelompok usaha, dan wirausaha baru adalah target yang strategis dalam konteks pengembangan usaha mikro di Kabupaten Garut ini.

Melihat fokus pemberdayaan pada usaha mikro kecil, maka intervensi dilakukan secara langsung (program langsung) maupun tidak langsung (program tidak langsung). Program langsung merupakan kegiatan yang didisain dan direncanakan sesuai kebutuhan *kelompok usaha*, dilaksanakan dengan menyentuh/melibatkan *kelompok usaha* secara langsung dan hasilnya dapat segera dirasakan.

Kegiatan pemberdayaan masyarakat pada usaha mikro ini dilaksanakan melalui 1) *technical training*, yaitu pelatihan yang diberikan kepada kelompok usaha yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknik produksi kelompok usaha. Baik teori (class room) maupun praktek. Materi disesuaikan dengan kebutuhan lapangan; 2) *management training*, yaitu pelatihan yang diberikan kepada kelompok usaha yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajerial kelompok usaha. Baik teori maupun simulasi/praktek. Meliputi pelatihan manajemen keuangan, produksi, organisasi, dan pemasaran, dimulai dengan paket yang paling sederhana, yang disesuaikan dengan kondisi kelompok usaha; 3). *Consultance – Assistance*, yang diberikan kepada kelompok usaha terutama untuk mengatasi permasalahan-permasalahan di lapangan yang timbul pada rentang waktu dimana tidak ada aktivitas pelatihan, spesial mendampingi kelompok usaha yang sedang mencoba

mengimplementasikan paket-paket yang sudah diberikan dalam *technical training* dan *management training*. Tidak menutup kemungkinan pada kegiatan ini menggunakan fasilitator yang sesuai untuk berada di lapangan selama periode waktu tertentu untuk mendatangi dan atau mengumpulkan kelompok usaha untuk konsultasi/ asistensi. Pada kasus khusus, kelompok usaha yang difasilitasi untuk bertemu dengan fasilitator yang berada diluar daerah kelompok usaha.

Sementara pengembangan usaha mikro secara tidak langsung adalah kegiatan yang didisain dan direncanakan untuk mendukung upaya pengembangan kelompok usaha dan upaya mencapai sasaran kegiatan, namun didalam implementasinya tidak secara langsung menyentuh/ melibatkan kelompok usaha. Dalam hal ini yang dilakukan proyek adalah melakukan perkuatan kelompok usaha bersama, khususnya dalam hal manajemen keorganisasian. Kegiatan tidak langsung lainnya yang bersifat generik adalah promosi melalui pameran, pembaruan data, forum-forum UKM bersama stakeholders dan lain sebagainya.

Untuk mencapai tujuan tersebut maka dilakukan 3 (tiga) pendekatan pemberdayaan masyarakat, yaitu pendekatan produk, pendekatan kewilayahan, dan sinergi antar wilayah. Pendekatan ini pada akhirnya memerlukan strategi *branding* khususnya melalui implementasi model komunikasi bisnis mikro. Pendekatan ini dilakukan karena sasaran yang berbeda sektor dan berlainan lokasi, tidak dapat disamakan bentuk intervensinya, selain memiliki permasalahan yang berbeda. Namun program pemberdayaan masyarakat akan mencoba menghubungkan dalam konteks kerja sama bisnis. Platform yang digunakan adalah Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang berbasis komunitas masyarakat yang telah ada seperti majelis taklim, PKK, dan Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM). Pendekatan ini bertujuan agar seluruh masyarakat yang berada di wilayah program tergerak untuk terlibat di



dalamnya, karena dalam pelaksanaannya membutuhkan keberadaan kelompok-kelompok pionir yang dapat menjadikan contoh bagi kelompok yang lainnya sebagai bukti keberhasilan.

Konteks pemunculan usaha mikro baru ini diajukan dilaksanakan di Desa Sukarasa Kecamatan Samarang Kabupaten Garut untuk produk pangan olahan dan kemasan khusus besek dan Desa Sirnasari Kecamatan Samarang Kabupaten Garut untuk produk paper bag. Desa Sukarasa relatif tidak memiliki potensi home industri kecil yang menonjol maupun memberikan keunikan tersendiri.

Beberapa kegiatan ekonomi masyarakat dari hasil survey dan pemetaan tidak jauh berbeda seperti yang dilaksanakan di desa lainnya dengan jumlah pelaku usaha yang tidak begitu banyak, seperti; pembuatan kerupuk, konveksi jaket, rajut kopiah haji dan pembuatan boboko dan kerajinan dari anyaman bambu. Seperti kerajinan anyaman bambu misalnya belum memberikan nilai tambah yang tinggi bagi pengrajinnya.

Sebagai salah satu desa induk di Kecamatan Samarang, Desa Sukarasa memiliki keunggulan geografis, yaitu terletak di sisi jalan yang menghubungkan Samarang – Kamojang. Posisi yang strategis ini memberikan keuntungan tersendiri yaitu memberikan kemudahan dalam hal perdagangan atau pemasaran. Oleh karena itu wajar jika pengembangan ekonomi di desa ini mendorong munculnya kegiatan ekonomi baru yang dapat diinisiasikan kepada masyarakat setempat, seperti pangan olahan dan sebagainya. Tentunya dengan mempertimbangkan potensi keunikan lokal yang ada di wilayah Kecamatan Samarang, serta kemungkinan kolaborasi bisnis (*business linkage*) dengan desa lainnya.

Sedangkan Desa Sirnasari merupakan sentra tanaman padi/sawah karena banyak lahannya yang berbentuk hamparan. Home industri yang menonjol di daerah ini antara lain sentra kerupuk dan daur ulang kantong semen bekas. Produksi daur ulang kantong semen inilah yang menginspirasi tumbuhnya usaha *paper bag*.

Pengembangan industri pangan olahan yang diinisiasi di Desa Sukarasa dilakukan berdasarkan basis kelompok usaha bersama. Maka kegiatan awal yang dilakukan adalah dengan membentuk kelompok usaha perempuan, yang digerakkan oleh seorang aktivis perempuan bernama Imas Kurniasih. Sejak awal diinisiasi dari 30 anggota saat ini telah bergabung 102 anggota dan beberapa unit operasi di dalam lembaganya. Produk pertama yang dikembangkan adalah produk kemasan khusus untuk memenuhi kebutuhan produk ikon coklat khas Garut yaitu Chocodot. Selain uji coba terhadap teknik produksi yang optimum untuk bentuk produk yang baru, uji coba juga dilakukan terhadap bahan baku hingga didapatkan formulasi bahan baku yang sesuai dengan harga jual di pasar pada umumnya. Melalui teknik pengolahan yang berbeda, dengan bahan baku pada umumnya, produk Sarasa mampu bersaing dengan produk Satu tahun setelah menjalani program pemberdayaan masyarakat, Kelompok Sarasa mulai mengembangkan produk baru karena ada peluang pasar yang menjadi target penjualan produk.

Produk inovatif lainnya adalah produk Paper Bag, yang muncul dari kreativitas seorang pemuda bernama Rian dari Desa Sirnasari Kecamatan Samarang Kabupaten Garut. Program penumbuhan wirausaha muda berbasis teknologi dari Kemenegpora merupakan media lahirnya unit usaha tersebut di Kabupaten Garut. Rian merupakan satu dari lima calon wirausaha muda di Kabupaten Garut terpilih setelah melalui proses seleksi bersama 30 (tiga puluh) peserta yang mengikuti.

Terinspirasi oleh *home industri* kantong daur ulang (untuk kebutuhan toko bahan bangunan dan toko beras), menjadi menarik melakukan inovasi lain dari kantong semen menjadi produk kreatif bernilai tambah tinggi, dibandingkan dengan hanya membuat kantong untuk material dan beras. Kertas kantong semen memiliki keunikan dari sisi tekstur dan sifat bahannya yang kuat. Konsep bisnis yang diajukan Rian cukup simple, namun yang jelas berdasar permintaan pasar. Walaupun teknik produksi belum dikuasai secara matang, bahkan

seluk beluk bahan baku dan proses percetakan belum ia ketahui/kenal. Gagasan bisnis yang kuat, serta permintaan/order yang telah dikantongi dari Chocodot, membuat pemuda ini mendapatkan kesempatan mengembangkan usaha di bidang penyediaan paper bag.

Pasar pertama yang memesan paper bag adalah Chocodot sebanyak 2000 unit, dikerjakan oleh 4 orang tenaga kerja. Lima bulan pertama menjalankan usaha dengan hanya mengandalkan permintaan Chocodot ternyata belum mampu memberikan keuntungan. Spirit kewirausahaan Rian mulai turun, hingga berniat meninggalkan usahanya. Fasilitasi program pada aspek perluasan pasar membuahkan hasil mendapatkan permintaan paper bag dari kampung Sampireun. Walaupun hanya 1000 unit paling tidak mampu mengembalikan rasa percaya diri dari pelaku usaha. Saat ini Kapasitas produksi sudah mencapai 30.000 unit per bulan dengan jumlah tenaga kerja 12 orang. Dampak-dampak positif mulai dirasakan Rian, seperti tumbuh kepercayaan atas kemampuannya dalam teknik produksi dan motivasi usaha. Dalam mengembangkan usahanya Paper bag Rian saat ini telah memperoleh kemudahan dalam penyediaan bahan baku karena mendapat kepercayaan dari pemasok sehingga proses pembayaran pembelian bahan baku bisa dilakukan dengan cara berkala.

Pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat melalui organisasi kemasyarakatan seperti majelis taklim, PKK, dan Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) yang mengadopsi manajemen keuangan dan usaha modern memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap peningkatan ekonomi masyarakat lokal di Kabupaten Garut. Pengembangan model tersebut juga berhasil memunculkan wirausaha baru dari kalangan perempuan dan pemuda yang kreatif dalam merintis dan mengembangkan usahanya, sehingga mampu bersaing dengan usaha-usaha sejenis yang telah ada sebelumnya.

## **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

*Pertama*, kegiatan pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan cara memunculkan prakarsa inovatif serta inisiasi pengembangan ekonomi lokal baru di pedesaan dan di wilayah sekitarnya.

*Kedua*, Pengembangan model komunikasi bisnis mikro berbasis pemberdayaan masyarakat melalui organisasi kemasyarakatan seperti majelis taklim, PKK, dan Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) yang mengadopsi manajemen keuangan dan usaha modern memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap peningkatan ekonomi masyarakat lokal di Kabupaten Garut.

*Ketiga*, Pengembangan model tersebut juga berhasil memunculkan wirausaha baru dari kalangan perempuan dan pemuda yang kreatif dalam merintis dan mengembangkan usahanya, sehingga mampu bersaing dengan usaha-usaha sejenis yang telah ada sebelumnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Denzin, Norman K. dan Guba, Egon. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial; Pemikiran dan Penerapannya*, Penyunting: Agus Salim. Yogyakarta: PT Tiara Wacana.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Propinsi Jawa Barat. 2015. *Jawa Barat Dalam Angka 2015*. Bandung: BPS Jawa Barat.
- BPMPD Propinsi Jawa Barat. 2016. *Indikator Kinerja Pemberdayaan Masyarakat Desa di Jawa Barat*. Bandung: BPMPD Jawa Barat.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. California: Thousand Oaks, Sage Publications, Inc.
- Denzin, Norman K. dan Guba, Egon. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial; Pemikiran dan Penerapannya*, Penyunting: Agus Salim. Yogyakarta: PT Tiara Wacana.
- Ife, Jim. 1995. *Community Development Creating Community Alternatives, Vision, Analysis and Practice*. Sydney, Australia: Longman.
- Kartasmita, Ginanjar. 1995. *Kebijakan dan Strategi Pengentasan Kemiskinan*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: P.T. Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin . 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, George. 2008. *Sociological Theory*. New York: McGraw-Hill.