

POLA KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) MASYARAKAT DI KELURAHAN ATULA

¹⁾Iis Wulandari, ²⁾Edy Basri, ³⁾Hasdi Syahid Kasim

^{1,2&3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara

¹Email: iisw3262@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang pola komunikasi pemerintah dalam upaya meningkatkan UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) masyarakat di Kelurahan Atula dan faktor penghambat serta faktor pendukung pemerintah dalam upaya meningkatkan UMKM masyarakat. Manfaat penelitian ini yaitu dapat memberikan kontribusi positif bagi pemerintahan Kelurahan Atula Kecamatan Ladongi dalam upaya peningkatan ekonomi. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini berjumlah 12 orang secara *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pola komunikasi pemerintah di Kelurahan Atula menunjukkan bahwa pemerintah berperan sebagai komunikator utama yang menyampaikan pesan atau informasi penting mengenai UMKM dan masyarakat berperan sebagai komunikan yang menerima informasi tersebut. Adapun Bentuk dukungan pemerintah dalam meningkatkan UMKM masyarakat di Kelurahan Atula seperti, pembangunan infrastruktur (tempat usaha), dan program pembiayaan berupa bantuan subsidi UMKM (KUR).

Kata Kunci: Pola Komunikasi Pemerintah; Masyarakat

Abstract

This research examines the government's communication patterns in efforts to improve community MSMEs (micro, small and medium enterprises) in Atula Village and the government's inhibiting and supporting factors in efforts to improve community MSMEs. The benefit of this research is that it can make a positive contribution to the government of Atula Village, Ladongi District in efforts to improve the economy. This type of research uses descriptive qualitative. The informants for this research were 12 people using snowball sampling. Data collection techniques are observation, interviews and documentation. The results of this research show that the government communication pattern in Atula Village shows that the government acts as the main communicator who conveys important messages or information regarding MSMEs and the community acts as the communicant who receives this information. Such as forms of government support in improving community MSMEs in Atula Village, such as infrastructure development (business premises), and financing programs in the form of MSME subsidy assistance (KUR).

Keywords: Government Communication Patterns; Society

PENDAHULUAN

Indonesia adalah ekonomi pasar di mana perusahaan milik negara (BUMN) dan kelompok usaha swasta besar (konglomerat) memainkan peran penting. Ada ratusan kelompok swasta yang terdiversifikasi yang berbisnis di Indonesia (namun mereka merupakan sebagian kecil dari jumlah total perusahaan yang aktif di Indonesia). Bersama dengan para BUMN mereka mendominasi perekonomian domestik (Zaki, 2022).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia, sebagian besar merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 65,4 juta dapat menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja. Ini membuktikan bahwa dampak dan kontribusi dari UMKM yang sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia (Farisi et al., 2022). Dengan semakin banyaknya keterlibatan tenaga kerja pada UMKM itu akan membantu mengurangi jumlah pengangguran di negara ini (Mahdar et al., 2023).

Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia. Dengan komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari (Irfaniniswan et al., 2024). Komunikasi dasarnya merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek (akibat) tertentu (Kasim et al., 2021). Pemerintah desa mempunyai peranan yang sangat berpengaruh terutama dalam upaya untuk menciptakan iklim yang mendorong timbulnya prakarsa dan swadaya masyarakat di pedesaan, yang dilakukan melalui pesan-pesan, pengarahan kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan dan penyaluran aspirasi masyarakat (Ngongano & Tinggogoy, 2018).

Pemerintah daerah memberikan dorongan kepada masyarakat dalam berwirausaha. Salah satunya dalam wujud Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal dan nasional. Dalam perjalanannya, sebuah UMKM pasti memiliki kendala atau tantangan tersendiri untuk mencapai target yang ingin diraih. Salah satunya adalah terbatasnya sumber daya manusia yang telah terlatih dalam hal pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk (Mahdar et al., 2024). Akibatnya, produk lokal lebih sering dipandang sebelah mata oleh para konsumen padahal bisa jadi kualitasnya lebih baik dibandingkan produk yang namanya sudah besar (Sarlan Menungsa et al., 2023). Kemudian masalah yang sering dihadapi adalah media promosi dari sebuah UMKM. Kebanyakan UMKM masih mementingkan kuantitas produk daripada cara untuk mempromosikannya (Rahimallah et al., 2022). Media promosi merupakan suatu hal penting untuk kelangsungan kegiatan pemasaran bagi sebuah UMKM, karena melalui media promosi konsumen bisa mendapatkan informasi dari produk yang dijual (Oktaviani, 2023).

Atula adalah Kelurahan di Kecamatan Ladongi Kabupaten Kolaka Timur Sulawesi Tenggara. masyarakat yang ada di Kelurahan Atula, sebagian besar masyarakatnya mempunyai kesejahteraan ekonomi di tingkat menengah, Kelurahan Atula merupakan kelurahan yang kebanyakan masyarakatnya menggunakan KUR (Kredit Usaha Rakyat) dalam menjalankan usaha baik usaha kecil maupun menengah. Pemerintah juga memberikan fasilitas berupa tempat usaha yang bertempat di lapangan Kelurahan Atula, dan masyarakat selaku pelaku UMKM mampu memanfaatkan fasilitas tersebut dengan baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menganalisis hasil penemuan dan menjelaskan menggunakan kata-kata Sugiono (Nasution, 2023). Subjek merupakan orang, tempat, benda, ataupun lembaga (organisasi) yang sifat keadaannya akan diteliti, subjek pada penelitian ini adalah pemerintah dan seluruh pelaku UMKM di Kelurahan Atula. Informan dalam penelitian ini

berjumlah 12 orang yang terdiri dari 3 orang aparat pemerintah dan 9 orang pelaku UMKM. Informan dalam penelitian ini ditentukan *Snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awal jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informasi lain yang digunakan sebagai sumber data. (Suriani et al., 2023)

Menurut (Pujileksono, 2015) metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2019).

HASIL PENELITIAN

Pola Komunikasi Pemerintah dalam Upaya Meningkatkan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Masyarakat

Komunikasi adalah salah satu aspek dalam kehidupan manusia yang tidak mungkin dilewatkan. Dalam era digital yang terus berkembang, kemampuan berkomunikasi secara efektif menjadi semakin penting. Komunikasi memainkan peran krusial dalam mempelajari bagaimana pesan dan informasi dikirim, diterima, dan dipahami antara individu, kelompok, dan organisasi. Komunikasi merupakan proses pertukaran dan pemahaman informasi antara dua pihak atau lebih. Proses ini melibatkan pengirim pesan, penerima pesan, dan saluran komunikasi. Komunikasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, termasuk verbal (dalam bentuk kata-kata) dan nonverbal (melalui gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh) (LSPR, 2023).

Pola komunikasi adalah cara seorang Individu atau kelompok berkomunikasi. Pola komunikasi yang dibahas dalam tulisan ini adalah bagaimana suatu kelompok atau individu berkomunikasi, berdasarkan teori-teori komunikasi tentang menyampaikan atau mempengaruhi pesan (Ananda et al., 2024). Pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan yang mengaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah-langkah pada suatu aktifitas, dengan komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia atau kelompok dan organisasi (Firdaus, 2016).

Pemerintah Kelurahan Atula telah melakukan model pola komunikasi *sirkular*, dalam model komunikasi ini pesan pemerintah akan langsung sampai kepada masyarakat tanpa adanya perantara begitupun sebaliknya masyarakat bisa langsung menanggapi pesan yang diberikan pemerintah, model komunikasi ini adalah model komunikasi yang langsung menerima *feedback* dari komunikan. Konsep kedua yang digunakan Peneliti adalah bagaimana komunikasi pemerintah diluar organisasi, proses komunikasi ini menunjukkan adanya komunikasi antara pemerintah dan masyarakat dalam berbagai tindakan-tindakan pemerintah, seperti regulasi dan kebijakan yang dibuat dan dilaksanakan oleh birokrasi pemerintah dalam kaitannya dengan kepentingan masyarakat dan dunia usaha. Pemerintah di Kelurahan Atula juga memebrikan kebijakan-kebijakan kepada pelaku UMKM, seperti pembangunan infrastruktur dan program pembiayaan.

Pola komunikasi *Sirkular* merupakan hal penting dalam keberhasilan suatu komunikasi. Pola komunikasi ini merupakan pola komunikasi dua arah yaitu, komunikator

bisa menjadi komunikan dan sebaliknya komunikan bisa jadi komunikator. Peneliti menyimpulkan bahwa masyarakat bisa menjadi komunikator dan pemerintah bisa menjadi komunikan tapi pada dasarnya pemerintah adalah komunikator utama dalam penyampaian informasi.

Umpan balik dari komunikan menjadi hal penting, hal ini disimpulkan pada hasil penelitian ini yaitu pemerintah memberikan informasi kepada masyarakat mengenai UMKM karena masyarakat kurang paham dengan penyampaian tersebut maka masyarakat harus menyampaikan segala hal yang mereka tidak mengerti agar bisa mencapai tujuan dari komunikasi tersebut. Hal ini juga setara dengan pola komunikasi *Sirkular* bahwa terjadinya arus komunikasi dari komunikan ke komunikator, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi seperti ini, proses komunikasi berjalan terus yaitu dengan adanya umpan balik atau *feedback* antara komunikator dan komunikan.

Bentuk Dukungan Pemerintah dalam Upaya Meningkatkan UMKM Masyarakat

Komunikasi pemerintahan merupakan komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi pemerintahan. Karena itu komunikasi pemerintahan tidak lepas dari konteks komunikasi organisasi dan ia juga merupakan bagian dari komunikasi organisasi. Arus penyampaian dan penerimaan pesan dilakukan melalui jaringan yang sifat hubungannya saling tergantung satu sama lain berdasarkan aturan-aturan formal. Pesan yang disampaikan dan yang diterima bukan saja berupa informasi, melainkan juga penyebaran ide-ide (*sharing ideas*), instruksi (*instruction*), atau perasaan-perasaan (*feelings*) (Malone dalam Ulber Silalahi, 2014).

Pemerintah menyediakan lokasi atau tempat yang strategis kepada pelaku UMKM agar usaha yang dijalankan lancar dan mudah dijangkau oleh konsumen. Dengan ini, pemerintah sangat mempermudah pelaku UMKM dalam menarik konsumen. pemerintah Kelurahan Atula juga memberikan dukungan kepada masyarakatnya dengan cara membantu masyarakat pelaku UMKM dalam pengajuan bantuan pinjaman KUR.

Kebijakan pemerintah perlu dikomunikasikan dengan baik kepada Masyarakat. Hal ini bertujuan untuk menjamin bahwa setiap kebijakan pemerintah tersampaikan dan dipahami masyarakat. Kebijakan pemerintah pada dasarnya merupakan kebijakan yang ditujukan kepada masyarakat dalam pengertian yang seluas-luasnya, baik itu dilakukan secara langsung maupun tidak secara langsung. Pola komunikasi *Sirkular* mendukung hasil penelitian ini dengan adanya *feedback* atau umpan balik dari masyarakat terkait dengan kebijakan-kebijakan pemerintah mengenai UMKM tersebut.

Upaya meningkatkan UMKM pemerintah memberikan kebijakan-kebijakan seperti, pembangunan infrastruktur berupa tempat usaha dan program pembiayaan bersubsidi UMKM berupa KUR (kredit usaha rakyat).

SIMPULAN

Pola komunikasi yang dikembangkan di Kelurahan Atula adalah pola komunikasi *sirkular*. Pola komunikasi *sirkular* merupakan komunikasi dua arah, dimana setiap masyarakat akan mengirim dan menerima pesan dan pemerintah akan mendistribusikan pesan yang diterimanya. Pola komunikasi pemerintah di Kelurahan Atula menunjukkan bahwa pemerintah berperan sebagai komunikator utama yang menyampaikan pesan atau informasi penting mengenai UMKM dan masyarakat berperan sebagai komunikan yang menerima informasi tersebut. Pada pola komunikasi ini juga masyarakat bisa menjadi komunikator dan pemerintah bisa menjadi komunikan tapi pada dasarnya pemerintah adalah komunikator utama dalam penyampaian informasi.

Bentuk dukungan pemerintah dalam meningkatkan UMKM masyarakat di Kelurahan Atula seperti, pembangunan infrastruktur (tempat usaha), dan program pembiayaan berupa bantuan subsidi UMKM (KUR).

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Suyuti, N., & Basri, E. (2024). *POLA KOMUNIKASI SISWA SUKU BUGIS DENGAN SUKU BALI*. 2(2), 217–222.
- Farisi, S. Al, Fasa, M. I., & Suharto. (2022). *PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT*. 9(1), 73–84.
- Irfaniniswan, Basri, E., & Syahrudin. (2024). *Pola komunikasi dalam pelayanan kesehatan di rumah sakit djafar harun kabupaten kolaka utara 1&3*. 2(2), 94–103.
- Kasim, H. S., Kurniawan, S., Hasyim, A., & Hutari, N. A. (2021). Model Komunikasi Pekerja Seks Komersial Dalam Menarik Pelanggan Di Media Sosial Michat Di Kota Kendari. *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 3(2)(1), 123–138.
<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER/article/view/455/320>
- Mahdar, M., Putera, Z., Satyadharma, M., & Safitri, T. N. (2023). Representasi Nasionalisme Dalam Jurnalisme Media Online Di Mektv Kendari. *Swarnadwipa*, 7(2), 57–66.
<https://doi.org/10.24127/sd.v7i2.2882>
- Mahdar, M., Satyadharma, M., Susanti, N., & Karamani, D. D. (2024). *Komunikasi petugas dalam peningkatan layanan perizinan berusaha berbasis risiko (dinas perhubungan provinsi sulawesi tenggara)*. 6(1), 1–8.
<https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jdigital/article/view/1564>
- Ngongano, Y., & Tinggogoy, D. C. (2018). *Peran Pemerintah Desa Dalam Pembangunan (Studi kasus di Desa Laba Besar, Kecamatan Loloda Selatan)*.
- Oktaviani, S. (2023). *Peran Komunikasi Pemerintah Dengan Mempromosikan Hasil Produksi UMKM Desa Pulau Tanjung Kabupaten Asahan Communication Role of the Government with Promoting Village UMKM Production Results Tanjung Island , Asahan District*. 2(2), 170–176.
- Rahimallah, M., Tanzil, A., Muslan, M., & Saputra, A. N. (2022). Persepsi Inovasi Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Kendari Tahun 2022. *Musamus Journal of Public Administration*, 5(1), 090–103. <https://doi.org/10.35724/mjpa.v5i1.4756>
- Sarlan Menungsa, A., Purwitasari, P., Syahrudin, S., & Muslan, M. (2023). Model Komunikasi Transaksional antara Pedagang dengan Pembeli di Pasar Kota Kendari. *Translitera*, 12(2).
<https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/translitera/article/view/3196>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (Ed.), *ALVABETA.CV* (kedua). ALFABETA.CV.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau*. 1, 24–36.
- Zaki. (2022). *Pengaruh Pemberian Kredit Usaha Rakyat Terhadap Pendapatan Umkm*. 1(1), 17–22.