

## STRATEGI KOMUNIKASI SUKU DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN, KOPERASI DAN UKM DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI WILAYAH KOTA JAKARTA SELATAN

Lisa Rahayu<sup>1</sup>, Weni A. Arindawati<sup>2</sup>, Luluatu Nayiroh<sup>3</sup>

Universitas Singaperbangsa, Karawang, Indonesia

Email: [1910631190092@student.unsika.ac.id](mailto:1910631190092@student.unsika.ac.id)

### ABSTRAK

Peran UMKM yang cukup vital bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia perlu mendapatkan perhatian khusus. Pemerintah sebagai salah satu poros pertumbuhan ekonomi akan selalu menjadi sorotan terhadap perannya bagi masyarakat. Peran UMKM yang vital tidak diikuti oleh pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, maka dari itu program jakpreneur dihadirkan untuk membantu mengatasi permasalahan UMKM dalam proses pertumbuhannya. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh Sudin PPKUKM dalam mengembangkan umkm di wilayah kota jakarta selatan. Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi Middleton yang dijabarkan melalui tahapan strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Fred R David yaitu: Perencanaan strategi, Pelaksanaan strategi, dan Evaluasi strategi. Penentuan informan secara purposive sampling dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian mengenai strategi yang dilakukan oleh Suku Dinas PPKUM Jakarta Selatan berdasarkan pada tiga tahapan strategi yakni, tahap perencanaan strategi dengan ditetapkan pendamping untuk mensosialisasikan program jakpreneur kepada masyarakat, menentukan bentuk pesan dan media yang akan digunakan. Tahap pelaksanaan berupa kegiatan pelatihan soft skill dan hard skill dengan masyarakat sebagai target sarannya. Tahap evaluasi strategi terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan UMKM setelah mengikuti pelatihan. Pendampingan UMKM sangat diperlukan, apalagi saat ini UMKM dapat dengan mudah dan terjangkau menjual produknya menggunakan teknologi informasi.

**Kata-kata Kunci:** Strategi Komunikasi, UMKM, Jakpreneur

### ABSTRACT

*The role of MSMEs which is quite vital for Indonesia's economic growth needs special attention. The government as one of the axis of economic growth will always be in the spotlight for its role for society. The vital role of MSMEs is not followed by the knowledge and skills of MSME actors, therefore the jakpreneur program is presented to help overcome MSME problems in their growth process. The purpose of this research is to find out and analyze the communication strategy used by PPKUKM Sub-agency in developing SMEs in the city area of South Jakarta. The method in this research is a qualitative method with a descriptive research type. This study uses Middleton's communication strategy theory which is explained through the stages of communication strategy proposed by Fred R David, namely: strategic planning, strategy implementation, and strategy evaluation. Determination of informants by purposive sampling with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results of the research on the strategy carried out by the South Jakarta PPKUM Sub-agency are based on three strategic stages, namely, the strategic planning stage by assigning a companion to socialize the jakpreneur program to the public, determining the form of messages and media to be used. The implementation phase is in the form of soft skill and hard skill training activities with the community as the target. In the strategy evaluation stage, there is an increase in MSME knowledge and skills after attending the training. MSME assistance is needed, especially now that MSMEs can easily and affordably sell their products using information technology.*

**Keywords:** Communication Strategy, MSMEs, Jakpreneur

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu kegiatan usaha yang didirikan oleh perorangan atau kelompok yang dijalankan secara produktif dan memenuhi kriteria sebagai jenis usaha mikro. UMKM merupakan kegiatan usaha yang dikelola oleh individu maupun kelompok dengan tujuan untuk menyejahterakan individu atau kelompok tersebut (Idayu, Husni, & Suhandi, 2021). Jenis UMKM dijelaskan dalam UU RI No.20 Tahun 2008 yang dikategorikan berdasarkan pendapatan omset per tahun, total kekayaan atau aset, dan jumlah karyawannya. Sedangkan usaha yang tidak masuk dalam kategori UMKM disebut usaha besar. Sektor UMKM adalah salah satu kegiatan usaha di Indonesia yang kehadirannya sangat diperhitungkan, sebab jenis usaha ini merupakan salah satu kegiatan usaha yang memiliki kontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi nasional.

Penunjang ekonomi terbesar di Indonesia di dominasi oleh keberadaan UMKM, dan dinilai mempunyai prospek yang baik di masa depan untuk memerangi kemiskinan dan secara signifikan berpotensi memperluas dan meningkatkan ketahanan ekonomi baik secara individu, regional dan nasional. Peranan UMKM dipandang sebagai tulang punggung perekonomian nasional, sebab adanya UMKM dapat membuka

lapangan kerja dan menjadi penyumbang terbesar nilai produk domestik bruto. Sedangkan peran UMKM bagi perekonomian daerah dan individu dapat meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat, dan memperkecil angka pengangguran daerah serta mengembangkan potensi yang dimiliki masyarakat daerah. Faktor yang mendukung peran UMKM tersebut karena umumnya UMKM menghasilkan barang atau jasa yang relatif sering dibutuhkan oleh masyarakat, menggunakan bahan baku lokal dan sumber daya lokal, serta memerlukan modal usaha yang relatif minim.

Transformasi digital, kemajuan teknologi dan semakin tingginya persaingan pasar, khususnya di pasar lokal mengharuskan UMKM menyesuaikan dengan keadaan-keadaan tersebut agar peran UMKM yang vital ini tidak tergerus oleh zaman yang semakin maju. Rendahnya tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki para pelaku UMKM merupakan masalah dasar yang perlu ditangani agar keberadaan UMKM bisa tetap eksis dan semakin berkembang serta mampu bersaing dengan produk-produk asing yang semakin membanjiri industri dan manufaktur Indonesia.

Maka dari itu pengembangan terhadap UMKM sangat diperlukan untuk membantu para pelaku UMKM di masa depan dalam

menemukan cara untuk meningkatkan kapasitas usahanya. Pembinaan UMKM dapat dilakukan dengan melakukan identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM, menyiapkan program pembinaan dan pengembangan yang sesuai dengan masalah yang dihadapi UMKM, melaksanakan program pembinaan dan pengembangan UMKM, dan mengawasi kegiatan dari program pembinaan dan pengembangan UMKM tersebut. Dalam melaksanakan pembinaan dan pengembangan UMKM ada ruang lingkup pembinaan meliputi bidang produksi, dan pengelolaan, pemasaran, sumber daya manusia, dan teknologi (Florita, 2018).

Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta menjadi salah satu sorotan dari pertumbuhan ekonomi. Maka, Pemprov DKI Jakarta menghadirkan sebuah Program Kewirausahaan Terpadu atau yang dikenal dengan istilah Jakpreneur yang secara sah ditetapkan dalam Pergub No.2 Pasal 1 Ayat 6 Tahun 2020. Keberadaan Jakpreneur diharapkan dapat membantu masyarakat yang memiliki kemauan untuk mengembangkan usahanya dengan meningkatkan keterampilan dan kemandiriannya melalui pelatihan kewirausahaan terpadu.

Dalam mencapai tujuan dari program ini, Jakpreneur memberikan 7 fasilitas pengembangan yang dikenal dengan 7P yaitu

Pendaftaran, pelatihan pendampingan, perizinan, permodalan, pemasaran, dan pelaporan keuangan. Pendaftaran adalah upaya yang dilakukan dengan tujuan melancarkan dan memudahkan proses pengumpulan data, dan menganalisa informasi terhadap penerapan suatu program untuk memastikan bahwa program berjalan sesuai rencana dan mengurangi resiko terjadinya masalah ditengah jalannya program. Adapun pelatihan merupakan tahapan dimana para UMKM mendapatkan pembinaan atau pelatihan baik secara teknis dan non teknis, pada tahapan ini diharapkan terbentuknya jiwa kreatif, inovatif dan mandiri dari pelaku UMKM. Selanjutnya tahap pendampingan yang merupakan tahapan dimana pelaku UMKM diberikan pendampingan untuk melakukan sosialisasi program, kordinasi, monitoring dalam kegiatan usaha, fasilitas serta evaluasi dalam mening kapasitas usahanya. Setelah mendapatkan pendampingan, UMKM juga mendapatkan fasilitas perizinan dimana pelaku UMKM akan dibantu memperoleh dokumen perizinan untuk produk atau jasa yang mereka miliki secara kolektif dilakukan oleh perangkat daerah penyelenggara. Kemudian, program ini juga memberikan fasilitas pemasaran bagi pelaku UMKM, yang mana nantinya melalui program ini pelaku UMKM akan dibina dalam memasarkan produknya melalui kerjasama dengan lembaga

atau pihak lain secara langsung atau tidak langsung dan berbasis online, atau offline. Selain itu, melalui program ini para pelaku UMKM juga mendapatkan fasilitas permodalan, dimana pelaku usaha nantinya akan mendapat kemudahan akses permodalan dari beberapa lembaga pembiayaan usaha. Terakhir, pelaku usaha juga akan mendapatkan binaan terkait pelaporan keuangan usaha, yang mana pelaporan keuangan dalam kewirausahaan merupakan bagian yang cukup penting bagi kelangsungan perkembangan UMKM, pelaku UMKM akan dibina menyusun laporan keuangan usaha yang berbasis aplikasi untuk memberi kemudahan bagi pelaku usaha.



**Gambar 1: Program Jakpreneur**  
Sumber: [jakpreneur.jakarta.go.id](http://jakpreneur.jakarta.go.id)

Salah satu faktor keberhasilan sebuah program adalah strategi komunikasi nya. Strategi komunikasi dapat menjadi penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi. Efektivitas komunikasi dapat memberikan pemahaman yang sama dan merangsang pihak lain untuk berfikir atau melakukan sesuatu. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif akan menambah keberhasilan individu ataupun organisasi. Sama halnya dengan Program Jakpreneur yang melakukan strategi komunikasi melalui kegiatan pelatihan kewirausahaan untuk memberikan pemahaman ke para UMKM. Untuk mencapai tujuan strategi komunikasi diperlukan perencanaan yang matang sebagai antisipasi mengurangi terjadinya kegagalan di situasi dan kondisi yang bisa berubah-ubah dan mendapatkan respon yang konsisten dengan tujuan Program Jakpreneur ini.

Middleton, seorang spesialis dalam perencanaan komunikasi, memberikan definisi strategi komunikasi: "Strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua aspek komunikasi, termasuk komunikator, pesan, saluran, penerima, dan pengaruh, disesuaikan untuk mencapai tujuan komunikasi terbaik."(Kasuma, Hairunnisa, & Nurliah, 2022).

Fred R David dalam (Adawiyah & Arif, 2022) menjelaskan tahapan strategi, yaitu Perencanaan Strategi, Pelaksanaan Strategi, Evaluasi Strategi. Pemilihan strategi

komunikasi adalah langkah paling penting dalam membuat rencana komunikasi; Jika dilakukan secara tidak benar, hasilnya akan menjadi fatal dan merugikan waktu, materi, dan tenaga. Teori ini peneliti gunakan untuk mengetahui bagaimana cara sudin ppkm jakarta selatan mengembangkan umkm

Berdasarkan uraian diatas, rumusan dari penelitian ini adalah menggali informasi bagaimana strategi komunikasi suku dinas perindustrian, perdagangan, koperasi dan ukm dalam mengembangkan umkm di wilayah kota jakarta selatan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh Sudin PPKUKM dalam mengembangkan umkm di wilayah kota jakarta selatan.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian adalah serangkaian kegiatan untuk mencaari kebenaran terhadap sebuah studi penelitian, yang diawali dengan munculnya pemikiran kemudian membentuk rumusan masalah sehingga menimbulkan hipotesis awal, dengan dibantu dan persepsi penelitian terdahulu, sehingga penelitian bisa diolah dan dianalisis dan akhirnya membantu kesimpulan (Hafni Sahir, 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hal ini sesuai dengan

tujuan penelitian untuk menggali data informasi berkaitan dengan strategi komunikasi yang digunakan Jakpreneur dalam memberikan pelatihan kewirausahaan dan minat berwirausaha masyarakat.

Peneliti menggunakan dua jenis sumber data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari sumber pertamanya, yaitu orang yang ada, mengetahui atau terlibat langsung dalam lingkungan yang akan diteliti (Syahza, 2021). Data primer diperoleh peneliti melalui wawancara dengan subjek penelitian. Kemudian, data sekunder merupakan data yang peneliti dapatkan dari sumber yang sudah ada berupa dokumentasi, laporan evaluasi, dan lain sebagainya (Nurdin & Hartati, 2019).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yang dipopulerkan oleh Millies dan Huburman dengan tahapan : 1) Reduksi data, 2) Penyajian Data, 3) Penarikan Kesimpulan (Hardani et al., 2020).

Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini digunakan apabila peneliti mengetahui serta meyakini informasi yang diperlukan dalam penelitian dapat diperoleh dari individu atau satu kelompok sasaran yang menguasai dan adalah karakteristik informan yang dipilih :

**Tabel 1: Kereteria Informan**

Nama	Posisi	Kriteria
1. Anita Fuji Utami	Kepala Seksi (Kasie)	1. Orang yang bekerja di Sudin PPKUM Jakarta Selatan 2. Mengetahui tentang Program Jakpreneur
2. Muhammad	Pendamping	1. Mengetahui tentang Program. 2. Terlibat langsung dalam perencanaan hingga evaluasi program di lapangan
3. Ibu Atik	Pemilik UMKM Sambosa (UMKM	UMKM binaan yang mendapatkan pelatihan dan

	Binaan)	manfaat program.
4. Ibu Tati Royati	Pemilik Usaha Roti (UMKM Binaan)	UMKM binaan yang mendapatkan pelatihan dan manfaat program.

Adapun teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah : 1) Observasi, 2) Wawancara, 3) Dokumentasi. Objek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi suku dinas perindustrian, perdagangan, koperasi dan ukm dalam mengembangkan umkm di wilayah kota jakarta selatan. Subjek dalam penelitian ini adala Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM, staff pendamping Jakpreneur dan masyarakat yang mendapat manfaat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perencanaan Strategi

Suku Dinas PPKUKM Jakarta Selatan merupakan salah satu lembaga pemerintah daerah yang melaksanakan program jakpreneur, salah satu program pengembangan UMKM. Berhubungan dengan pemberdayaan UMKM, diperlukan perencanaan agar program ini tepat sasaran dan terkordinasi dengan baik. Inti dari perencanaan yaitu dengan menetapkan komunikator. Disampaikan oleh Anita Fuji

Utami (AFU) selaku Kepala Seksi (Kasie) Perindustrian Sudin PPKUKM Jakarta Selatan terkait penentuan komunikator.

“Kalo menentukan sebenarnya itu kuasa orang Dinas ka, ada rekrutmennya. Jadi kami ya awalnya cuma melamar layaknya orang mencari pekerjaan, misalnya ada lowongan di Sudin sebagai Pendamping kalo kita cocok dengan syarat yang diberlakukan instansi ya di apply, dan posisi kita saat ini sesuai dengan posisi apa yang kita apply. Minimal pendidikan itu harus S1” (AFU, Kasie, 20 Juli 2023 ).

Seorang komunikator harus memenuhi kriteria komunikator yaitu : kredibilitas dalam menyampaikan pesan sehingga dianggap benar dan dapat dipercaya serta daya tarik akan dikagumi dan disenangi (Wijaya, 2015). Namun dari hasil wawancara peneliti menyimpulkan tidak ada syarat ataupun kriteria khusus dalam menetapkan komunikator, sebab individu yang berperan sebagai komunikator merupakan orang yang secara sadar untuk mengisi posisi tersebut atau dengan kata lain bukan orang yang dipilih atau ditunjuk secara khusus.

Proses perencanaan selanjutnya yaitu terkait strategi pesan komunikasi Sudin PPKUM dalam melakukan pengembangan UMKM, seperti yang diungkap salah satu informan Muhammad (M) selaku Pendamping UMKM.

“Pendamping UMKM di 10 kecamatan Jakarta Selatan itu kan ada 80 orang mba, masing-masing pendamping di tiap kecamatan punya PIC. Sebelum pendamping mensosialisasikan program ke lapangan. Nah PIC ini akan dikumpulkan ke Sudin untuk mendapat arahan juga terkait strategi sudin tuh seperti apa nantinya, kalo terkait pesan ya pastinya harus berkaitan dengan program dan hal-hal yang menyangkut UMKM misalnya pelatihan, program halal, haki pokoknya harus edukatif dan infomatif. Nah dari Sudin ini kan diteruskan ke pendamping, pendamping mensosialisasikan ke masyarakat seperti itu mba. Oh iya kita pendamping ini juga mendapat pelatihan dari dinas dan ada sertifikasi BNSP juga yang berlaku 3 tahun.” (M, Pendamping, 20 Juli 2023)

Peneliti menyimpulkan berdasarkan keterangan yang diperoleh saat wawancara bahwa strategi pesan komunikasi Sudin PPKUM dalam mengembangkan UMKM diawali dengan melakukan komunikasi publik antar Sudin PPKUKM dengan para pendamping. Komunikasi publik berfungsi menumbuhkan semangat kebersamaan (solidaritas), memengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik dan mengajar. Jadi sebelum para pendamping terjun ke lapangan untuk membantu permasalahan UMKM, maka para pendamping tersebut sudah mendapatkan pendidikan atau pelatihan

sebelumnya. Hal senada terakit bentuk pesan diperoleh dari wawancara bersama Zahra (Z) selaku Pendamping UMKM.

“Bentuk dari pesan yang dibuat itu.. satu, website, flayer, spanduk. Kalo flayer, misalnya kita buat flayer..informasi nya harus ada itu kegiatan apa, kapan dilaksanakan, jam berapa, bertempat dimana, link pendaftaran sama kontak yang bisa dihubungi, kalo website itu untuk masyarakat yang mau bergabung sebagai anggota jakprenenur bisa daftar sendiri lewat website jakpreneur.”(Z, Pendamping, 20 Juli 2023).



**Gambar 1 : Flayer Pelatihan Soft Skill**

Dari wawancara bersama Zahra diketahui Flayer menjadi salah satu bentuk dari strategi pesan yang digunakan oleh Sudin PPKUKM yang berisikan pesan persuasif, informatif dan edukatif. Dari gambar yang disajikan pesan yang tercantum berisi pesan yang selaras dengan tujuan serta bersifat informatif dan educatif yang ditujukan kepada khalayak sasaran yaitu masyarakat. Pesan harus dibuat sesuai dengan tujuan. Apabila tujuannya untuk mengajak atau menyadarkan,

maka sifat pesan harus persuasif dan edukatif. Jika tujuannya hanya menyampaikan informasi, pesan harus bersifat informatif (Kurniadi & Hizasalasi, 2017)

Dalam perencanaan, penentuan media juga diperlukan dalam proses penyampaian pesan. Pemilihan dan penggunaan media yang tepat dapat mendukung tercapainya tujuan. Penggunaan media harus sesuai karakter target sasaran. Hal terkait pemilihan dan penggunaan media disampaikan melalui wawancara oleh informan Muhammad (M).

“ Untuk media kita paling WhatsApp sama Instagram si mba.. Kalo WhatsApp itu untuk ini yaa menginformasikan kalau ada pertemuan atau kegiatan-kegiatan yang menyangkut UMKM gitu kita sampaikan di grup. Kalo Instagram juga sama dan setiap kegiatan yang dilangsungkan itu pasti kami dokumentasi, baik foto atau video nah itu nanti di posting di Instagram @sudinppkukmjaksel sebagai bukti terlaksananya kegiatan..sama pelatihan juga sebagai media langsung kan tatap muka” (M, Pendamping, 20 Juli 2023)

Hal senada juga disampaikan oleh Zahra (Z) dalam wawancara :

“Pemilihan media itu kita pake yang sering digunakan pada umumnya dan mudah dipahami, seperti Ig dan WhatsApp terutama WhatsApp itu aja sih.. apalagi mayoritas UMKM itu kan Ibu-Ibu yang punya kerjaan lain dirumah, jadi kita gunakan yang mudah-



mudah aja. Nambahin juga, pelatihan juga salah satu media kita yaa, media komunikasi langsung.” (Z, Pendamping)

Menurut Gerlach dalam (Zahwa & Syafi'i, 2022) media meliputi orang, peralatan, bahan, kegiatan, yang dimanfaatkan untuk memudahkan audiens mendapatkan informasi, pengetahuan, keterampilan, sikap, materi dan sebagainya. Dari hasil wawancara yang diperoleh diketahui bahwasannya program jakpreneurs memilih menggunakan media yang paling banyak, paling sering dan mudah digunakan serta difahami oleh seluruh kalangan masyarakat. Dalam hal ini WhatsApp dan Instagram menjadi pilihan media yang digunakan dalam menyebarkan segala bentuk informasi berkaitan program. Dalam wawancara juga disampaikan bahwa mayoritas anggota yang bergabung adalah ibu rumah tangga, sehingga pemilihan 2 media tersebut sangat memudahkan mereka dalam menerima informasi

Serangkaian strategi yang direncanakan tentunya ditujukan kepada target sasaran. Sebelum proses pelaksanaan dilakukan perlu diketahui siapa saja yang menjadi target sasaran dari pesan-pesan yang ingin disampaikan.

“Sesuai dengan tujuan awal pengembangan UMKM, jadi target kita itu Pelaku UMKM, Ibu Rumah Tangga, Lulusan baru yang pada punya usaha. Dari namanya

saja PPKUKM jadi sasarannya gajauh dari orang yang punya usaha sih mba di bidang kuliner, fesyen, carft gitu. Dan orang yang gapunya usaha atau baru sekedar niat untuk membuka usaha itu juga boleh banget bergabung dengan kita” (M, Pendamping).

Dari hasil wawancara bersama (M) didapati penentuan target sasaran yaitu masyarakat yang memiliki usaha dan berkeinginan membuat usahanya berkembang dan menjadi semakin baik dari segala segi. Tidak hanya itu, bahkan masyarakat yang belum memiliki usaha tetapi memiliki minat berwirausaha juga menjadi target sasaran dari program ini. Mengetahui orang yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat dasar. Sebab seluruh perencanaan komunikasi akan ditujukan kepada target sasaran.

### **Pelaksanaan Strategi**

Tahapan dari pelaksanaan merupakan langkah yang dilakukan untuk menerapkan perencanaan komunikasi yang telah dibuat kepada khalayak yang sudah ditentukan dalam perencanaan. Di program jakpreneurs ini khalayak sasarannya adalah masyarakat yang memiliki usaha. Adapun tahapan proses pelaksanaan di lapangan yang dilakukan disampaikan oleh informan.

“Pertama kita itu izin dulu ke kecamatan bahwa akan melakukan sosialisasi ke lapangan. Kalau dari kecamatan oke, lanjut

tembusannya ke kelurahan mba kemudian kita ke rw atau rt untuk izin juga bahwa akan melakukan atau memberikan pelatihan terkait program ke masyarakat, nah nanti rw atau rt nya yang menyosialisasikan dan menggerakkan masyarakat. Kita gabisa tiba-tiba dateng ke masyarakat, kita juga harus bawa surat tugas. Terus kita itu biasa make RPTRA sebagai tempat kita berkumpul nah itu juga memerlukan izin yang diketahui pihak kelurahan” (M, Pendamping).

Dari keterangan yang disampaikan oleh informan, peneliti menyimpulkan bahwa dalam kegiatan pelaksanaan program juga perlu adanya regulasi dan izin baik dari instansi maupun lingkungan setempat dalam hal ini kelurahan, rw atau rt.

Dalam menungjang keberhasilan pelaksanaan program ke masyarakat, juga dibutuhkan pendekatan yang dilakukan oleh komunikator kepada masyarakat. Pendekatan diperlukan agar pesan komunikasi yang disampaikan lebih efektif dan mengurangi kemungkinan terjadinya salahfaham. Pendekatan yang dilakukan disampaikan juga oleh narasumber zahra saat wawancara.

“Pendekatannya itu kita kumpulkan peserta atau masyarakat di suatu tempat, misalnya di RPTRA baru disitu nanti kita sosialisasi. Nah apa yang kita sosialisasikan harus menarik, itu salah satu pendekatan juga agar masyarakat mengenal jakpreneur kalo ini wadah yang memang UMKM perlukan,

kemudian saat sosialisasi kita juga ada komunikasi 2 arah, tanya jawab pendamping dengan UMKM agar kita pendamping juga tau apa aja yang menjadi kendala UMKM dan apa yang mereka butuhkan.” (Z, Pendamping).

Pendekatan diperlukan untuk memahami keadaan baik khalayak dan lingkungan seperti memahami kebudayaan setempat, menggandeng masyarakat. Dari hasil wawancara bersama Zahra diketahui bahwa komunikasi yang dijalin oleh pihak Sudin merupakan bentuk komunikasi antarpribadi (Interpersonal Communication). Peneliti menyimpulkan komunikasi antarprobadi ini bertujuan untuk meningkatkan hubungan antar insan, menghindari dan mengatasi konflik-konflik probadi, mengurangi ketidakpastian, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan anggota atau masyarakat yang bergabung. Ini menjadi salah satu pendukung keberhasilan program. Pelatihan menjadi inti dari pelaksanaan program jakpreneur. Sebelum memberikan pelatihan kepada masyarakat tentu harus melewati prosedur izin dan melakukan pendekatan kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan pelatihan disampaikan oleh informan Muhammad.

“Pelatihan kita itu ada soft skill dan hard skill. Kalo soft skill itu pelatihan tentang materi-materi aja kaya presentasi dan membangun mindset pengusaha ke UMKM.

Kalo hard skill nay itu kita langsung praktek membuat. Misalnya dari kami ada program pelatihan membuat kuliner A, masyarakat praktik langsung membuat dengan diarahkan langsung oleh chef ahli. Itu gratis, masyarakat hanya perlu daftar dan bawa diri saja mba.”  
(M,Pendamping)



**Gambar 2 : Pelatihan Soft Skill**



**Gambar 3 : Pelatihan Hard Skill**

Dari hasil wawancara dengan (M) inti dari bentuk pelaksanaan program itu adalah pelatihan, pelatihan yang diberikan terbagi menjadi 2 jenis yaitu pelatihan soft skill, yang bertujuan membangun mindset pengusaha, berbagi pengetahuan dan pengalaman serta mengetahui dan memahami letak kendala pelaku UMKM dalam mengembangkan

usahanya. Sedangkan pelatihan hard skill dalam pelaksanaan program merupakan kegiatan praktik secara langsung suatu bidang usaha dengan mendatangkan langsung tenaga ahli di bidangnya untuk menjadi pendamping dari kegiatan pelatihan hardskill tersebut. Dari wawancara juga diketahui program pelatihan soft skill dan hard skill bersifat gratis, perlengkapan yang juga sudah disediakan. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa program ini memang benar-benar program yang bermanfaat dan dibutuhkan oleh masyarakat khususnya pelaku usaha.

Pelatihan merupakan inti dari suatu program, menurut Wayne F. Cascio dalam Wiliandari “Pelatihan merupakan proses jangka pendek yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan teknis dengan tujuan terbatas. Pelatihan terdiri atas program-program yang direncanakan untuk memperbaiki kinerja baik di level individu, kelompok atau organisasi (Wiliandari, 2014)

Untuk mempraktekkan rencana komunikasi, diperlukan strategi atau taktik yang tepat. Taktik dan strategi memiliki hubungan yang signifikan. Taktik dapat diubah sebelum mengimplementasikan strategi yang sudah direncanakan. Tetapi jika kita merasakan bahwa ada masalah di taktik yang digunakan, maka harus ada perubahan dalam strategi (Nayiroh, 2020)

## Evaluasi Strategi

Evaluasi menjadi tahap terakhir dari strategi setelah melakukan perencanaan dan pelaksanaan. Keberhasilan perencanaan dapat dilihat dari seberapa besar perkembangan yang dialami UMKM. Evaluasi dijadikan ukuran untuk menilai apakah perencanaan yang sudah ditetapkan berjalan dengan baik dan efektif atau tidak. Hal tersebut dilihat dari hasil wawancara oleh Zahra (Z) selaku pendamping UMKM.

“Untuk evaluasi sejauh mana pengetahuan UMKM kita melakukan test mba. Sebelum pelatihan kita adakan pre test dulu ke UMKM dan skor nya itu cuma di angka 30-40. Nah selesai pendampingan, selesai pelatihan kita adakan lagi post test dan skor nya 90-100 berarti pengetahuan UMKM berkembang setelah mengikuti pelatihan. Kemudian kita juga nanti akan meminta atau melihat laporan omzet bulanan UMKM, nanti dari situ kan bisa keliatan ka kalo omzet nya meningkat ya ada peningkatan dari UMKM-nya” (Z, Pendamping, 20 Juli 2023).

Diketahui dari hasil wawancara, pengadaaan posttest dan pretest menjadi salah satu langkah yang dilakukan untuk mengukur sejauh mana tingkat pemahaman dan pengetahuan yang sudah dimiliki masyarakat sebelum dan sesudah mendapatkan pelatihan, laporan omzet bulanan juga dijadikan bahan

evaluasi untuk mengukur sejauh mana UMKM tersebut sudah berkembang.

Tahap evaluasi memerlukan bukti sejauh mana program telah berjalan dan bagaimana respon masyarakat dengan adanya program jakpreneur. Informasi disampaikan oleh Ibu Puji Raharti (TR) selaku pemilik UMKM Roti.

“Program ini bagus sekali ka untuk para UMKM, UMKM kecil khususnya ya. Apalagi pas pandemi kemaren sampe sekarang juga itu membantu banget ibu- ibu yang mau bantu suaminya untuk kebutuhan, untuk anak-anak. Kita juga dapet pengetahuan dari jakpreneur untuk usaha kita seperti pelatihan.” (TR, Pelaku Usaha, 20 Juli 2023)

Hasil evaluasi tersebut diperkuat oleh informasi yang diberikan pemilik usaha lain, yaitu Ibu Atik (A) selaku pemilik usaha makanan sambosa.

“Saya baru kenal program ini sekitar satu tahun, pas saya nyemplung di jakpreneur luar biasa banyak kemudahan bagi UMKM, fasilitasnya luar biasa, kami diberikan kemudahan mulai dari mendapat halal, haki untuk produk kita biar nama produk kita tuh diakui. Jadi luar biasa positif nya banyak banget.” ( A, Pelaku Usaha, 20 Juli 2023 ).

Dari wawancara yang peneliti lakukan oleh masyarakat, peneliti menarik kesimpulan bahwa program ini sudah berjalan sesuai dengan tujuannya yaitu meningkatkan keterampilan, kemandirian dan pengetahuan

UMKM. Peneliti juga menyimpulkan target yang dituju sudah tepat sasaran.

Evaluasi program juga dikonfirmasi oleh informan (M) yang memiliki andil dalam pelaksanaan program di lapangan ini menunjukkan hasil evaluasi yang harus dilaporkan. Pelaporan juga menjadi bagian akhir dari perencanaan. Pelaporan yang menunjukkan hasil yang positif akan dijadikan acuan untuk pelaksanaan program selanjutnya.

“Iya jadi kita sebagai pendamping ketika turun ke masyarakat harus memiliki bukti laporan saat dilapangan. Kemudian kita harus mengerjakan atau membuat paper dari bab 1 sampe bab 5, itu salah satu bukti atau bentuk laporan kami sebagai pendamping. Yang kedua itu ada video testimoni setelah pelatihan, yang ketiga ada bukti foto saat sosialisasi, pelatihan dan apapun foto saat dilapangan. Nah itu nanti dibikin dalam satu paper dan itu yang akan kita bawa ke sudin kita. Bahwasannya benar ada anggaran yang dikeluarkan oleh sudin untuk pelatihan.” (M, Pendamping, 20 Juli 2023).

Tahapan evaluasi ini menjadi alat untuk meninjau segala bentuk kegiatan dari internal maupun eksternal, dan menjadi landasan untuk mengambil tindakan korektif. Informan (M) dalam wawancara menyampaikan perlu adanya bukti yang harus dilaporkan dari berjalannya program jakpreneur dimana setiap pendamping harus

membuat paper sebanyak 5 bab yang akan dilaporkan ke Sudin.

Menurut Wirawan, Evaluasi menjadi riset untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan informasi yang bermanfaat mengenai objek yang di evaluasi, menilainya kemudian membandingkan dengan indikator evaluasi dan hasilnya dapat digunakan untuk mengambil keputusan memperbaiki objek yang di evaluasi.” (Muthe, 2015).

## KESIMPULAN

Strategi komunikasi Sudin PPKUM Jakarta Selatan dalam merencanakan strategi dengan mengumpulkan PIC pendamping dari tiap kecamatan untuk diberikan pengarahan terkait strategi program, bentuk pesan berupa sosialisasi, flayer, spanduk yang mengandung pesan informatif dan edukatif dan menggunakan media sosial whatsapp dan instagram sebagai media untuk menyalurkan informasi, media tersebut dipilih karena banyak dan seringnya masyarakat menggunakan, selain itu pelatihan juga menjadi salah satu media dalam melakukan komunikasi 2 arah secara langsung. Bentuk pelaksanaan strategi ialah kegiatan pelatihan dengan target sasaran masyarakat. Kegiatan pelatihan yang dilakukan tentunya atas pengetahuan dari kecamatan dan pihak warga setempat seperti rw atau rt. Kegiatan pelatihan berupa pelatihan soft skill dan hard skill. Pelatihan soft skill berupa kegiatan pemberian

materi untuk membentuk mindset kewirausahaan atau yang berkaitan dengan UMKM dan program jakpreneur. Sedangkan pelatihan hardskill yaitu pelatihan berupa praktik langsung seperti membuat kuliner, fesyen, kerajinan dengan mendatangkan tenaga ahli di lapangan. Evaluasi yang diterima oleh Sudin PPKUM sesuai dengan yang diharapkan yakni adanya perkembangan yang ditunjukkan oleh UMKM baik dari pengetahuannya yang dilihat dari hasil pretest dan posttest ataupun keterampilannya yang diamati saat pelatihan hardskill secara langsung.

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan di masyarakat merupakan langkah krusial yang harus dilakukan untuk meningkatkan sektor UMKM. Dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi, program pendidikan terpadu dapat digunakan untuk mempromosikan sikap kewirausahaan ini. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang menjadikan kewirausahaan sebagai salah satu mata kuliah wajib di sekolah. Selain itu, perluasan pendidikan kejuruan yang bertujuan untuk membina kewirausahaan akan menghasilkan lulusan dengan pengetahuan dan kemahiran dalam disiplin ilmu tertentu serta semangat kewirausahaan. Selain dukungan finansial, pendampingan pemasaran untuk UMKM sangat penting. Saat ini, UMKM dapat dengan mudah dan terjangkau menjual produknya menggunakan teknologi informasi.

Hal ini menuntut pemerintah untuk mempercepat proyek infrastruktur komunikasi Palapa Ring agar dapat menyediakan layanan internet berkualitas tinggi, aman, dan terjangkau bagi para pelaku UMKM di seluruh Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R., & Arif, M. C. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sampang dalam Merukunkan Penganut Sunni-Syiah. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 131–144. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i2.11477>
- Florita, A. (2018). Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Oleh Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Padang. *Ilmu Administrasi Publik*, 1.
- Hafni Sahir, S. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN*. T. Koryati, Ed., (1st ed.). Medan: Penerbit KMB Indonesia.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Fatmi Utami, E., Rahmatul Istiqomah, R., Asri Fardani, R., Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. (H. Abadi, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM ) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten, 7(1), 73–85.
- Kasuma, E., Hairunnisa, & Nurliah. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Balikpapan Pada Program Halte Sampah Di Kelurahan Gunung Bahagia. *EJournal Ilmu Komunikasi*, vol 10(2), 41–51.

- Kurniadi, H., & Hizasalasi, M. (2017). Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Dier Kantong Plastik Oleh GIDKP Di Indoensia. *Medium*, 6(1).
- Muthe, A. P. (2015). Pentingnya Evaluasi Program Di Institusi Pendidikan : sebuah pengantar, pengertian, tujuan dan manfaat. UKSW.
- Nayiroh, L. (2020). Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah dalam Upaya Pelestarian Budaya Sunda pada Kepemimpinan Dedi Mulyadi di Kabupaten Purwakarta Efforts of Regional Government Communication Strategies to Preserve Sundanese Culture in Dedi Mulyadi ' s Leadership in Purwa. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 3(1), 14–20.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial. (Lutfiah, Ed.). Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Syahza, A. (2021). Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021)(Issue September) (revisi). Pekanbaru: UR Press.
- Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan dan Strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan. *Jurnal Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*, XVIII(1), 53–61. Retrieved from [http://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera\\_journal/article/view/428](http://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428)
- Wiliandari, Y. (2014). Rancangan Pelatihan Dan Pengembangan SDM Yang Efektif. *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*.
- Zahwa, F. A., & Syafi'i, I. (2022). Pemilihan Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(1).