



Volume 12 No. 1 Juli 2021

**PERAN KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DINAS KOPERASI,
UKM, PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN
KABUPATEN INDRAMAYU DALAM MEMBERDAYAKAN
UMKM DI INDRAMAYU**

***DEVELOPMENT COMMUNICATION'S ROLE OF
DEPARTMENT OF COOPERATIVES, SMEs, TRADE, AND
INDUSTRY IN EMPOWERING MSMEs IN INDRAMAYU***

Aliza Firda Fiddiniyah

Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang
Jl. Walisongo No. 3-5, Tambakaji, Ngaliyan, Kota Semarang
e-mail: aff.alizafirda@gmail.com

ABSTRAK

Sustainable Development Goals (SDGs) memiliki tujuh belas agenda pembangunan yang berlaku sejak tahun 2015 hingga 2030. Pertumbuhan ekonomi sebagai salah satu agenda memiliki keterkaitan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM dalam menghadapi berbagai tantangan globalisasi memerlukan pemberdayaan yang salah satunya dapat dilakukan oleh Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian (DISKOPDAGIN). DISKOPDAGIN Kabupaten Indramayu senantiasa melakukan pemberdayaan terhadap UMKM yang ada di Indramayu agar mampu bersaing dengan pelaku usaha yang lebih global. Pemberdayaan yang dilakukan oleh DISKOPDAGIN tentunya tidak dapat terlepas dari proses komunikasi pembangunan. Tujuan penulisan artikel ini adalah mendeskripsikan peran komunikasi pembangunan DISKOPDAGIN Kabupaten Indramayu dalam memberdayakan UMKM yang ada di Indramayu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan informan yang terpilih melalui teknik *purposive sampling* serta melalui berbagai literatur yang relevan dengan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh DISKOPDAGIN Kabupaten Indramayu terdiri dari membentuk sentra sebagai pusat kegiatan usaha, melakukan pelatihan-pelatihan dalam rangka memberdayakan sumber daya manusia pelaku UMKM dan menyediakan pendamping bagi para pelaku UMKM. Peran komunikasi pembangunan DISKOPDAGIN Kabupaten Indramayu dalam memberdayakan UMKM di

Indramayu berupa komunikasi pembangunan memberikan informasi bagi masyarakat mengenai agenda pembangunan, komunikasi pembangunan memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif, dan Komunikasi pembangunan berperan dalam mengajarkan pekerjaan atau *skill* yang dibutuhkan dalam agenda pembangunan.

Kata Kunci: DISKOPDAGIN, Indramayu, Pemberdayaan, SDGs, dan UMKM.

ABSTRACT

Sustainable Development Goals (SDGs) have seventeen development agendas that apply from 2015 to 2030. Economic growth as one of the agendas has a linkage to Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). MSMEs in facing various challenges of globalization require empowerments, one of which can be carried out by the Department of Cooperatives, SMEs, Trade and Industry (DISKOPDAGIN). DISKOPDAGIN of Indramayu Regency always empowers MSMEs to be able to compete with more global businesses. The empowerment carried out by DISKOPDAGIN certainly cannot be separated from the development communication process. This study aims to describe the role of communication development of DISKOPDAGIN in empowering MSMEs in Indramayu. This study used descriptive qualitative research method. The research data were obtained through interviews with selected informants by using purposive sampling techniques and through various literatures relevant to the research. The results show that the empowerment of MSMEs carried out by DISKOPDAGIN in Indramayu Regency consisted of establishing a center for business activities, conducting trainings in order to empower human resources for MSMEs, and providing mentors for MSMEs. The role of development communication at DISKOPDAGIN in empowering MSMEs in Indramayu Regency was in the forms of providing information for the community about the development agenda, allowing the community to actively participate, and teaching jobs or skills needed in the development agenda.

Keywords: DISKOPDAGIN, Indramayu, Empowerment, SDGs, MSMEs.

1. Pendahuluan

Sustainable Development Goals (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) dideskripsikan sebagai rencana aksi untuk manusia, planet dan kemakmuran (Jones et al. 2017: 2). SDGs merupakan agenda yang berhasil disahkan pada pertemuan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang ke-70 (Ramadhani and Prihantoro 2020: 118). Pertemuan tersebut berlangsung pada tanggal 25-27 September 2015 di New York, Amerika Serikat. Pada pertemuan tersebut Indonesia diwakili oleh Jusuf Kalla

selaku Wakil Presiden Indonesia. Hasil pertemuan tersebut menyepakati adopsi SDGs untuk periode 2015-2030 yang menggantikan *Millenium Development Goals* (MDGs) yang berakhir pada akhir bulan Desember tahun 2015 (Turistiati and Purwokerto 2020: 103).

SDGs memiliki empat pilar utama yang saling terintegrasi yaitu pembangunan sosial, ekonomi, lingkungan, hukum dan tata kelola. Keempat pilar tersebut menjadi sasaran dari 17 agenda yang tertuang dalam SDGs. Ketujuh belas agenda SDGs terdiri dari : (1) Tanpa kemiskinan; (2) Tanpa kelaparan; (3)

Kehidupan sehat dan sejahtera; (4) Pendidikan berkualitas; (5) Kesetaraan gender; (6) Air bersih dan sanitasi layak; (7) Energi bersih dan terjangkau; (8) Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi; (9) Industri, Inovasi, dan Infrastruktur; (10) Berkurangnya kesenjangan; (11) Kota dan permukiman yang berkelanjutan; (12) Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab; (13) Penanganan perubahan iklim; (14) Ekosistem lautan; (15) Ekosistem daratan; (16) Perdamaian, keadilan dan kelembagaan yang tangguh; dan (17) Kemitraan untuk mencapai tujuan (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia).

Pertumbuhan ekonomi sebagai salah satu agenda dalam SDGs memiliki keterkaitan dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia memiliki peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi. UMKM merupakan kegiatan usaha yang dapat dilakukan pada berbagai sektor dan memiliki tujuan untuk meningkatkan investasi, penyerapan jumlah tenaga kerja, pemerataan dalam distribusi pendapatan pengurangan jumlah kemiskinan, serta pembangunan ekonomi (Harahap, Luviana, and Huda 2020: 153). Peranan UMKM bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia hendaknya terus diperhatikan. Apalagi dengan adanya globalisasi sehingga memunculkan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang mengakibatkan persaingan dalam ekonomi semakin terbuka. Oleh karena itu UMKM di Indonesia perlu perlu meningkatkan daya saing sebagai industri kreatif dan inovatif

dalam menghadapi MEA (Martini 2017: 221-222).

Peningkatan kualitas UMKM dalam rangka meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi tentunya tidak dapat terlepas dengan proses komunikasi. Manusia selaku pelaku UMKM senantiasa memerlukan komunikasi baik untuk berinteraksi dengan sesama pelaku UMKM maupun dengan berbagai pihak lainnya untuk menjalin kerjasama sehingga dapat mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan secara bersama-sama. Dedy Mulyana (Mulyana 2015: 6) menyatakan bahwa melalui komunikasi seorang individu dapat menjalin kerjasama dengan anggota masyarakat untuk mencapai tujuan bersama. Tujuan yang hendak dicapai oleh seseorang tentunya mempengaruhi jenis komunikasi apa yang akan digunakannya sehingga tujuan dan isi komunikasinya pun akan berbeda. Ketika komunikasi hendak digunakan untuk membantu mencapai agenda SDGs maka jenis komunikasi yang diperlukan adalah komunikasi pembangunan.

Komunikasi pembangunan merujuk pada komunikasi yang digunakan untuk pembangunan. Maksudnya komunikasi digunakan untuk membawa perubahan atau meningkatkan cara hidup masyarakat atau dengan kata lain pesan yang dirancang berupaya untuk mengubah perilaku masyarakat atau untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Komunikasi pembangunan memiliki tujuan akhir berupa peningkatan kualitas hidup yang baik bagi masyarakat baik dalam sektor ekonomi, sosial maupun politik (Cangara 2020: 315). Komunikasi memiliki

peranan dalam proses pembangunan berkelanjutan. Schram menyatakan tiga peranan komunikasi dalam proses pembangunan yakni komunikasi memberikan informasi mengenai agenda pembangunan, komunikasi memungkinkan masyarakat untuk berperan aktif dan komunikasi berperan untuk mengajarkan *skill* yang dibutuhkan dalam pembangunan (Akbar, Putubasai, and Asmaria 2019: 115). Bentuk komunikasi pembangunan yang dapat diterapkan guna mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berupa dialog partisipasi dan pemberdayaan (Cangara 2020: 468).

Indramayu merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Barat. Indonesia dikenal sebagai kota mangga karena Kabupaten Indramayu merupakan penghasil terbesar buah mangga di Indonesia. Mangga menjadi salah satu produk unggulan dalam menunjang sektor ekonomi di Kabupaten Indramayu. Selain mangga, Indramayu memiliki beberapa produk unggulan lainnya berupa beras, batik Indramayu, kerupuk, ikan dan udang, serta makanan dan minuman hasil olahan buah mangga (Sari, Darsanto, and Ismail 2020: 222). Berbagai produk unggulan tersebut senantiasa diolah dan dipasarkan oleh berbagai UMKM yang ada di Indramayu. Meskipun UMKM di Indramayu sudah memiliki berbagai produk unggulan, sayangnya para pelaku UMKM di Indramayu masih memiliki pemasaran yang minim. Hal tersebut memerlukan bantuan dari berbagai pihak agar UMKM yang ada di Indramayu dapat bersaing dalam memasarkan berbagai produk yang dihasilkannya. Berdasarkan hal

tersebut, UMKM di Indramayu masih sangat membutuhkan pemberdayaan agar bisa lebih mandiri lagi.

Pemberdayaan UMKM yang ada di Indramayu sangatlah diperlukan. Jika dilihat berdasarkan kuantitas, Kepala seksi pengawasan koperasi dan usaha kecil menengah menyatakan bahwa jumlah UMKM di Kabupaten Indramayu hampir mendekati angka dua ratus ribu pelaku usaha. Kenaikan jumlah pelaku usaha senantiasa meningkat selama dua tahun terakhir. Tetapi sayangnya para pelaku usaha di Kabupaten Indramayu masih belum mampu sepenuhnya mandiri. Beberapa pelaku usaha memang sudah bisa mandiri dalam mengembangkan usahanya bahkan sudah bisa *go international*, seperti produk batik yang berasal dari Indramayu. Tetapi jumlah pelaku usaha yang mandiri masih sedikit, terhitung kurang dari 20% dari total pelaku usaha secara keseluruhan. Beberapa pelaku usaha belum memiliki motivasi yang tinggi untuk meningkatkan usaha yang dijalankannya. Usaha yang dijalankan hanya sebatas dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari tanpa memikirkan bagaimana agar usahanya bisa berkembang lebih jauh sehingga dapat meningkatkan kualitas hidupnya. Para pelaku usaha senantiasa masih berharap besar pada berbagai bantuan yang diberikan pemerintah dibandingkan dengan berpijak pada kaki sendiri untuk menjadi mandiri. Penguasaan masyarakat Indramayu terhadap berbagai kemajuan teknologi pun masih belum merata. Globalisasi yang mengakibatkan pemasaran suatu produk tidak hanya dilakukan secara

langsung melainkan secara virtual melalui berbagai platform *e-commerce*, masih belum dikuasai secara sepenuhnya oleh para pelaku usaha di Indramayu. Beberapa pelaku usaha pun masih belum mampu untuk mengakses izin usaha yang saat ini sudah dapat diakses secara *online* dengan bantuan teknologi. Berbagai permasalahan tersebut tentunya menjadi bahan bagi berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas UMKM yang ada di Indramayu agar mampu bersaing dengan UMKM dari luar daerah dan juga mampu menembus pasar internasional. Peningkatan kualitas UMKM tersebut dapat dilakukan oleh berbagai pihak baik dari kalangan pemerintah, akademisi, praktisi, maupun masyarakat sendiri. Salah satu pihak pemerintah yang memperoleh tugas untuk menaungi UMKM pada tingkat Kabupaten atau Kota adalah Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian (DISKOPDAGIN).

Berdasarkan berbagai hal yang telah dipaparkan, penulis merasa tertarik untuk membahas mengenai “Peran Komunikasi Pembangunan Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Indramayu dalam Memberdayakan UMKM di Indramayu”.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data berupa data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Tanzeh 2011: 64). Adapun penelitian

kualitatif deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan suatu kondisi yang terjadi (Purba 2018: 194).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh peneliti melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap beberapa informan terpilih. Informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria informan yang diajukan peneliti berupa informan terdiri atas pihak dinas yang terkait dengan UMKM dalam hal ini adalah Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian. Selain itu informan merupakan pelaku UMKM yang berada di Indramayu dan pernah menerima pemberdayaan yang diberikan oleh DISKOPDAGIN Kabupaten Indramayu. Sumber data sekunder diperoleh melalui buku-buku, jurnal-jurnal maupun penelitian yang relevan untuk melengkapi informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

3. Hasil dan Pembahasan

Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian (DISKOPDAGIN) merupakan lembaga pemerintah yang berada pada tingkat Kabupaten atau Kota. DISKOPDAGIN memiliki tugas yang berkaitan erat dengan perekonomian masyarakat. DISKOPDAGIN Kabupaten Indramayu berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Indramayu Nomor 9 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Indramayu serta

berdasarkan Peraturan Bupati Indramayu Nomor 41 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Indramayu memiliki fungsi merumuskan kebijaksanaan; melaksanakan kebijakan; melaksanakan evaluasi dan pelaporan; melaksanakan administrasi dinas, menyelenggarakan koordinasi, konsultasi dan kerjasama di bidang koperasi, usaha kecil dan menengah, perdagangan dan perindustrian (Dinas Koperasi, UKM 2019: 5). Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sasaran dari program kerja dari DISKOPDAGIN.

DISKOPDAGIN Kabupaten Indramayu berupaya melakukan pemberdayaan terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Indramayu. Berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO. XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) perlu diberdayakan sebagai bagian integral dari ekonomi rakyat yang memiliki kedudukan, peran, serta potensi strategis dalam mewujudkan struktur perekonomian nasional yang semakin seimbang, berkembang dan berkeadilan (Suci, Tinggi, and Ekonomi 2017: 54). Rahmiati selaku kepala seksi pengawasan koperasi dan usaha kecil menengah memiliki harapan melalui pemberdayaan yang dilakukan oleh DISKOPDAGIN terhadap UMKM agar pelaku usaha di Indramayu bisa mandiri, kuat

dan dapat meningkatkan kualitas hidupnya. Tujuan tersebut sesuai dengan tujuan pemberdayaan yang dikemukakan Soleh yakni tujuan akhir dari pemberdayaan masyarakat adalah untuk meningkatkan harkat dan martabat hidup manusia atau dengan kata lain meningkatkan kualitas hidup manusia (Soleh 2014: 81).

UMKM diatur dalam Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Berdasarkan pasal 1 dalam UU no. 20 tahun 2008, pengertian dari usaha mikro, kecil dan menengah adalah (*Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*, pasal 1):

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang

perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

UMKM juga memiliki kriteria khusus yang tercantum dalam UU No. 20 tahun 2008. Bab VI Pasal 6 UU No. 20 tahun 2008 menyatakan kriteria dari UMKM sebagai berikut (*Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*, Bab VI Pasal 6):

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah); atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan

paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

UMKM memerlukan pemberdayaan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas hidup para pelaku usaha agar dapat mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Pemberdayaan atau empowerment menurut Merriam Webster dalam *Oxford English Dictionary* memiliki dua pengertian yaitu *pertama*, Pemberdayaan menurut Mubyarto adalah upaya membangun masyarakat dengan mendorong, memotivasi, serta membangkitkan kesadaran akan kemampuan atau potensi yang dimiliki serta berupaya untuk dikembangkan (Sunariani, Gorda, and Mahaputra 2017: 3). Pemberdayaan dalam Cangara dapat dilakukan dengan tiga cara berupa (Cangara 2020: 423):

1. Menciptakan iklim yang kondusif bagi masyarakat untuk berkembang.
2. Memperkuat potensi masyarakat dengan mempersiapkan sarana dan prasarana baik fisik maupun sosial yang dapat diakses oleh masyarakat.

3. Memberdayakan dalam arti melindungi dan membela masyarakat lemah.

Pemberdayaan terhadap UMKM tentunya tidak hanya melibatkan satu pihak semata. Berbagai pihak senantiasa terlibat dan bekerjasama untuk memberdayakan UMKM sehingga mampu mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Pemberdayaan terhadap ekonomi kerakyatan hendaknya dilakukan oleh pemerintah bekerjasama dengan lembaga-lembaga swadaya masyarakat serta dunia perbankan (Putri 2018: 5).

DISKOPDAGIN sebagai bagian dari pemerintah daerah Kabupaten Indramayu melakukan beberapa hal sebagai bentuk pemberdayaan terhadap UMKM di Indramayu. Pemberdayaan tersebut berupa:

- 1. Pembentukan sentra sebagai pusat kegiatan usaha**

Pembentukan sentra merupakan pemberdayaan yang dilakukan dengan menciptakan iklim atau suasana yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Pembentukan sentra kegiatan usaha tersebut dilakukan agar para pelaku usaha memiliki tempat untuk menjalankan kegiatan usahanya. Sentra yang menjadi primadona dari Kabupaten Indramayu ialah sentra yang berada di pinggiran Kali Cimanuk. Sentra yang berada di pinggiran Kali Cimanuk tersebut senantiasa ramai dikunjungi oleh para pembeli. Produk yang dipasarkan di Sentra yang berada di pinggiran Kali

Cimanuk didominasi oleh produk berupa makanan dan kerajinan.

Pendekatan komunikasi pembangunan yang dilakukan berkaitan dengan pembentukan sentra tersebut adalah pendekatan kelembagaan. Pendekatan kelembagaan merupakan pendekatan yang dilakukan untuk melakukan program pembangunan dengan melibatkan berbagai lembaga baik lembaga pemerintahan maupun non-pemerintah (Cangara 2020: 337). Pembentukan sentra melibatkan kerjasama dengan berbagai pihak lainnya yaitu dengan Dinas Lingkungan, Dinas Cipta Kerja untuk membangun ruko-ruko yang akan menjadi sentra bagi para pelaku usaha.

- 2. Melakukan pelatihan-pelatihan dalam rangka memberdayakan sumber daya manusia pelaku UMKM**

Pemberdayaan melalui pelatihan merupakan bentuk pemberdayaan yang dilakukan untuk memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (Cangara 2020: 423). Sumber daya manusia pelaku UMKM senantiasa diberdayakan oleh DISKOPDAGIN Kabupaten Indramayu. Pemberdayaan sumber daya manusia tersebut dilakukan dengan cara mengadakan pelatihan-pelatihan yang dapat meningkatkan kemampuan para pelaku usaha sehingga diharapkan kemampuan yang diperoleh dari pelatihan tersebut dapat

dikembangkan oleh pribadi masing-masing. Contoh pelatihan yang pernah dilakukan berupa pelatihan mengenai *marketing online*, pembuatan kue dan makanan, serta beragam pelatihan lainnya.

Pemberdayaan melalui pelatihan tersebut dilakukan dengan menggunakan metode pemberdayaan berupa pelatihan partisipatif. Metode pelatihan partisipatif merupakan metode pemberdayaan dengan melakukan pelatihan yang didasarkan pada kebutuhan masyarakat atau kebutuhan dari sasaran pemberdayaan (Soleh 2014: 104). Metode pelatihan partisipatif lebih menekankan pada intensitas hubungan antara instruktur pelatihan dengan kelompok sasaran. Pelatihan *marketing online* yang diadakan DISKOPDAGIN dengan bekerjasama dengan salah satu pihak *e-commerce* yakni Shopee merupakan salah satu bentuk pelatihan partisipatif. Zakki selaku salah satu peserta pelatihan memaparkan bahwa pelatihan tersebut tidak hanya dilaksanakan satu kali kemudian selesai. Pelatihan tersebut dilakukan selama beberapa kali dengan diawali pertemuan tatap muka kemudian dilanjutkan dengan menggunakan *new media* berupa aplikasi zoom. Hal tersebut mengindikasikan bahwa dalam kegiatan pemberdayaan media massa memiliki salah satu peranan penting yakni untuk menginstruksikan

(Cangara 2020: 315) kepada kelompok sasaran terkait pelatihan *marketing online* tersebut. Pasca pelatihan usai, pihak fasilitator tetap memantau perkembangan para peserta melalui *whatsapp group* sehingga fasilitator dapat mengetahui sejauh mana partisipasi para peserta dalam pelatihan tersebut.

3. Menyediakan pendamping bagi para pelaku UMKM

Pendampingan pelaku usaha dilakukan sebagai bentuk pemberdayaan untuk menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (Cangara 2020: 423). Pendamping bagi para pelaku UMKM berperan selayaknya mentor yang senantiasa memberikan pengarahan bagi UMKM yang ada di Indramayu. Pendamping tersebut dipilih dan diseleksi oleh DISKOPDAGIN dalam rangka mempermudah DISKOPDAGIN dalam memberdayakan UMKM yang ada di Indramayu. Para pendamping UMKM turut membantu para pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam menggunakan teknologi. Beberapa pelaku usaha memang merupakan masyarakat yang sudah berusia di atas 40 tahun sehingga agak kesulitan dalam menggunakan teknologi. Perizinan usaha yang saat ini bisa diakses secara *online* dianggap sulit bagi beberapa orang yang tidak menguasai teknologi. Para

pendamping UMKM senantiasa membantu para pelaku yang mengalami permasalahan tersebut sehingga dapat memperoleh izin usaha yang nantinya akan mempermudah UMKM baik dalam mengakses pinjaman, mengajukan sertifikasi halal, dan lain sebagainya.

Komunikasi pembangunan sangat diperlukan dalam proses pemberdayaan masyarakat. Komunikasi pembangunan merujuk pada komunikasi yang digunakan untuk pembangunan. Komunikasi digunakan untuk membawa perubahan atau meningkatkan cara hidup masyarakat di suatu negara. Pesan dirancang sedemikian rupa sebagai upaya untuk mengubah perilaku masyarakat atau untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Sharma and Uniyal 2016: 907). Komunikasi pembangunan menurut Quebral (1971) merupakan seni dan ilmu komunikasi manusia yang diterapkan pada transformasi cepat dari sebuah negara dan massa rakyatnya dari kemiskinan ke sebuah kondisi dinamis pertumbuhan ekonomi yang memungkinkan kesetaraan sosial yang lebih besar dan semakin terpenuhinya potensi manusia (Flor 2006: 130). Komunikasi pembangunan tentunya memiliki beberapa unsur yang saling terkait satu sama lain. Unsur-unsur dalam komunikasi pembangunan hampir sama dengan unsur komunikasi pada umumnya tetapi beberapa unsur tambahan. Cangara mengemukakan unsur-unsur komunikasi pembangunan terdiri dari komunikator, pesan, media, khalayak atau

komunikasikan, efek, *feedback* dan lingkungan (Cangara 2020: 326-333).

Komunikasi memiliki peranan penting dalam proses pembangunan. Schramm mengemukakan tiga peranan komunikasi dalam proses pembangunan yakni (Akbar, Putubasai, and Asmaria 2019: 115):

1. Komunikasi memberikan informasi mengenai pembangunan dalam masyarakat, dengan fokus pada kebutuhan akan perubahan, peluang dan cara untuk berubah, alat untuk mengubah dan memperkuat aspirasi nasional.
2. Komunikasi memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan, memperluas dialog yang melibatkan berbagai pihak dalam proses pengambilan keputusan, mengaktifkan para pemimpin masyarakat untuk membimbing dan mendengarkan pendapat masyarakat serta menciptakan aliran informasi *bottom-up* yang harmonis.
3. Komunikasi memiliki peran untuk mengajarkan pekerjaan yang dibutuhkan dalam pembangunan, dari orang dewasa ke anak-anak, dari pelajaran aksara hingga pelajaran teknis yang dapat meningkatkan taraf kehidupan.

Komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh DISKOPDAGIN menggunakan pendekatan komunikasi pembangunan berupa pendekatan kelembagaan. Pendekatan kelembagaan merupakan pendekatan yang

dilakukan untuk melakukan program pembangunan dengan melibatkan berbagai lembaga baik lembaga pemerintahan maupun non-pemerintah (Cangara 2020: 337). DISKOPDAGIN senantiasa bekerjasama dengan berbagai pihak baik dari pihak pemerintah sendiri seperti Dinas Lingkungan, Dinas Ketenagakerjaan, Dinas Perikanan, Dinas Komunikasi dan Informasi, serta berbagai dinas lainnya yang ada di Kabupaten Indramayu untuk bersama-sama memberdayakan UMKM yang ada di Indramayu. Selain bekerjasama dengan berbagai dinas, DISKOPDAGIN senantiasa bekerjasama dengan pihak non-pemerintah seperti berbagai bank untuk membantu permodalan UMKM, lembaga BUMN seperti Pertamina dan lain sebagainya. Komunikasi Pembangunan yang dilakukan DISKOPDAGIN memiliki beberapa peranan sebagaimana dikemukakan oleh Schramm (Akbar, Putubasai, and Asmaria 2019: 115) dalam memberdayakan UMKM di Indramayu. Peranan tersebut meliputi:

- 1. Komunikasi pembangunan memberikan informasi bagi masyarakat mengenai agenda pembangunan.**

DISKOPDAGIN Kabupaten Indramayu senantiasa berusaha untuk mensosialisasikan mengenai agenda SDGs khususnya terkait pertumbuhan ekonomi dengan menggalakkan UMKM yang ada di Indramayu. Zakki mengemukakan bahwa UMKM yang ada di Indramayu mengetahui agenda pembangunan yang tengah digalakkan

salah satunya melalui sosialisasi yang dilakukan DISKOPDAGIN.

Komunikator pembangunan terkait sosialisasi tersebut adalah pihak pemerintah yakni khususnya pihak DISKOPDAGIN. Komunikasi pembangunan dalam sosialisasi tersebut adalah para pelaku UMKM. Pesan pembangunan yang disampaikan berupa penyampaian agenda-agenda pembangunan khususnya agenda pembangunan yang berkaitan dengan sektor ekonomi sebagai ruang lingkup DISKOPDAGIN. Media yang digunakan dalam sosialisasi tersebut berupa microphone dan pengeras suara karena sosialisasi biasanya dilakukan secara tatp muka. Efek yang dihasilkan dari komunikasi tersebut berupa para pelaku UMKM memiliki pengetahuan terkait agenda pembangunan sehingga para pelaku UMKM tidak merasa seorang diri untuk mengembangkan usahanya karena berbagai pihak terkait senantiasa dapat membantu UMKM untuk meningkatkan kualitasnya. Lingkungan tentunya memberikan andil dalam menentukan agenda pembangunan mana yang akan lebih dahulu dilakukan. Para pelaku UMKM senantiasa dapat memberikan *feedback* dengan mengajukan berbagai aspirasi untuk mendukung agenda pembangunan tersebut. Aspirasi tersebut dapat berupa usulan mengenai

pelatihan apa yang hendak diadakan untuk meningkatkan sumber daya manusia para pelaku UMKM. Para pelaku UMKM dapat mengajukan pelatihan-pelatihan yang diinginkan dengan membuat proposal yang diajukan ke desa kemudian akan dilanjutkan secara struktural ke atas sehingga pada rapat penetapan agenda pembangunan pihak BAPPEDA dapat menyalurkan aspirasi tersebut kepada pihak-pihak terkait yang tertuju dalam proposal.

2. Komunikasi pembangunan memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif.

Para pelaku UMKM senantiasa berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh DISKOPDAGIN Kabupaten Indramayu. Berbagai pelatihan senantiasa diikuti oleh para pelaku UMKM, tetapi memang belum keseluruhan UMKM memiliki kesadaran untuk *upgrade* dirinya agar mampu bersaing dengan para pelaku usaha lainnya. Meskipun demikian para pelaku UMKM senantiasa meramaikan kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh DISKOPDAGIN misalnya senantiasa mengisi stand-stand yang telah disediakan dalam rangka Pameran Pembangunan yang diadakan pada Hari Jadi Kabupaten Indramayu. Menurut Rina Safitri selaku salah satu pelaku usaha, Pameran Pembangunan

tersebut menjadi sarana promosi yang tepat bagi para pelaku UMKM dalam mempromosikan berbagai produk usaha yang dimilikinya. Bahkan pihak DISKOPDAGIN kerap kali mengajak beberapa Pejabat Daerah untuk membeli produk-produk hasil UMKM Kabupaten Indramayu.



Gambar 1. Acara Gelar Produk UMKM Kabupaten Indramayu

Tak hanya aktif mengikuti kegiatan-kegiatan yang menjadi sarana promosi produk UMKM, bahkan para pelaku UMKM senantiasa memberikan usulan bagi DISKOPDAGIN, Zakki selaku salah satu pelaku UMKM pernah mengajukan usulan berupa permintaan dibuatkan toko untuk mengakomodir produk UMKM.

3. Komunikasi pembangunan berperan dalam mengajarkan pekerjaan atau skill yang dibutuhkan dalam agenda pembangunan.

DISKOPDAGIN melalui berbagai macam pelatihan berupaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia para pelaku UMKM. Pelatihan-pelatihan yang berkaitan

dengan kemampuan atau *skill* yang dibutuhkan untuk menunjang keberlangsungan UMKM diadakan. Salah satu contohnya pelatihan *marketing online*. *Marketing online* menjadi salah satu kemampuan yang hendaknya dimiliki oleh para pelaku UMKM di era globalisasi saat ini. Melalui pelatihan tersebut para pelaku UMKM mulai mempromosikan produk UMKM nya secara *online*, salah satunya melalui media sosial. *Skill* yang dipelajari dari pelatihan yang diadakan oleh DISKOPDAGIN terus diimplementasikan oleh para pelaku UMKM sehingga produk-produk UMKM Indramayu saat ini bahkan sudah bisa sampai ke luar negeri, salah satu contohnya yaitu Batik Indramayu.

4. Simpulan dan Saran

Pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Indramayu terdiri dari membentuk sentra sebagai pusat kegiatan usaha, melakukan pelatihan-pelatihan dalam rangka memberdayakan sumber daya manusia pelaku UMKM dan menyediakan pendamping bagi para pelaku UMKM. Peran komunikasi pembangunan DISKOPDAGIN Kabupaten Indramayu dalam memberdayakan UMKM di Indramayu berupa komunikasi pembangunan memberikan informasi bagi masyarakat mengenai agenda pembangunan, komunikasi pembangunan memungkinkan masyarakat

untuk berpartisipasi aktif, dan Komunikasi pembangunan berperan dalam mengajarkan pekerjaan atau *skill* yang dibutuhkan dalam agenda pembangunan. Berbagai peran komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh DISKOPDAGIN memberikan dampak dalam memberdayakan UMKM di Indramayu, dimana para pelaku UMKM dapat mengetahui agenda pembangunan sehingga dapat ikut berpartisipasi aktif serta para pelaku UMKM dapat mempelajari dan menguasai *skill* yang dibutuhkan untuk mensukseskan agenda pembangunan.

Saran yang hendak peneliti berikan bagi pihak Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian berupa pelatihan yang diberikan terhadap pihak UMKM hendaknya tetap memperhatikan dengan kemajuan zaman sehingga materi yang diberikan sangat membantu masyarakat untuk tetap bertahan pada zaman yang senantiasa terus berubah. DISKOPDAGIN dapat memanfaatkan berbagai media sosial untuk membantu pemasaran berbagai produk UMKM yang ada di Indramayu tidak hanya dengan dipromosikan melalui *event-event* tertentu yang memiliki pameran sebagai sarana promosi produk UMKM.

Pihak UMKM yang ada di Indramayu diharapkan senantiasa berperan aktif dalam mengikuti berbagai program pemberdayaan yang dilakukan oleh berbagai pihak, salah satunya pemerintah. UMKM Kabupaten Indramayu tidak perlu menunggu pelatihan yang disediakan oleh pemerintah untuk mengembangkan kualitas sumber daya manusia, para pelaku usaha dapat berperan

aktif dengan mengikuti berbagai komunitas UMKM sebagai sarana untuk bertukar aspirasi, berbagi ilmu, serta berbagi relasi yang dapat mempermudah tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan khususnya pada sektor ekonomi.

Daftar Pustaka

- Akbar, Muhammad Fikri, Erwin Putubasai, and Asmaria Asmaria. 2019. "Peran Komunikasi Dalam Pembangunan Masyarakat." *Komunika* 2 (2): 111–27.
- Cangara, Hafied. 2020. *Komunikasi Pembangunan: Telaah Untuk Memahami Konsep, Filosofi, Serta Peran Komunikasi Terhadap Pembangunan Dan Pembangunan Komunikasi Dalam Era Digital*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Indramayu. 2019. "Rencana Kerja (RENJA) Perubahan DISKOPDAGIN Tahun 2019." 2019. <http://diskoperindag.indramayukab.go.id/renja-perubahan-2019-diskopdagin/>.
- Flor, Ila Virginia Ongkiko dan Alexander G. 2006. *Introduction to Development Communication*. Philippines: UP Open University.
- Harahap, Erni Febrina, Luviana Luviana, and Nurul Huda. 2020. "Tinjauan Defisit Fiskal, Ekspor, Impor Dan Jumlah Ukm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia." *Jurnal Benefita* 5 (2): 151–61.
- Jones, Peter, Martin Wynn, David Hillier, and Daphne Comfort. 2017. "The Sustainable Development Goals and Information and Communication Technologies." *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management* 1 (1): 1–15.
- Kementrian Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia. "Apa Itu SDGs?" Accessed December 21, 2020. <http://sdgs.bappenas.go.id/>.
- Martini, Tini. 2017. "Kompetensi Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) Kota Bandung Dalam Menghadapi Persaingan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)." *Jurnal Penelitian Pendidikan* 17 (3): 220–35.
- Mulyana, Deddy. 2015. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purba, Giovanni Malemta. 2018. "PERAN PEMERINTAH DAERAH DALAM MEMBERDAYAKAN UMKM DI KOTA SEMARANG (STUDI KASUS KAMPUNG BATIK KOTA SEMARANG)." *Journal of Politic and Government Studies* 7 (4): 191–200.
- Putri, Diana. 2018. "Strategi Komunikasi Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Pekanbaru Dalam Memberdayakan Kelompok UMKM Melalui Program Klinik Konsultasi Bisnis Di Kota Pekanbaru." *JOM FISIP* 5 (2): 1–14.
- Ramadhani, Rizky Wulan, and Edy Prihantoro. 2020. "Strategi Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro Dalam Menerapkan Nawacita Dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Development Communication Strategy by Bojonegoro District Government on Applying Nawacita and Sustainable Development Goals" 18 (2): 117–27.
- Sari, Dewi Yunita, Darsanto Darsanto, and Ismail Ismail. 2020. "RANCANG BANGUN SISTEM E-MARKETING DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM (USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH) DI KABUPATEN INDRAMAYU." *Gema Wiralodra* 11 (2): 221–32.
- Sharma, Ashish, and Deepak Uniyal. 2016. "Development Communication: The Role of Mass Media and Its Approach." *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)* 2 (11): 906–13.
- Soleh, Chabib. 2014. *Dialektika Pembangunan Dengan Pemberdayaan*. Bandung: FOKUSMEDIA.
- Suci, Yuli Rahmini, Sekolah Tinggi, and Ilmu

- Ekonomi. 2017. "PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA" 6 (1): 51–58.
- Sunariani, Ni Nyoman, A A N Oka Suryadinatha Gorda, and Ida I D M Rai Mahaputra. 2017. "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2 (1): 221–36.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Turistiati, Ade Tuti, and Universitas Amikom Purwokerto. 2020. "Pentingnya Komunikasi Efektif Dalam Mensosialisasikan Dan Mewujudkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan," no. February 2016.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.

Halaman ini sengaja dikosongkan untuk keperluan tata letak