

## **STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOPERASI, UMKM, PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN BIDANG UMKM KABUPATEN SUBANG DALAM MELAKUKAN PEMBINAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)**

Enrika Sita Wardani, Adhie Surachman, Nur'aeni  
*Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Subang*  
adhiesurachman@unsub.ac.id, nuraeni@unsub.ac.id

### ***Abstrack***

*The author conducted this research with the aim of finding out the communication strategies used by the Department of Cooperatives, MSMEs, Industry and Trade in the MSME Sector of Subang Regency in developing micro, small and medium enterprises (UMKM). This research and writing discusses how the Department of Cooperatives, UMKM, Industry and Trade in the Subang Regency MSME Sector carries out development of micro, small and medium enterprises (UMKM). In this research, the author uses descriptive analysis methods to obtain and convey facts clearly and thoroughly. Such as processing interviews, field notes, drawings, photos, and so on. The research method is observation in the field and the data is analyzed in a non-statistical way, although it does not always have to use numbers. The results of this research show that the strategies used in the Cooperative Service UMKM, Trade and Industry (DKUPP) in the District UMKM sector Subang can be concluded that it has a Strengthening Strategy, Strategy Empowerment and Protection Strategies.*

***Keywords: Communication Strategy, Development, UMKM.***

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam pengembangan perekonomian nasional di Indonesia, yang menjadi prioritas yaitu adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM telah menjadi tulang punggung sistem ekonomi rakyat untuk mengurangi permasalahan kemiskinan dan pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Melalui kewirausahaan UMKM berperan penting

dalam menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan kerja, mengurangi angka kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan dan membangun karakter bangsa.

Eksistensi UMKM memang sudah tidak diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi. UMKM mampu berkontribusi besar terhadap penerimaan Negara dengan menyumbang 61,9 % pemasukan produk domestik bruto (PDB) melalui pembayaran pajak. Laporan World Economic Forum

(WEF) 2010 menempatkan bahwa pasar Indonesia pada posisi ranking ke 15. Hal ini menunjukkan bahwa pasar Indonesia merupakan pasar yang potensial bagi Negara lain namun UMKM Indonesia belum sepenuhnya memanfaatkan potensi tersebut. World Economic Forum (WEF), dalam Pemberdayaan dan pembinaan UMKM di tengah arus globalisasi sangat penting untuk dilakukan dan tingginya persaingan baik di pasar lokal maupun global membuat UMKM harus mampu bertahan dan menghadapi tantangan yang ada, yaitu dengan melakukan inovasi produk dan jasa menjadi lebih berkualitas, kemudian dengan melakukan pengembangan sumber daya manusia sebagai penggerak dan teknologi, serta melakukan perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan guna menambah nilai jual UMKM itu sendiri, poin utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia.

Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang adalah suatu instansi pemerintah yang mempunyai tugas pokok yaitu melaksanakan kewenangan daerah di bidang usaha mikro, kecil dan menengah serta tugas pembantuan yang diberikan oleh Pemerintah atau Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Adapun fungsinya yaitu untuk membantu perumusan kebijaksanaan teknis di bidang usaha mikro, kecil dan menengah, penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum dibidang usaha mikro, kecil dan menengah sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Bupati, pembinaan dan

pelaksanaan kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah serta pengelolaan administrasi umum, meliputi urusan umum, urusan keuangan, urusan kepegawaian dan perlengkapan dinas.

Keberadaan Dinas Koperasi, UMKM Perdagangan dan Perindustrian bidang UMKM memberi peran penting dalam menunjang kegiatan ekonomi di Kab. Subang terutama dalam mengatasi masalah kemiskinan, pengangguran, dan kesenjangan ekonomi sosial dengan mengolah sumber daya alam yang tersedia di Kabupaten Subang. Dengan adanya UMKM dapat membuka lapangan pekerjaan dan menciptakan sumber daya manusia yang mampu bersaing dalam membangun dan mengembangkan usaha.

Pemerintah Daerah Kabupaten Subang mempunyai peran khusus dalam mendukung berjalannya usaha yang ada agar tetap produktif. Tidak hanya menyalurkan bantuan dana dalam bentuk pinjaman melalui koperasi ataupun LKM, Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian juga harus memberikan pembinaan agar produk yang dihasilkan berkualitas dan memiliki nilai jual serta dapat bersaing dengan produk lain. Saat ini pembinaan yang telah banyak dilakukan kepada UMKM adalah dengan memberikan pelatihan-pelatihan kewirausahaan mengenai bagaimana mengolah produk dengan potensi sumber daya yang ada. Selain melalui pelatihan dan pembinaan langsung para pelaku usaha juga di ikutkan dalam berbagai event atau perlombaan dan pameran-pameran untuk mengetahui lebih banyak pengalaman di lapangan. Event tersebut juga merupakan salah satu cara pembinaan dan

pengembangan produk yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian (DKUPP) Kabupaten Subang kepada pelaku UMKM. Melalui event diharapkan para peserta dapat mengetahui bagaimana cara mengembangkan usaha dan inovasi produk sehingga memiliki nilai jual yang tinggi dan diminati oleh masyarakat luas. Melalui event pelaku UMKM juga dapat membaca peluang dan kesempatan dalam mengembangkan pemasaran serta persaingan yang dihadapi agar produk bisa bersaing dan bertahan di pasaran.

Pengembangan UMKM layak untuk diprioritaskan, mengingat bahwa komoditas unggulan sebagian besar masih bertumpu pada sumber daya alam yang terdapat di daerah. Pendekatan model alternatif pembangunan pada Arah Pengembangan Komoditi Unggulan dapat dilakukan melalui 3 strategi yakni :

- 1) Revitalisasi UMKM serta Koperasi
- 2) Reaktualisasi pembangunan sosial, seiring pembangunan ekonomi dengan fokus pengembangan komoditi unggulan dalam wujud pengembangan kawasan andalan serta sentra produksi
- 3) Reinvestasi pembangunan yang selama ini diperoleh dari usaha besar yang mengeksplorasi SDA terbatas terhadap usaha-usaha yang menghasilkan usaha jangka panjang utamanya Komoditas Unggulan

Dalam situasi pandemi Covid-19, pelaku usaha banyak yang usahanya terhambat, bahkan hingga terhenti usahanya. Salah satu penyebab adalah akibat terhentinya permintaan produk, tersendatnya distribusi akibat tutupnya toko-toko offline

yang menjadi saluran distribusi produk UMKM. Beberapa langkah yang dijalankan adalah sebagai berikut :

1. Membuat database pelaku usaha yang terkena krisis
2. Membuat katalog produk (foto produk, harga, dan kontak pelaku usaha)
3. Membuat media promosi bersama secara berkala, baik melalui wa business, maupun sosial media.
4. Membuat kampanye #BeliProdukUMKM.
5. Membuat program donasi dengan bundling produk UMKM
6. Kerjasama pelatihan bagi para UMKM dengan PT. Indomartco (Indomart) dengan tujuan produk UMKM Subang memiliki kualitas produk yang memiliki daya saing pemasaran.

UMKM mampu meningkatkan omset usaha, kelancaran dalam pengembalian kredit dari pelaku usaha, usaha pemasaran yang dilakukan, serta pengaruh pembiayaan melalui penjaminan dengan pertumbuhan usaha. Upaya yang dilakukan untuk bisa mencapai keberhasilan tersebut dengan meningkatkan kualitas produk usaha, mengemas produk dengan kemasan yang mampu bersaing dengan kemasan produk lain karena bagi pelaku usaha dalam pemasaran kemasan produk merupakan hal penting untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu dalam mengatur pembiayaan produksi sangat penting agar budget yang dikeluarkan tidak berlebih namun dapat menghasilkan produk yang berkualitas bagus.

Metode yang akan dilakukan atas dasar pengembangan usaha masyarakat yaitu dengan cara pemberian pengetahuan dan pelatihan kepada masyarakat khususnya

terkait kewirausahaan. Pelatihan kewirausahaan mampu membentuk masyarakat menjadi lebih mandiri dan berani dalam mengambil keputusan serta mampu mempertimbangkan berdasarkan nilai - nilai ekonomis. Dalam proses pelatihan kewirausahaan ini masyarakat memperoleh keterampilan lain berupa mampu melakukan inovasi produk, pengembangan produk, mengembangkan produk unggulan kabupaten Subang, menumbuhkan wirausaha baru dan pengembangan koperasi.

Kelemahan UMKM tidak memiliki rencana bisnis seperti untuk tiga atau lima tahun ke depan. Mulai strategi pengembangan pasar, pengembangan produksi, pengembangan modal dan lain-lain, sehingga tidak fokus ketika menghadapi tantangan apa yang harus dijalankan.

**Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Bidang UMKM dalam melakukan Pembinaan UMKM di Kabupaten Subang.**

### **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a) Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Dinas UMKM dalam melakukan pembinaan UMKM di Kab. Subang?
- b) Apa saja faktor penghambat dalam komunikasi Dinas UMKM Kab. Subang dalam melakukan pembinaan UMKM di Kab. Subang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- a) Untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Koperasi Dan UMKM Kab. Subang dalam melakukan pembinaan UMKM di Kab. Subang.
- b) Untuk mengetahui faktor penghambat dalam komunikasi Dinas UMKM Kab. Subang dalam melakukan pembinaan UMKM di Kab. Subang.

### **1.4 Maksud Penelitian**

- a) Manfaat akademis, dapat menjadi bahan bagi peneliti selanjutnya mengenai strategi komunikasi.
- b) Manfaat praktis, sebagai masukan atau sumbangan pemikiran dan sumber informasi bagi Dinas UMKM Kab. Subang dalam melakukan Pembinaan UMKM di Kab. Subang.

sebagai pembanding dengan peneliti yang akan dilangsungkan. Penelitian terdahulu dapat juga diartikan sebagai sumber inspirasi bagi peneliti di kemudian hari. Penelitian ini berusaha untuk mencari informasi lebih lanjut tentang strategi komunikasi, sehingga untuk mendukung penelitian ini peneliti mencari rujukan dari berbagai macam sumber untuk di jadikan sumber referensi

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Studi Penelitian Sejenis**

Penelitian terdahulu dapat diartikan sebagai sumber lampau atau sumber yang pernah ada dari hasil penelitian yang kemudian akan digunakan oleh penulis

pendukung. Dalam penelitian ini peneliti juga terlebih dahulu mencari dan membaca beberapa sumber kajian yang memiliki Ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki beberapa kemiripan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan, berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang peneliti jadikan rujukan:

1. “Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan UKM Dalam Melakukan Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Kepulauan Meranti”
2. Penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Brownies Amanda dalam meningkatkan Loyalitas pelanggan”
3. Penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen”

### **Pengertian Komunikasi**

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi.

Menurut Everett M. Rogers (2012:69) seorang pakar Sosiologi pedesaan Amerika yang kemudian lebih banyak memberi perhatian perhatian pada studi riset komunikasi khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi yakni:

*“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih*

kemiripan untuk menambah informasi lebih mengenai strategi komunikasi.

*dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”*

### **Pengertian Strategi Komunikasi**

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani Klasik “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang artinya memimpin. Lalu ada kata strategos yang artinya memimpin tentara tingkat atas. Dalam strategi ada prinsip yang harus diterapkan, yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengejanya.”

### **Perencanaan dan Strategi Komunikasi**

Perencanaan diperlukan karena adanya keyakinan bahwa manusia dalam hidupnya tidak boleh menyerah pada keadaan, baik pada lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Manusia lahir untuk menjawab tantangan (challenge and response) yang dihadapinya. Manusia sebagai makhluk rasional memiliki potensi untuk mengubah kehidupannya dari cara tradisional menjadi modern, dari yang sulit ke cara hidup yang lebih mudah dan menyenangkan. Keinginan manusia untuk mengubah hidupnya ini menjadi landasan filosofi perencanaan, bahwa perubahan itu dilakukan untuk memperoleh kepuasan dengan hasil yang optimal, serta adanya upaya untuk melakukan penyesuaian jika terjadi

kendala dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

### **Pembinaan UMKM**

Pengertian pembinaan yang dapat disimpulkan adalah proses mendayagunakan potensi yang ada untuk menyelenggarakan kesejahteraan. Namun demikian, banyak ahli yang juga menitikberatkan pembinaan pada kegiatan untuk membuat lebih baik. Menurut Thoha (1989:7) dalam bukunya *Pembinaan Organisasi* berpendapat bahwa pembinaan adalah:

"...Suatu tindakan, proses, hasil, atau pernyataan menjadi lebih baik. Dalam hal ini menunjukkan adanya kemajuan, peningkatan, pertumbuhan, evolusi atas sesuatu. Ada dua unsur dari pengertian ini yakni pembinaan itu sendiri bisa berupa tindakan, proses, atau pernyataan dari suatu tujuan, dan ke dua pembinaan itu bisa menunjukkan kepada "perbaikan" atas suatu."

### **Teori Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi merupakan suatu cara atau taktik rencana dasar yang menyeluruh dari rangkaian tindakan yang akan di laksanakan oleh sebuah organisasi untuk mencapai suatu tujuan atau beberapa sasaran dengan memiliki sebuah panduan perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan. Adapun pengertian strategi komunikasi menurut Arifin (1994:10) adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan

yang akan dijalankan guna mencapai tujuan, jadi merumuskan suatu strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas.

### **Metode Analisis Strategi untuk Perencanaan**

Analisis SWOT ialah peralatan analisis yang bisa digunakan untuk mengukur S=Strength – Kekuatan - kekuatan yang dimiliki, W=Weakness – Kelemahan - kelemahan yang ada, O=Opportunities – Peluang – peluang yang mungkin bisa diperoleh, dan T=Threats – Ancaman – ancaman yang bisa ditemui.

### **Menyusun Strategi Komunikasi**

Dalam menyusun strategi komunikasi perlu analisis pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor yang mendukung dan menghambat. Seperti yang di jabarkan oleh Effendy (2005:39) sebagai berikut :

1. Mengenali sasaran komunikasi
2. Pemilihan Media Komunikasi
3. Pesan Komunikasi
4. Komunikator dalam Komunikasi

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis deskriptif untuk mendapatkan dan menyampaikan fakta-fakta dengan jelas dan teliti. Seperti mengolah wawancara, catatan lapangan, gambar, foto, dan lain- lainnya. Metode penelitian observasi dilapangan dan

datanya dianalisa dengan cara non-statistik meskipun tidak harus selalu menggunakan penggunaan angka.

### **Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah suatu unsur yang berperan sebagai informan yang strategis dalam proses wawancara untuk membantu dalam penulisan penelitian ini. Subjek penelitian ini mempunyai makna yang sama dengan populasi.

Penentuan subjek penelitian ini dilakukan dengan teknik pengambilan sampling yaitu, purposive sampling yang artinya informasi dianggap sebagai ahli dalam bidang operasi dan pemeliharaan. Dalam penelitian ini peneliti subjek penelitian yang ditentukan sebagai informan untuk pengumpulan data adalah:

- a. Kepala Bidang Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian bidang UMKM
- b. Kepala Seksi Pembinaan dan Pengembangan UMKM Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Objek penelitian bisa disebut juga dengan suatu hal yang akan dianalisis, diriset, dan diteliti. Sebutan itu dapat muncul karena suatu hal yang akan diteliti memiliki makna sama dengan objek penelitian. Objek penelitian itu bisa berupa suatu karya dan bisa juga suatu peristiwa yang terjadi, bahkan bisa berupa hasil wawancara atau survei. Kemudian untuk objek penelitian adalah

Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kab. Subang.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kab. Subang Bidang UMKM dalam Melakukan pembinaan UMKM”. Pengumpulan data menggunakan sumber data primer dan sekunder, data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data sedangkan data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya data-data berupa diagram, grafik, atau tabel sebuah informasi penting. Data sekunder bisa juga dikumpulkan melalui berbagai sumber seperti buku, situs, atau dokumen organisasi. Data yang telah dikumpulkan tidak langsung dianalisis melainkan terlebih dahulu diperiksa, tujuannya untuk menguji apakah data mengalami kekurangan dan kesalahan.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah cara untuk menganalisis data secara akurat. Dalam hal ini peneliti dilibatkan sedemikian rupa agar mendapatkan kesimpulan dan dapat dirumuskan dengan tepat, baik dan benar.

Secara umum, penelitian kualitatif dalam analisis data banyak menggunakan model analisis yang dicetuskan oleh Miles dan Huberman yang sering disebut metode analisis data interaktif. Mereka mengungkapkan bahwa aktifitas analisis data

kualitatif dilakukan secara interaktif dan secara terus-menerus secara tuntas, sehingga datanya sudah penuh.

Dalam hal ini peneliti menggunakan analisis data dan lapangan model Miles dan Huberman. Setelah mendapatkan data-data, aktivitas analisis data dalam penelitian kualitatif ada 3 tahapan, tahapan yang pertama yaitu tahapan reduksi data, tahap kedua display data, dan tahap ketiga yaitu kesimpulan atau verifikasi data.

### **Sejarah Singkat Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang**

Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Subang dibentuk berdasarkan Peraturan daerah Kabupaten Subang Nomor 07 Tahun 2008 tentang Organisasi Dan Tata Kerja Dinas Daerah Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Subang. Selanjutnya dalam Peraturan Bupati Subang Nomor 14C.8 Tahun 2008 diatur juga tentang Tugas Pokok Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian, yaitu melaksanakan kewenangan daerah di bidang perindustrian, perdagangan dan pengelolaan pasar serta tugas pembantuan yang diberikan oleh Pemerintah atau Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Dinas Koperasi UMKM Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang merupakan unsur Organisasi Pemerintahan Daerah (OPD) Kabupaten Subang, dipimpin Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati Subang.

### **Visi dan Misi Dinas Koperasi, UMKM Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang.**

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Dinas Perindustrian Perdagangan dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Subang 2019-2023 telah menetapkan visi merupakan keadaan yang diinginkan pada akhir periode perencanaan, ada pun perumusan visinya adalah “Koperasi Sehat, UMKM Meningkatkan dan Mewujudkan Industri Kecil Menengah yang mandiri, Perdagangan yang Berkualitas, Pasar Tradisional yang layak Dengan berbasis Gotong Royong”.

### **Strategi Dinas UMKM Kabupaten Subang dalam pengembangan sektor UMKM**

Dalam pembahasan bab ini penulis akan menjelaskan tentang Strategi Komunikasi Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian bidang UMKM Kabupaten Subang dalam Melakukan Pembinaan Usaha Kecil Mikro Menengah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Dalam rangka melakukan pembinaan UMKM, Dinas UMKM (DKUPP) Kabupaten Subang melaksanakan beberapa program kegiatan yang merupakan implikasi dari strategi yang telah ditetapkan. Strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang pada dasarnya merupakan strategi yang berasal dari kebijakan pemerintah pusat.

Dinas UMKM Kabupaten Subang hanya melaksanakan apa yang telah ditetapkan dari tingkat pusat. Akan tetapi, tidak semua strategi tersebut diterapkan di Kabupaten Subang. Hal ini disebabkan karena

pelaksanaan strategi tersebut disesuaikan dengan kondisi di daerah serta tersedianya anggaran yg dialokasikan. Berikut ini beberapa strategi yang pengembangan UMKM yang selanjutnya diimplementasikan lebih lanjut kedalam program dan kegiatan, diantaranya:

1. Strategi Perkuatan (Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi UMKM)

Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan kemampuan para pelaku usaha dalam memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumberdaya terutama sumber daya lokal. Sasaran program ini adalah meningkatnya penataan kelembagaan, permodalan, dan pemasaran bagi UMKM sehingga terwujud pelaku usaha yang kuat. Untuk mencapai sasaran tersebut maka ditetapkan program dengan kegiatan penyelenggaraan Promosi produk. Salah satu masalah besar yang dihadapi dalam pengembangan UMKM adalah rendahnya akses UMKM terhadap pasar. Maka dari itu, Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang memberikan bantuan kepada UMKM dalam memperkenalkan dan memasarkan produk produknya melalui penyelenggaraan promosi produk UMKM.

2. Strategi Pemberdayaan (Program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif UMKM)

Program ini mempunyai tujuan untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia UMKM yang tangguh dan mempunyai jiwa wirausaha. Sasaran yang akan dicapai adalah meningkatnya Sumber Daya Manusia bagi

UMKM sehingga terwujud UMKM yang kuat, mandiri, inovatif, dinamis, dan berdaya saing tinggi.

3. Strategi Perlindungan (Program Penciptaan Iklim Usaha Yang Kondusif)

Tujuan dari program ini adalah terwujudnya perubahan perilaku gerakan UMKM sesuai dengan peraturan yang berlaku. Sasaran yang akan dicapai adalah meningkatnya perubahan perilaku UMKM dalam berusaha untuk melaksanakan dan mentaati peraturan yang berlaku, sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara pelaku usaha dengan Pemerintah selaku pembina.

### **Analisis Hasil Penelitian**

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian tersebut, peneliti akan membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM dalam melakukan pembinaan UMKM di Kabupaten Subang. Dalam melakukan proses pembinaan tersebut, terdapat beberapa hal yang dibutuhkan agar tercapainya tujuan yang diinginkan yaitu dengan menerapkan konsep strategi komunikasi menurut Effendi (2005:39) yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai:

1. Analisis SWOT Pada Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang

Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman/tantangan perusahaan yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan.

## 1. Analisis Lingkungan Internal

### a. Kekuatan (Strength)

- 1) Dana yang digunakan untuk kegiatan berasal dari APBD
- 2) Memiliki kewenangan dalam menjalankan setiap kegiatan
- 3) Sarana dan prasarana yang memadai
- 4) UMKM yang berjumlah banyak dan beragam

### b. Kelemahan (Weakness)

- 1) Daerah yang sangat Luas sehingga menyulitkan pembinaan secara merata
- 2) Sebagian besar Pelaku usaha/SDM yang pendidikannya rendah
- 3) Keterbatasan anggaran

## 2. Analisis Lingkungan Eksternal

### b. Peluang (Opportunity)

- 1) Menjadi lembaga yang dapat diandalkan oleh pelaku UMKM
- 2) Memperluas jangkauan pemberdayaan UMKM
- 3) Meningkatkan kualitas program kerja

### c. Ancaman (Threat)

- 1) Lingkungan lokasi yang sulit dijangkau dan terlalu luas
- 2) Program kerja yang tidak bervariasi
- 3) Rendahnya jiwa kewirausahaan SDM pelaku UMKM

### **Alternatif Strategi**

alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh Dinas UMKM Kabupaten Subang, yaitu:

### a. Strategi SO (Strength-Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Strength) dan faktor eksternal (Opportunity), strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian. Strategi SO yang ditempuh Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian yaitu dengan Mengoptimalkan dana kegiatan yang berasal dari APBD. Semua dana yang digunakan untuk melaksanakan suatu program kerja oleh Dinas UMKM Kabupaten Subang seluruhnya didapatkan dari dana APBD ( Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah). Dana ini haruslah di optimalkan dalam rangka kegiatan pengembangan UMKM. Dengan mengandalkan seluruh kekuatan yang dimiliki, diharapkan dengan mrngoptimalkan dana APBD maka Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang mampu meningkatkan perngembangan UMKM di Kabupaten Subang.

### b. Strategi ST (Strength-Threat)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Strength) dan faktor eksternal (Threat), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian untuk mengatasi segala ancaman yang ada.

Strategi ST yang ditempuh Dinas UMKM, yaitu dengan mengoptimalkan program kerja sehingga lebih berkualitas. Seperti yang diketahui bahwa setiap program kerja yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian adalah berasal dari kebijakan pemerintah pusat yang dalam hal ini adalah Kementerian Koperasi dan UMKM. Meskipun begitu, strategi dari kebijakan pusat tidak semua dapat diaplikasikan di Kabupaten Subang. Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian berhak melaksanakan strategi yang sesuai dengan kondisi di Kabupaten Subang. Mengoptimalkan program kerja sehingga lebih berkualitas harus dilakukan agar tujuan mengembangkan UMKM dapat lebih mudah dicapai, misalnya dalam program kerja pemberian bantuan hibah. Bantuan hibah ini haruslah tepat sasaran dan jika diberikan memang akan menunjang pengembangan usaha tersebut. Begitu juga seterusnya pada program kerja lainnya.

c. Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Opportunity), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh Dinas Koperasi,

UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang, yaitu dengan Memperluas jangkauan pemberdayaan UMKM agar pembinaannya merata. Kabupaten Subang memiliki luas wilayah 2.051,76 km<sup>2</sup> sekitar 6,34 persen dari luas Provinsi Jawa Barat, kondisi ini menyulitkan Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang dalam menjangkau seluruh pelosok daerah untuk melakukan pemberdayaan UMKM. Dengan memperluas jangkauan pemberdayaan maka pembinaan UMKM akan merata, sehingga masalah-masalah seperti pendidikan SDM pelaku UMKM yang masih rendah akan teratasi dengan dilakukannya pembinaan sehingga para pelaku usaha tidak akan lagi kesulitan untuk mengembangkan usahanya.

d. Strategi WT (Weakness-Threat)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Threat), strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WT yang ditempuh oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang, yaitu dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan SDM pelaku UMKM.

Jiwa kewirausahaan haruslah dimiliki oleh setiap pelaku UMKM karena jika seorang pelaku usaha memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi, dia akan jeli melihat peluang bisnis serta mengerti cara menyikapi dan mengantisipasi kegagalan. Pelaku UMKM di Kabupaten Subang secara garis besar memiliki jiwa kewirausahaan yang rendah dan tingkat pendidikan yang rendah pula. Maka dari itu perlu dilakukan upaya untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan SDM pelaku UMKM tentu saja dengan menerapkan program kerja yang berkaitan dengan strategi- strategi seperti melakukan pelatihan.

### **Kesimpulan**

1. Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan strategi yang digunakan di Dinas Koperasi UMKM, Perdagangan dan Perindustrian (DKUPP) bidang UMKM Kabupaten Subang maka dapat disimpulkan bahwa:

a. Strategi Perkuatan, Strategi Perkuatan yang di lakukan oleh DKUPP bidang UMKM Kabupaten Subang di implementasikan dalam Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi UMKM dengan melakukan Promosi Produk.

b. Strategi Pemberdayaan, Strategi Pemberdayaan yang dilakukan DKUPP bidang UMKM Kabupaten Subang dengan program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM.

Program ini dilakukan dengan penyelenggaraan pelatihan Kewirausahaan.

c. Strategi Perlindungan, Strategi Perlindungan UMKM Kabupaten Subang dilaksanakan dalam program penciptaan iklim usaha yang kondusif dengan kegiatan fasilitasi pengembangan UMKM. Program ini dilakukan dengan memberikan Bantuan Hibah.

d. Alternatif strategi, dengan menggunakan analisis SWOT telah diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi Dinas UMKM Kabupaten Subang.

e. Dinas UMKM tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini yang harus diterapkan dalam kondisi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, dengan alternatif strategi antara lain:

1) Strategi SO (Strength-Opportunity) yang ditempuh Dinas UMKM yaitu dengan Mengoptimalkan dana kegiatan yang berasal dari APBD.

2) Strategi ST (Strength-Threat) yang ditempuh Dinas UMKM, yaitu dengan Mengoptimalkan program kerja sehingga lebih berkualitas.

3) Strategi WO (Weakness-Opportunity) yang ditempuh oleh Dinas UMKM Kabupaten Subang, yaitu dengan Memperluas jangkauan pemberdayaan UMKM agar pembinaannya merata.

- 4) Strategi WT (Weakness-Threat) yang ditempuh oleh Dinas UMKM Kabupaten Subang, yaitu dengan Menumbuhkan jiwa kewirausahaan SDM pelaku UMKM.
2. Adapun faktor penghambat yang dilakukan Dinas UMKM Kab. Subang, yaitu:
- Terbatasnya SDM dan bantuan dana dari pemerintah
  - Sulitnya untuk memberikan pengarahan kepada pelaku UMKM karena terbatasnya pengetahuan UMKM
  - Penerapan Teknologi digital
  - Kolaborasi dengan Pemerintah dan dunia usaha
  - Banyak Pelaku UMKM yang Kesulitan dalam mengembangkan usahanya karena tidak mendapatkan pinjaman dari perbankan

### **Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberi masukan saran sebagai berikut:

- Bagi Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang agar menambah inovasi dalam melakukan program kerja yang telah ditetapkan, mengoptimalkan dana APBD yang telah diberikan untuk digunakan semaksimal mungkin dalam rangka pengembangan UMKM di Kabupaten Subang dan menjangkau lebih jauh pemberdayaan UMKM agar pemberdayaan tersebut merata keseluruh UMKM.

- Bagi UMKM di Kabupaten Subang agar menjaga dan memanfaatkan secara maksimal Bantuan Hibah yang telah di berikan oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang untuk mengembangkan usaha mereka dan menambah omzet para pelaku UMKM. Karena bantuan tersebut tidak semua UMKM bisa mendapatkannya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Sumber Buku :**

- Changara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Changara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Effendi, O . Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* . Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy. J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Ariffin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi*. Bandung : Amrico.

Suryadi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi: Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung : Rosda.

Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.

Adi, Rukminto. 2008. *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Arifin, Zaenal. 2006. *Dasar-dasar Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta : PT. Grasindo.

Hafzah, Mohammad. (2004). *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)* Infokop No. 25 Tahun XX.

#### **Sumber Jurnal:**

Resti Wahidah (2018). Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan UKM Dalam Melakukan Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Kepulauan Meranti.

Sumiyati (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Brownies Amanda dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.

Sumiyati, Lilik Murdiyanto (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen.

Dina Rudha (2020). Peranan Komunikasi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru Dalam Melakukan Pembinaan UMKM Di Kota Pekanbaru