



## STRATEGI KOMUNIKASI RUMAH BUMN SUMBAWA DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN SUMBAWA

Muhammad Ziyadatul Ihsan <sup>1</sup>, Lalu Ahmad Taubih <sup>2</sup>

Universitas Teknologi Sumbawa

[ziyadihsan@gmail.com](mailto:ziyadihsan@gmail.com)

### Abstract (English)

This research contains the Communication Strategy of the Sumbawa BUMN House in the Development of UMKM in Sumbawa Regency. The purpose of this study was to determine the communication strategy of the Sumbawa BUMN House in the development of UMKM in Sumbawa Regency. In this study using Anwar Arifin's communication strategy theory. According to Anwar Arifin, to be able to design and implement a communication strategy properly, there are five important stages, namely knowing the audience, compiling messages, determining methods, selecting and using media, and the evaluation stage. The results of this study show that the communication strategy carried out by the Sumbawa BUMN House to improve the skills, knowledge and capacity of business actors in managing and developing businesses by conducting training and mentoring. Furthermore, the communication strategy used by the Sumbawa BUMN House is to use Indonesian as a form of good communication to be better understood by UMKM actors. In achieving the objectives of a perfect communication strategy, Rumah BUMN Sumbawa sets a method that focuses on increasing the capacity of UMKM players through structured training programs, such as digital marketing, business management, and the use of technology. To succeed the communication strategy, Sumbawa SOE House utilizes the use of social media as a means of information and promotion of UMKM development in Sumbawa Regency. To find out the communication strategy of the Sumbawa BUMN House in developing UMKM in Sumbawa Regency, it always carries out an evaluation stage in each of the activities carried out, the form of evaluation carried out is by distributing forms filled out by each fostered UMKM actor, which aims to determine the extent of their understanding of the training and assistance that has been provided.

### Article History

*Submitted: 14 Februari 2025*

*Accepted: 19 Februari 2025*

*Published: 20 Februari 2025*

### Key Words

Strategy, Communication, BUMN House, UMKM

### Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini berisi tentang Strategi Komunikasi Rumah BUMN Sumbawa Dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi Rumah BUMN Sumbawa dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa. Dalam penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi Anwar Arifin. Strategi komunikasi menurut Anwar Arifin untuk dapat merancang dan melaksanakan strategi komunikasi dengan baik, maka ada lima tahapan penting yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, seleksi dan penggunaan media, serta tahap evaluasi. Hasil penelitian ini, strategi komunikasi yang dilakukan Rumah BUMN Sumbawa untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan usaha dengan cara melakukan pelatihan dan pendampingan. Selanjutnya strategi komunikasi yang digunakan Rumah BUMN Sumbawa yaitu dengan menggunakan Bahasa Indonesia sebagai bentuk komunikasi yang baik agar lebih dimengerti para pelaku UMKM. Dalam mencapai tujuan strategi komunikasi yang sempurna Rumah BUMN Sumbawa menetapkan metode yang berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui

### Sejarah Artikel

*Submitted: 14 Februari 2025*

*Accepted: 19 Februari 2025*

*Published: 20 Februari 2025*

### Kata Kunci

Strategi, Komunikasi, Rumah BUMN, UMKM





---

program pelatihan yang terstruktur, seperti pemasaran digital, manajemen bisnis, dan penggunaan teknologi. Untuk mensukseskan strategi komunikasi, Rumah BUMN Sumbawa memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai sarana informasi dan promosi pengembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa. Untuk mengetahui strategi komunikasi Rumah BUMN Sumbawa dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa, selalu melakukan tahap evaluasi pada setiap kegiatan-kegiatan yang dilakukan, bentuk evaluasi yang dilakukan adalah dengan menyebarkan form yang diisi oleh setiap pelaku UMKM binaan, yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mereka terhadap pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan.

---

## PENDAHULUAN

Pembangunan sektor ekonomi dalam suatu daerah merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Mengingat pembangunan ekonomi adalah salah satu tolak ukur dalam pertumbuhan ekonomi negara. Utamanya dalam meningkatkan pendapatan dan juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sesuai dengan tujuan utama dari pembangunan ekonomi adalah meningkatnya kapasitas serta kualitas dari jumlah barang dan jasa serta peluang kerja bagi masyarakat. Salah satu sektor yang diharapkan mampu memegang peranan strategis dalam pembangunan ekonomi di Indonesia dan khususnya di kabupaten Sumbawa adalah usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Indra S, 2017).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bagian internal dari dunia usaha negara yang memiliki posisi, potensi, dan juga peran yang sangat strategis dalam mencapai tujuan Pembangunan dalam suatu negara. Mengingat perannya yang terus berkembang dengan dampak yang positif, Usaha Mikro Kecil, dan menengah (UMKM) perlu berkembang lebih jauh lagi dalam kesejahteraan dan juga kemakmuran yang sebesar-besarnya bagi masyarakat (M. Fhadillah, 2022). Untuk mencapai itu semua tentu sangat diperlukan peran dan juga kerja sama dari berbagai stakeholder seperti kerjasama dari pihak yang membantu kerja pemerintah dalam bidang pengembangan usaha kecil dan menengah yaitu Rumah BUMN (Badan Usaha Milik Negara) Kabupaten Sumbawa.

Keberadaan usaha kecil dan menengah tentu mampu mengentaskan dan meminimalisir keadaan sosial yaitu, kemiskinan, pengangguran, ketimpangan sosial ekonomi, terutama dengan memperhatikan serta mengolah keberadaan sumber daya alam yang ada di Sumbawa. Hal tersebut tentunya dapat memainkan peran penting dalam melakukannya. Dengan hadirnya UMKM tentu dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan menciptakan talenta yang kompeten serta dapat bersaing dalam membangun dan mengembangkan usaha serta meningkatkan perekonomian.

Dalam pengembangan ekonomi nasional di Indonesia, yang menjadi prioritas yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi permasalahan kemiskinan dan pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi serta dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional (Rulandari N., 2020). Pemberdayaan dan pengembangan UMKM di tengah arus globalisasi saat ini, sangat penting, dan persaingan yang ketat baik di pasar global maupun lokal yang tentu dapat memungkinkan keberadaan UMKM bisa bertahan dan menghadapi tantangan yang ada.



Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang dimaksud dengan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebuah usaha produktif yang biasa dimiliki oleh perorangan atau kumpulan kelompok dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam undang-undang. Ketentuan yang disebut dalam undang-undang yaitu usaha mikro yang berprofit milik perorangan atau badan usaha yang memiliki kriteria, mempunyai kekayaan usaha bersih, paling tinggi sebesar Rp.50.000.000 non tanah usaha dan bangunan yang digunakan untuk usaha atau mempunyai keuntungan tahunan paling tinggi sebesar Rp.300.000.000,00 (Tiga ratus juta rupiah).

Kegiatan usaha mikro kecil dan menengah sendiri dikatakan jenis kegiatan ekonomi yang cocok untuk kabupaten Sumbawa karena dilihat dari dua faktor yaitu dari internal dan eksternal. Di mana faktor internal sendiri berasal dari motif atau keinginan dari pelaku ekonomi itu sendiri, sementara faktor eksternal berasal dari lingkungan hidup pelaku ekonomi (Indra S, 2017). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dan strategis dan lingkungan domestik, regional maupun internasional. UMKM mempunyai potensi yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat sehingga perlu diberdayakan dan dikembangkan agar mampu memberi kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan negara (Mutmainnah, 2018).

Kabupaten Sumbawa merupakan suatu daerah yang memberikan perhatian khusus kepada keberadaan UMKM. Dilansir dari laman rumahbumnsumbawa.id Rumah BUMN Sumbawa adalah pusat pelatihan UMKM binaan PT PLN (Persero) yang mulai beroperasi di akhir 2021. Bertujuan untuk mendukung UMKM di Sumbawa, Rumah BUMN membantu pelaku usaha meningkatkan kompetensi, akses permodalan, dan pemasaran. Program ini mendorong UMKM lokal agar lebih berdaya saing dan berkembang di pasar yang lebih luas. Setidaknya ada tiga peran Rumah BUMN Sumbawa;

**Pertama**, sebagai wadah bagi pelaku usaha mikro untuk berkumpul dan meningkatkan keterampilan berwirausaha. Melalui program pelatihan yang berfokus pada pengembangan bisnis, manajemen, dan inovasi, UMKM binaan diharapkan mampu meningkatkan daya saing serta perekonomian mereka. Pembinaan ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM menghadapi tantangan bisnis dengan lebih percaya diri, sehingga dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal maupun nasional (rumahbumnsumbawa.id, 2024).

**Kedua**, sebagai pusat Digital Economy Ecosystem, Rumah BUMN Sumbawa berperan penting dalam membantu UMKM binaannya memanfaatkan teknologi dalam usaha mereka. Melalui pendampingan dan pelatihan, Rumah BUMN menciptakan ekosistem digital yang mendukung UMKM agar lebih siap menghadapi era digital. Dengan ini, UMKM dapat mengoptimalkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, pemasaran, dan daya saing di pasar yang terus berkembang (rumahbumnsumbawa.id, 2024).

**Ketiga**, sebagai pendamping dan fasilitator bagi UMKM binaannya. Melalui layanan konsultasi, UMKM dapat mendapatkan solusi atas berbagai hambatan yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Dengan bimbingan yang tepat, Rumah BUMN membantu UMKM mengatasi tantangan, meningkatkan kinerja, dan tumbuh lebih kuat di pasar.

Berdasarkan hasil wawancara penulis di Rumah BUMN Sumbawa, bahwa strategi komunikasi yang diterapkan terhadap para pelaku UMKM dengan jumlah UMKM yang mencapai



puluhan ribu. Dengan melalui komunikasi secara langsung berupa kegiatan sosialisai, penyuluhan, pelatihan dan juga memfasilitasi siapa yang menjadi kebutuhan para pelaku UMKM. Namun masih juga terdapat kekurangan dalam pemberdayaan yang belum optimal. Karenanya, kebutuhan akan strategi komunikasi sangatlah mendesak. Demikian penelitian tentang strategi komunikasi di sini menjadi penting untuk melihat bagaimana strategi komunikasi di Rumah BUMN diformulasikan dan diterapkan kepada pelaku UMKM di Sumbawa.

Dalam konteks yang umum, komunikasi adalah sesuatu yang dilakukan oleh setiap individu setiap hari, komunikasi mencakup seluruh ruang lingkup manusia, komunikasi dilakukan ketika orang bangun dan memulai aktivitasnya di pagi hari. Setiap orang berkamuikasi untuk memenuhi kebutuhannya setiap hari yang berbeda (Cangara, 2013). Strategi komunikasi adalah metode atau taktik rencana induk yang komprehensif untuk serangkaian tindakan yang diambil organisasi untuk mencapai tujuannya, dengan panduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi (Wahida, 2018).

Sebagaimana Bryson (2001), strategi dapat dipandang sebagai pola tujuan, kebijakan, program, tindakan, keputusan, atau alokasi sumber daya yang mendefinisikan bagaimana organisasi itu, apa yang akan dikerjakannya dan mengapa organisasi melakukannya. Oleh karena itu strategi merupakan suatu perluasan misi guna menjembatani organisasi (atau komunitas) dan lingkungannya. Strategi biasanya dikembangkan untuk mengatasi isu strategis, strategi menjelaskan respon organisasi terhadap pilihan kebijakan pokok. Menurut Effendy (2005) dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu analisis pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor yang mendukung serta menghambat karena sebagai hal yang penting dan diperlukan dalam penyusunan strategi komunikasi.

Oleh karena itu strategi komunikasi sangat penting dilakukan agar dapat meningkatkan efektifitas pesan komunikasi, membantu tercapainya tujuan komunikasi yang meliputi ketepatan target sasaran, efek yang ingin ditimbulkan, serta feedback yang diharapkan mengurangi potensi hambatan komunikasi, sehingga memperkecil potensi kegagalan. Maka, peneliti tertarik untuk membuat penelitian ini dengan judul **“Strategi Komunikasi Rumah BUMN Sumbawa Dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa”**.

## METODE PENELITIAN

### Metode dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan terhadap keadaan sebenarnya secara faktual, aktual serta sistematis tentang objek secara mendalam (Krisyanto, 2008). Metode kualitatif merupakan bagian dari proses pengetahuan yang dapat dianggap sebagai produk sosial dan juga proses sosial. Pengetahuan sebagai sebuah proses setidaknya memiliki tiga prinsip dasar, yakni empirisme yaitu berpangku pada fakta dan data, objektifitas dan kontrol.

### Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian sering juga disebut sebagai informan penelitian. Informan adalah orang yang dipercaya menjadi narasumber atau sumber informasi oleh peneliti yg akan memberikan informasi secara akurat untuk melengkapi data penelitian. hal tersebut juga dipaparkan oleh Sugiono (2010) mengatakan bahwa informan adalah sebutan bagi sample dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber atau partisipan,



informan, dalam penelitian. Adapun subjek dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai sample untuk memperoleh data adalah Rumah BUMN Sumbawa. Dengan rincian informan sebagai berikut;

- a) Muhammad Fauzi sebagai Project Manager Training and Development UMKM.
- b) Ikhsan sebagai Branding and Social Media Manager.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Rumah BUMN Sumbawa dan terhitung dilakukan dari tanggal 10 November sampai 14 Desember 2024.

### **Sumber Data**

#### **Data Primer**

Sumber data primer adalah data utama yang digunakan peneliti untuk memperoleh jawaban atas masalah penelitian yang sedang dikaji (Mesran, 2023). Untuk itu, dapat disimpulkan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan perhitungan angket, survei, melakukan pengukuran, eksperimen, wawancara, observasi, dan triangulasi. Adapun data primer dalam penelitian ini yaitu informasi terkait strategi komunikasi Rumah BUMN Sumbawa dalam pengembangan UMKM di Sumbawa yaitu tentang pengenalan khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, seleksi dan penggunaan media dan evaluasi.

#### **Data Sekunder**

Sumber Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi atau yang diperoleh secara tidak langsung oleh orang lain yang berupa laporan, profil, buku pedoman atau pustaka (Hardani, et al. 2020). Untuk itu, dapat disimpulkan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung seperti laporan pemerintah, jurnal, artikel ilmiah, dan data hasil riset atau penelitian. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah data jumlah UMKM di Sumbawa dan penelitian terdahulu.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2013:224), mengemukakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan tahap yang paling utama pada penelitian, tujuan utama adanya analisis adalah untuk memperoleh data. Sehingga peneliti harus membuat teknik pengumpulan data yang tepat. Ketepatan dalam menentukan dan memilih teknik pengumpulan data merupakan salah satu syarat bagi keberhasilan penelitian. Dengan demikian, teknik pengumpulan data yang tepat diharapkan dapat mempermudah peneliti dalam memperoleh data yang valid dan informasi yang diperlukan dapat saling melengkapi. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara :

#### 1. Observasi

Pengamatan secara langsung oleh peneliti agar lebih memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial sehingga dapat diperoleh pandangan yang menyeluruh (Sugiyono,2020). Peneliti melakukan pengamatan langsung di Rumah BUMN Sumbawa terkait dengan situasi seperti melakukan rapat dan pembentukan program yang akan diterapkan dalam pengembangan UMKM di Sumbawa.

#### 2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2009), menyatakan bahwa wawancara adalah tanya jawab secara langsung kepada subjek penelitian untuk memperoleh data yang relevan tentang suatu objek yang akan diteliti. Metode wawancara ini peneliti mendapatkan informasi secara langsung



kepada responden penelitian. Dalam hal ini narasumber penelitian yang dimaksudkan adalah direktur Rumah BUMN Sumbawa beserta jajarannya yang menjadi bagian dalam hal meningkatkan penjualan UMKM yang ada di Sumbawa.

### 3. Dokumentasi

Menurut Suharsimi (2010:201), mengemukakan bahwa dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti benda-benda tertulis buku, dokumen, peraturan-peraturan, catatan harian, dan sebagainya. Dokumentasi pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data tertulis mengenai bentuk komunikasi atau hal yang dilakukan oleh Diskoperindag dalam membantu meningkatkan penjualan UMKM. Adapun hal-hal yang peneliti dokumentasi dalam penelitian ini adalah rapat dalam pembentukan program kerja Diskoperindag terhadap UMKM yang ada di kabupaten Sumbawa.

## Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan jenis analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (1992). Proses analisis data menurut Miles dan Huberman terdiri dari tiga aktivitas dalam analisis data, yaitu sebagai berikut :

### 1. Reduksi Data

Proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, proses ini berlangsung terus menerus. Reduksi data meliputi; meringkas data, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus (Kurniasih, 2021) Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara, yakni melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Kadangkala dapat juga mengubah data ke dalam angka-angka atau peringkat, tetapi tindakan ini tidak selalu bijaksana.

### 2. Penyajian Data

Kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif, dapat berupa teks naratif, maupun matrik, grafik, jaringan dan bagan (Kurniasih, dkk. 2021. hlm. 32). Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk.

### 3. Verifikasi Data

Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman Upaya penarikan kesimpulan atau verifikasi dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposal (Kurniasih, 2021) Untuk itu, dapat disimpulkan bahwa makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, sebagai validitasnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggung jawabkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN



## Gambaran Umum

### Peran UMKM

Kemenko Perekonomian (2023) mengungkapkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, sehingga terus didorong untuk meningkatkan kapasitas dan daya saingnya guna memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap perekonomian serta memperluas lapangan kerja. Sektor ini berkontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yang setara dengan Rp9.580 triliun, serta menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, terdapat 65,5 juta unit UMKM yang mencakup 99% dari keseluruhan struktur usaha di Indonesia.

Dalam lima tahun terakhir, perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan tren yang positif. Pada tahun 2020, jumlah UMKM tercatat sekitar 64,2 juta unit dan mengalami peningkatan menjadi 66 juta unit pada tahun 2023. Pertumbuhan ini selaras dengan berbagai kebijakan serta program yang diterapkan oleh pemerintah guna mempercepat pengembangan sektor UMKM. Meskipun demikian, pandemi COVID-19 yang terjadi pada periode 2020-2021 memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan UMKM. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh UNDP dan LPEM UI, lebih dari 48% UMKM mengalami kendala dalam memperoleh bahan baku, 77% mengalami penurunan pendapatan, 88% mengalami berkurangnya permintaan produk, serta 97% mengalami penurunan nilai aset.

Secara umum, meskipun menghadapi tantangan yang kompleks, sektor UMKM di Indonesia tetap mengalami pertumbuhan yang positif. Berbagai bentuk dukungan dari pemerintah melalui kebijakan dan program strategis diharapkan dapat semakin memperkuat peran UMKM sebagai salah satu pilar utama dalam perekonomian nasional. Berikut adalah tabel jumlah UMKM di Indonesia dalam lima tahun terakhir berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM:

2020	2021	2022	2023	2024
64,2 Juta	64,5 Juta	65 Juta	66 Juta	65,5 Juta

Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM 2024

Bertumbuhnya UMKM di level nasional, tidak lepas dari jumlah UMKM yang terdapat pada tiap-tiap provinsi. Provinsi yang akan dibahas di dalam tulisan ini dan telah ikut serta memberikan sumbangan atas peningkatan jumlah UMKM di Indonesia, yaitu Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) dalam lima tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi NTB, jumlah UMKM meningkat dari 48.091 unit pada tahun 2020 menjadi 324.624 unit pada tahun 2023. Secara keseluruhan, pertumbuhan UMKM di NTB dalam lima tahun terakhir mencerminkan upaya kolaboratif antara pemerintah dan pelaku usaha dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan UMKM sebagai pilar penting perekonomian daerah.

Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Rumah BUMN Sumbawa, Rumah BUMN Sumbawa memainkan peran yang signifikan dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa. Melalui program pelatihan, pendampingan, dan akses pasar, Rumah BUMN berkontribusi dalam meningkatkan daya saing pelaku UMKM. Namun, untuk mencapai hasil yang lebih optimal, perlu adanya evaluasi dan penyesuaian program agar dapat menjangkau lebih banyak sektor dan pelaku usaha. Upaya berkelanjutan dalam pengembangan UMKM sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja yang lebih



banyak. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi komunikasi efektif Rumah BUMN Sumbawa, menganalisis efektivitas komunikasi dalam pengembangan UMKM, serta menyusun rekomendasi untuk meningkatkan komunikasi.

## **Rumah BUMN Sumbawa**

Rumah BUMN Sumbawa merupakan inisiatif strategis yang bertujuan untuk mendukung dan memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Sumbawa. Program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal dan meningkatkan daya saing pelaku usaha. Rumah BUMN Sumbawa menyelenggarakan berbagai program pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM. Program ini mencakup pelatihan manajemen bisnis, pemasaran digital, dan inovasi produk. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan yang diperlukan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Selain pelatihan, Rumah BUMN Sumbawa juga menyediakan layanan pendampingan bagi pelaku UMKM. Pendampingan ini dilakukan oleh para ahli dan praktisi yang berpengalaman dalam bidang bisnis. Melalui pendampingan ini, pelaku UMKM dapat memperoleh bimbingan langsung dalam mengatasi tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha mereka. Rumah BUMN Sumbawa berupaya untuk memperluas akses pasar bagi produk-produk UMKM. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengadakan pameran dan bazar yang melibatkan pelaku UMKM. Kegiatan ini tidak hanya memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka, tetapi juga untuk menjalin jaringan dengan pembeli dan mitra bisnis potensial.

Rumah BUMN Sumbawa juga turut aktif menjalin kolaborasi dengan berbagai stakeholder, termasuk pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan organisasi non-pemerintah. Kolaborasi ini bertujuan untuk menciptakan sinergi dalam pengembangan UMKM dan memperkuat ekosistem bisnis di wilayah Sumbawa. Program dan kegiatan yang dilaksanakan oleh Rumah BUMN Sumbawa mencerminkan komitmen untuk memberdayakan pelaku UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Melalui pelatihan, pendampingan, akses pasar, dan kolaborasi dengan berbagai pihak, Rumah BUMN Sumbawa berperan penting dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa. Adapun struktur organisasi Rumah BUMN Sumbawa yang dirancang untuk mendukung efisiensi dan efektivitas operasional, struktur ini meliputi :

- a) Lalu Ahmad Taubih (*CEO Rumah BUMN Sumbawa*)
- b) Muhammad Fauzi (*Project Manager Training & Development UMKM*)
- c) Ikhsan (*Branding and Social Media Manager*)
- d) Tarisa Inayatullah (*Manager Finance and Administration*)

## **Peran dan Tugas Struktur Organisasi Rumah BUMN Sumbawa**

Adapun peran dan tugas masing-masing struktur sebagai berikut :

1. CEO : Memimpin organisasi, menetapkan visi dan strategi, serta memastikan semua program berjalan sesuai dengan tujuan untuk memberdayakan UMKM.
2. Project Manager Training and Development UMKM : Bertanggung jawab untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi program pelatihan dan pengembangan bagi pelaku UMKM, memastikan bahwa materi yang disampaikan relevan dan bermanfaat.



3. Branding and Social Media Manager : Mengelola citra dan reputasi Rumah BUMN di media sosial, merancang strategi pemasaran digital, serta berinteraksi dengan audiens untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam program.
4. Manager Finance and Administration : Mengawasi pengelolaan keuangan organisasi, menyusun anggaran, serta memastikan bahwa semua laporan keuangan akurat dan sesuai dengan regulasi yang berlaku, juga mengelola administrasi umum untuk mendukung operasional sehari-hari.

## Visi dan Misi Rumah BUMN Sumbawa

### Visi

Dengan *tagline* “Go Modern, Go Digital, Go Online & Go Global”, Rumah BUMN Sumbawa berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui pelatihan, akses pasar, dan teknologi digital.

### Misi

Berkomitmen untuk meningkatkan daya saing pelaku usaha lokal agar mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan berkontribusi pada perekonomian daerah.

## Profil Informan

Dalam penelitian ini, peneliti akan menyajikan profil singkat dari dua informan yang merupakan *Project Manager Training & Development* UMKM dan *Branding & Social Media Manager* di Rumah BUMN Sumbawa yang menjadi subjek penelitian ini.

- 1) Muhammad Fauzi, S.T., berusia 29 tahun merupakan lulusan Sarjana Teknik Elektro Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jabatan beliau sebagai *Project Manager Training & Development* UMKM di Rumah BUMN Sumbawa.
- 2) Ikhsan, S.I.Kom., berusia 26 tahun merupakan lulusan Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Teknologi Sumbawa. Jabatan beliau sebagai *Branding & Social Media Manager* di Rumah BUMN Sumbawa, dengan memiliki keahlian bidang *Graphic Designer, Video Editing, dan Social Media Specialist*. Dengan keahliannya tersebut, beliau memanfaatkannya untuk bergabung pada Rumah BUMN Sumbawa sejak awal mulai beroperasi.

## Hasil dan Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, Rumah BUMN Sumbawa menerapkan strategi komunikasi sebagaimana yang diuraikan oleh Anwar Arifin, dalam rangka merumuskan rencana yang efektif, terdapat beberapa tahap penting yang perlu diikuti untuk merancang dan melaksanakan strategi komunikasi tersebut.

## Strategi Komunikasi Rumah BUMN Sumbawa dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa

Rumah BUMN Sumbawa merupakan contoh dukungan nyata pemerintah untuk kemajuan para UMKM melalui kementerian BUMN. Rumah BUMN Sumbawa ini merupakan milik bersama yang digunakan untuk membina dan memberikan solusi untuk para UMKM sehingga nantinya UMKM Indonesia memiliki kualitas yang tinggi dan siap bersaing dikancah nasional maupun internasional. Selain itu Rumah BUMN ini juga menjadi tempat belajar, berkumpul serta



menemani dan memberikan dorongan kepada pelaku UMKM dalam menjawab tantangan awal pengembangan UMKM dalam meningkatkan kompetensi pada pasar, kemudian akses permodalan.

Rumah BUMN Sumbawa juga berfokus pada pengembangan UMKM melalui strategi komunikasi yang melibatkan pelatihan, kolaborasi dengan berbagai pihak, dan program pemberdayaan. Inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Kabupaten Sumbawa, berikut adalah beberapa tahapan penting mengenai strategi komunikasi yang diterapkan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Rumah BUMN Sumbawa mengenai Strategi Komunikasi Rumah BUMN Sumbawa dalam pengembangan UMKM di kabupaten Sumbawa. Maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Rumah BUMN Sumbawa menyelenggarakan berbagai macam program pelatihan sebagai salah satu strategi komunikasi yang dirancang dengan tujuan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM. Strategi komunikasi yang dilakukan rumah BUMN Sumbawa untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnis dengan cara melakukan pelatihan dan pendampingan.

Pelatihan yang diberikan berupa pelatihan pembuatan logo serta pengemasan produk, kemudian pendampingan secara langsung yaitu pembuatan akun gmail dan e-commerce. Selanjutnya strategi komunikasi yang digunakan Rumah BUMN Sumbawa yaitu dengan menggunakan bahasa Indonesia sebagai bentuk komunikasi yang baik agar lebih dimengerti para pelaku UMKM. Dalam mencapai tujuan strategi komunikasi yang sempurna rumah BUMN Sumbawa menetapkan metode yang berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui program pelatihan yang terstruktur, seperti pemasaran digital, manajemen bisnis dan penggunaan teknologi.

Untuk mensukseskan Strategi komunikasi, Rumah BUMN Sumbawa memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai sarana informasi dan promosi pengembangan UMKM di kabupaten Sumbawa. Dimana menggunakan instagram sebagai media promosi kegiatan, sedangkan platform Whatsapp digunakan untuk berkomunikasi dengan para pelaku UMKM binaan. Untuk mengetahui strategi komunikasi rumah BUMN Sumbawa dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa, selalu melakukan tahap evaluasi pada setiap kegiatan-kegiatan yang dilakukan, bentuk evaluasi yang dilakukan adalah dengan menyebarkan form yang diisi oleh setiap pelaku UMKM binaan, yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mereka terhadap pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan.

### Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang peneliti lakukan, maka peneliti ingin menyampaikan saran yang berhubungan dengan Strategi Komunikasi Rumah BUMN Sumbawa dalam pengembangan UMKM di kabupaten Sumbawa. Dalam penelitian ini, peneliti melihat bahwa rumah BUMN belum menggunakan platform *Facebook* sebagai media informasi dan promosi, padahal platform facebook lebih banyak dijangkau karena media ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Masyarakat di kabupaten Sumbawa juga lebih banyak menggunakan media ini. Ini dikarenakan para pelaku UMKM tidak hanya dikalangan muda saja



tetapi ada juga diusia tua, sedangkan platform instagram lebih banyak diakses oleh kalangan muda, platform facebook menyediakan berbagai jenis konten seperti teks, artikel, video panjang dan gambar. Orang tua cenderung lebih menyukai konten yang lebih mendalam seperti berita, artikel informatif dan informasi terkait keluarga atau komunitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Arifin.. (2006). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta; Raja Grafindo Persada.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Fadhillah,A.N. (2022). *Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Dinas Koperasi Perindustri dan Perdagangan (Diskoperindag) (Strategy for Empowering Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) at the Department of Cooperatives, Industry and Trade (Diskoperindag)*. Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Faturrahman, Fadli. (2021). *Pertambahan Jumlah Umkm Sebagai Potensi Pad Kabupaten Sumbawa*. Journal of Accounting, Finance, and Auditing. Vol.3. No.2.
- Indra. S. (2017). *Perencanaan Strategis Diskoperindag Dalam Merelokasi Pedagang Pasar Kragilan di Kabupaten Serang*. Doctoral Dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Lubis, E. E., & Pajrianti, D. (2015). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bengkalis dalam Mempromosikan Produk Industri Kecil dan Menengah*. Doctoral Dissertation, Universitas Riau.
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). *Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso*. Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, 13.
- Novita, E., Utami, S. B., & Karlina, N. (2021). *Kapasitas Organisasi Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Tasikmalaya Dalam Mengembangkan Sentra Industri Kreatif Payung Geulis di Kota Tasikmalaya*. JANE - Jurnal Administrasi Negara, 13.
- Nurhayati, P. K., & Taubih, L. A. (2022). *Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kepatuhan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Pada Unit Pelayanan Teknis Badan Unit Pelayanan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumbawa Di Masa Pandemi Covid–19 Tahun 2020-2021)*. Kaganga Komunika : Journal of Communication Science, 4.
- Rahayu, L., Arindawati, W. A., & Nayiroh, L. (2023). *Strategi Komunikasi Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan Ukm Dalam Mengembangkan Umkm Di Wilayah Kota Jakarta Selatan*. Jurnal Heritage, 11.
- Rulandari, N., Rahmawati, N. F., & Nurbaiti, D. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Era New Normal*. In Prosiding Seminar STIAMI (Vol. 7, No. 2, pp. 21-28).
- Setiawan, M. F. A. (2022). *Strategi Komunikasi Dinas Perdagangan Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Aceh Barat*. JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi, 2



- 
- Suyadi., Syahdanur &., Susie Suryani. (2018). *Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau*. Jurnal Ekonomi. Vo. 29, No. 1.
- Wahidah, R., & Salam, N. E. (2018). *Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Dalam Melakukan Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Kepulauan Meranti*. Doctoral Dissertation, Universitas Riau.