

## STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PERKEMBANGAN UMKM DI DESA TEGALWARU KECAMATAN CIAMPEA KABUPATEN BOGOR

**Ayu Ismatul Maula<sup>1</sup>, Muhamad Sahrudin<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam Bogor

<sup>2</sup> Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam Bogor

[ayumaula5@gmail.com](mailto:ayumaula5@gmail.com)<sup>1</sup>, [muhamadsahrudin13@gmail.com](mailto:muhamadsahrudin13@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*UMKM, which are Micro, Small and Medium Enterprises, have an important role in economic development on both a national and regional scale. Increasing independent UMKM carried out by individuals or business entities that are not subsidiaries or branches really helps job seekers to get opportunities and reduce unemployment. In improving UMKM, strategic communication is needed, as is the case in the modern era with increasingly advanced technology. Of course, the use of communication strategies is expected to improve the progress of UMKM and the welfare of village communities. Tegalwaru Village, which is located in Ciampea District, Bogor Regency, has UMKM that are currently developing rapidly. There are 18 UMKM that are growing rapidly in economic development in Tegalwaru Village. These business actors started their own businesses and have different backgrounds regarding the establishment of these UMKM to date. The STIDKI Bogor KKN members carried out observations and outreach to the community in Tegalwaru Village regarding the development of MSMEs, as well as assisting MSME actors in making products, promoting products and selling these products to a wider audience.*

**Keywords:** *Communication Strategies, UMKM, Tegalwaru Village*

### ABSTRAK

UMKM yang merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi baik skala nasional maupun regional. Peningkatan UMKM yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau anak cabang sangat membantu para pencari kerja untuk mendapatkan peluang dan mengurangi pengangguran. Dalam peningkatan UMKM perlunya strategi komunikasi yang di lakukan, seperti halnya di era modern dengan teknologi yang semakin maju. Tentu dengan pemanfaatan strategi komunikasi diharapkan dapat meningkatkan kemajuan UMKM dan kesejahteraan masyarakat desa. Desa Tegalwaru yang bertempat di Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor memiliki UMKM yang berkembang pesat saat ini. Terdapat 18 UMKM yang berkembang pesat dalam perkembangan ekonomi di Desa Tegalwaru. Para pelaku usaha

tersebut merintis usahanya sendiri dan memiliki latar belakang yang berbeda terkait berdirinya UMKM tersebut sampai saat ini. Para anggota KKN STIDKI Bogor melakukan observasi dan sosialisasi kepada masyarakat di Desa Tegalwaru terkait perkembangan UMKM, serta membantu para pelaku UMKM dalam membuat produk, mempromosikan produk dan menjual produk tersebut pada khalayak yang lebih luas lagi.

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi, UMKM, Desa Tegalwaru

## **PENDAHULUAN**

Strategi komunikasi adalah perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi. Secara garis besar, terdapat empat tahapan dalam proses strategi komunikasi yaitu analisa situasi, mengembangkan tujuan serta strategi komunikasi, mengimplementasikan strategi komunikasi, dan mengukur hasil usaha yang telah dilakukan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang biasa disingkat UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, baik dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha bersama yang dapat memperluas lapangan kerja dan memiliki peranan penting dalam proses pemerataan serta.

Desa Tegalwaru, salah satu desa yang ada di Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor merupakan desa yang memiliki banyak UMKM dan bisa dimanfaatkan oleh warganya untuk bekerja. Saat ini, banyak sekali lulusan sekolah

baik SMA, SLTA, SMK maupun mereka yang telah lama menganggur sangat membutuhkan lapangan kerja, sedangkan jumlah lulusan tidak sebanding dengan lapangan kerja yang membutuhkan para pekerja, sehingga hadirnya UMKM di Desa Tegalwaru sedikit banyak membantu mereka dalam mendapatkan pekerjaan.

Maka dari itu, program KKN STIDKI Bogor tahun 2023 ini salah satunya adalah mencari dan mengumpulkan data terkait UMKM yang tersebar di Desa Tegalwaru. Program ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat khususnya para mahasiswa KKN terkait cara kerja di beberapa UMKM yang ada di Desa Tegalwaru.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam menjalankan kegiatan KKN, sosialisasi UMKM diperlukan konsep yang matang, adanya persiapan dan tahap-tahap yang lain agar program KKN STIDKI Bogor dapat berjalan dengan baik dalam melaksanakan kegiatan dari penyusunan program kegiatan yang dilaksanakan. Tahapan tersebut diantaranya adalah:

## **Tahap I**

Pada tahap pertama ini, para peserta KKN STIDKI Bogor berdiskusi dengan DPL (Dosen Pembimbing Lapangan) baik bertemu secara langsung maupun bimbingan secara online terkait pembahasan program kegiatan KKN STIDKI Bogor.

## **Tahap II**

Pada tahap kedua ini, mulai para anggota kelompok KKN mulai melakukan pembagian kelompok kecil dan berdiskusi terkait sosialisasi yang akan dilakukan oleh para anggota kelompok. Diskusi tersebut menghasilkan sasaran kegiatan KKN dan menjadikan desa Tegalwaru dan sekitarnya sebagai mitra KKN STIDKI Bogor.

## **Tahap III**

Pada tahap ketiga ini, para anggota KKN melakukan koordinasi dengan Mitra. Setelah menentukan mitra, para anggota melakukan koordinasi dengan kepala desa setempat dan mencari tahu terkait permasalahan yang ada, dan memberikan beberapa solusi yang bisa diberikan oleh anggota KKN.

## **Tahap IV**

Tahap IV merupakan tahapan dalam persiapan kebutuhan anggota KKN untuk turun ke lapangan guna berkoordinasi antar anggota kelompok KKN dengan masyarakat agar program-program KKN tersebut dapat berjalan sesuai dengan apa yang telah disusun oleh tiap

anggota KKN. Setiap anggota harus mempersiapkan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan dan akan digunakan dalam melakukan sosialisasi ketika terjun ke masyarakat.

## **Tahap V**

Pada tahap kelima ini, dilakukan program sosialisasi UMKM yang dilakukan oleh anggota KKN STIDKI Bogor terhadap masyarakat di Desa Tegalwaru. Kegiatan ini dilakukan secara kelompok kepada para warga, khususnya kepada para pemilik UMKM di desa tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil observasi dan sosialisasi yang dilakukan oleh anggota kelompok KKN, ditemukan bahwa UMKM berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM memiliki potensi besar untuk dikembangkan di Indonesia dengan segala kelebihan dan kekurangannya. Perbaikan yang dilakukan bertujuan untuk menghasilkan sistem yang efektif dan efisien yang dapat mengurangi biaya serta meningkatkan produktifitas dan kualitas produk.

Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru merupakan salah satu sentra UMKM yang terletak pada Desa Tegalwaru Kabupaten Bogor. Analisis faktor internal maupun eksternal yang ada pada UMKM ini perlu dianalisis dan dikembangkan guna mendapatkan strategi pengembangan bisnis yang tepat. Penelitian ini

bertujuan untuk mengukur kinerja pada UMKM di Tegalwaru melalui evaluasi faktor faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap UMKM, serta merumuskan alternatif strategi pengembangan yang dapat diterapkan oleh UMKM di Tegalwaru. Sepuluh UMKM terpilih dengan berbagai produk dianalisis menggunakan faktor eksternal dan internal.

Beberapa UMKM yang ada di desa Tegalwaru diantaranya adalah:

1. UKM Tas (Midper)
2. UKM Tas (Kirana Stuff)
3. UKM Herbal (Sarisehat)
4. UKM Krupuk
5. UKM Pandai Besi
6. UKM Pembibitan Ikan Patin
7. UKM Budidaya Ikan Konsumsi “Mas, Mujair, Nila, dan Gurame” (C-Farm)
8. UKM Peternakan
9. UKM Brownies (Janis, Raja Brownies)
10. UKM Konveksi
11. UKM Digital
12. UKM Risol
13. UKM Wayang Golek
14. UKM Gendang
15. UKM Ikan Cue
16. UKM Tas dan Pakaian Kulit
17. UKM Bilik
18. UKM Ketupat

Salah satu dari UMKM tersebut, terdapat UKM Wayang Golek yang menjadi UKM terkait budaya indonesia yang masih eksis hingga saat ini. Wayang adalah bentuk teater

rakyat yang sangat populer, terutama di pulau Jawa dan Bali.

Berdasarkan sebuah Naskah Jawa Kuno – yang kemudian diterbitkan Pradnya Paramita pada tahun 1981 – mengatakan bahwa wayang bermula dari khayalan ataupun gagasan tentang bayangan manusia yang dapat ditonton. Wayang sendiri berasal dari kata wayangan yang artinya adalah bayangan yang memiliki maksud mempertontonkan sebuah lakon lewat bayangan.

Kehadiran wayang golek tidak dapat dipisahkan dari keberadaan wayang kulit, penyebaran wayang di Jawa Barat dimulai pada masa pemerintahan Raden Patah dari Kerajaan Demak, kemudian disebarluaskan para Wali Songo. Termasuk Sunan Gunung Jati yang pada tahun 1568 memegang kendali pemerintahan di Kasultanan Cirebon. Beliau memanfaatkan pergelaran wayang kulit sebagai media dakwah untuk penyebaran agama Islam.

Baru sekitar tahun 1584 Masehi di Jawa Tengah salah satu Sunan dari Dewan Wali Songo menciptakan Wayang Golek, tidak lain adalah Sunan Kudus yang menciptakan Wayang Golek Pertama.

UMKM Wayang Golek yang ada di Kampung Cikarawang Desa Tegalwaru dimiliki oleh Bapak Risnajaya yang biasa dipanggil Bapak Aris. Beliau merupakan seorang pengrajin wayang yang telah menekuni kerajinan wayang tersebut sejak tahun 1987 sampai saat ini. Kurang lebih sudah 12 tahun Bapak Aris menekuni usaha tersebut dan dijual setiap pulang sekolah, hal ini dilakukannya guna

membiayai sekolahnya sendiri karena keadaan ekonomi keluarga yang kurang mampu untuk membayar biaya sekolahnya.

Setiap hari, jemarinya yang lihai sudah mengukir ratusan karakter wayang golek, sampai saat ini sudah lebih dari 200 karakter wayang golek yang beliau kuasai. Proses pembuatan golek dari kayu ini bisa sampai 10 hari, jika yang pakai bahan fiber sehari bisa mencapai 50 Biji. Sudah 2 tahun golek waris ini menggunakan bahan fiber untuk pembuatan wayang golek dan itu merupakan inovasi baru.

Menurut Bapak Aris, Golek Waris ini sudah terjual hingga ke luar negri dan pernah diundang ke salah satu televisi, bahkan hampir seluruh negara di Eropa pernah memesannya, karena jangkauannya yang sudah luas dan banyak dikenal, maka Golek Waris ini banyak diminati oleh turis mancanegara bahkan publik figur.

Beliau sendiri menjual wayang golek ini dengan berbeda-beda harga sesuai dengan bahan pembuatannya, mulai dari harga Rp.50.000 sampai Rp.150.000 jika menggunakan dari bahan fiber, kalau menggunakan dari kayu lame harganya mulai dari Rp.600.000 hingga Rp. 1.000.000. cara penjualan golek waris ini sudah modern yaitu sudah bisa memesan melalui online seperti di tokopedia dan shopee.

Wajib kita ketahui bahwa golek waris ini sering dikunjungi oleh pejabat-pejabat negara, bahkan pernah mantan presiden yaitu Bapak Susilo Bambang Yudhoyono (SBY)

bersama istrinya yaitu almarhumah ibu Ani Yudhoyono pernah membeli karyanya, sejak pak SBY dan istrinya berkunjung ke ciamepea.

Sejak akhir 2019, pertama Covid-19 muncul, usaha bapak aris ini sempat menurun, dari sejak munculnya covid-1 sampai sekarang ini, bapak aris baru menjual satu wayang yang harganya Rp.400.000, tidak sesuai ekspektasi dengan harga biasanya.

Peran anggota KKN pada UMKM yang ada di Desa Tegalwaru ini adalah membantu para pelaku UMKM dalam membuat produk, membantu dokumentasi produk UMKM juga membantu untuk penjualan online sesuai dengan jurusan mereka yang memiliki konsentrasi dibidang media.



**Gambar 1 : Sosialisasi Program**



**Gambar 2 : Membantu Pelaku UMKM**



**Gambar 3 : Bersama Pelaku UMKM Tas**



**Gambar 4 : Bersama Pelaku UMKM Wayang**

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pelaksanaan program dan pembahasan yang diuraikan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. KKN merupakan wujud dari pengabdian pada masyarakat untuk pemberdayaan potensi di Desa Tegalwaru berdasarkan temuan masalah yang ada.
- b. Pada dasarnya program yang disusun dan dilaksanakan oleh mahasiswa Sekolah Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam (STIDKI) Bogor Semester Genap Tahun Ajaran 2023 /2023 dapat dilaksanakan dengan baik dan tepat waktu.
- c. Program yang disusun merupakan hasil observasi Mahasiswa KKN berdasarkan data yang diperoleh dari Perangkat Desa, Lembaga Pendidikan serta Masyarakat sekitar Desa Tegalwaru sehingga program yang disusun berdasarkan kebutuhan Masyarakat.
- d. Dengan adanya kegiatan KKN, Masyarakat di Desa Tegalwaru dapat merasakan hasil dari KKN baik secara langsung maupun tidak langsung. Mahasiswa KKN mendapatkan pengalaman secara langsung

maupun tidak langsung, sehingga program yang telah dibuat dapat terlaksana 100% walaupun dalam pelaksanaannya terdapat kekurangan dan kendal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anam, Khoirul. 2023. Kiat Sukses UMKM. Guepedia. Jakarta.
- Armawan, Iwan. 2021. Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat. Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 1(2), 84-95.
- Darwanto. 2013. Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi dan Kreativitas). Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE). Vol.20. No. (2).
- Rahman, Reza Muhammad, Muhammad Rizki Oktavianto, Paulinus. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. Jurnal Ekonomi. Pembangunan Universitas Udayana. Vol. 3. No. (12)