



## STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOPERASI, PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN (DISKOPERINDAG) KABUPATEN SUMBAWA DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN SUMBAWA

Pandu Satria Ade Putra<sup>1</sup>, Lalu Ahmad Taubih<sup>2</sup>, Vivin Nila Rakhmatullah<sup>3</sup>  
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Teknologi Sumbawa  
Email : [1pandusatriaadeputra@gmail.com](mailto:pandusatriaadeputra@gmail.com), [2lalu.ahmad.taubih@uts.ac.id](mailto:lalu.ahmad.taubih@uts.ac.id)  
[3vivinnilarakhmatullah@uts.ac.id](mailto:vivinnilarakhmatullah@uts.ac.id)

### Abstract

The development of the economic sector in a region is a very important thing to pay attention to. Considering that economic development is one of the benchmarks for a country's economic growth. One sector that is expected to play a strategic role in economic development in Indonesia and especially in Sumbawa district, is Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Diskoperindag as an institution that assists the regent's work in the industry and trade sectors certainly has a correlation with the development and existence of MSMEs, one of which is the communist strategy. So researchers are interested in examining Diskoperindag's communication strategies in developing MSMEs in Sumbawa district. This research method uses a qualitative research approach with descriptive methods. As an analytical tool, this research uses Anwar Arifin's communication strategy theory. Communication strategy according to Anwar Arifin, to be able to plan well, there are several steps that must be followed to develop a communication strategy, namely knowing the audience, compiling a message, determining methods, selecting and using media and evaluating. This research shows the findings that Diskoperindag in carrying out its communication strategy does not introduce the audience, but in its communication strategy it always composes messages, selects and uses media, the media used is WhatsApp, determines methods, the methods used are counseling, empowerment and socialization and always carry out evaluation

### Abstrak

Pembangunan sektor ekonomi dalam suatu daerah merupakan suatu hal yang sangat penting untuk di perhatikan. Mengingat pembangunan ekonomi adalah salah satu tolak ukur dalam pertumbuhan ekonomi negara. 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 (UMKM). Diskoperindag sebagai lembaga yang membantu kerja bupati dalam sektor Perindustrian dan perdagangan tentunya mempunyai korelasi dengan perkembangan dan keberadaan UMKM, salahnya strategi komunisinya. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti strategi komunikasi Diskoperindag dalam pengembangan UMKM di kabupaten Sumbawa. Adapun metode penelitian ini penggunaan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Sebagai alat analisis penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi Anwar Arifin. Strategi komunikasi menurut Anwar Arifin, untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa Langkah yang harus diikuti untuk Menyusun strategi komunikasi, yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, seleksi dan penggunaan media dan evaluasi. Penelitian ini menunjukkan hasil temuan bahwa Diskoperindag dalam melakukan strategi komunikasi tidak melakukan pengenalan khalayak, tetapi dalam strategi komunikasinya selalu menyusun pesan, seleksi dan penggunaan media, media yang dipakai adalah Whats App, menetapkan metode, metode yang di pakai adalah penyuluhan, pemberdayaan, dan sosialisasi dan selalu melakukan evaluasi

### Article History

Submitted: 24 Juni 2024

Accepted: 27 Juni 2024

Published: 4 Juli 2024

### Kata Kunci

Strategy, Communication, Diskoperindag, UMKM

### Sejarah Artikel

Submitted: 24 Juni 2024

Accepted: 27 Juni 2024

Published: 4 Juli 2024

### Kata Kunci

Strategi, Komunikasi, Diskoperindag, UMKM



## PENDAHULUAN

Pembangunan sektor ekonomi dalam suatu daerah merupakan suatu hal yang sangat penting untuk di perhatikan. 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 (UMKM) (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 di perlukan peran dan juga kerja sama dari berbagai stakeholder seperti kerjasama dari pihak yang membantu kerja pemerintah dalam bidang Perindustrian dan perdagangan yaitu Diskoperindag dengan masyarakat.

Keberadaan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentu mampu mengentaskan dan meminimalisir keadaan sosial yaitu, kemiskinan, pengangguran, ketimpangan sosial ekonomi di Kabupaten sumbawa, terutama dengan memperhatikan serta mengolah keberadaan sumber daya alam yang ada Sumbawa. Hal tersebut tentunya dapat memainkan peran penting dalam melakukannya. Dengan hadirnya UMKM tentu dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan menciptakan talenta yang tentunya bisa 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 global yang tentu dapat memungkinkan keberadaan UMKM bisa bertahann 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 (UMKM) sendiri dikatakan jenis kegiatan ekonomi yang cocok untuk kabupaten Sumbawa karena di lihat dari dua faktor yaitu dari internal dan eksternal. Dimana 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 di berdayakan dan di kembangkan agar mampu memberi kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan negara (Mutmainnah, 2018).

Kabupaten Sumbawa adalah suatu daerah yang memberikan perhatian khusus kepada keberadaan UMKM. Dilansir dari laman [sumbawa.com](http://sumbawa.com) Kadis Diskoperindag Sumbawa Dedy Heriwibowo mengatakan bahwa UMKM di Sumbawa mengalami peningkatan. Terutama pada saat event mxgp samota 2022 tahun lalu. Berdasarkan data yang berhasil di catat oleh dinas jumlah pelaku UMKM di kabupaten Sumbawa 300. Dikutip dari laman [sumbawa.go.id](http://sumbawa.go.id) bahwa kepala Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan kabupaten Sumbawa Dr. Deddy Heri Wibowo, S.Si.,M.Si., menyampaikan kabupaten Sumbawa bisa mendapatkan penghargaan di IHYA berkat terobosan yang di lakukan di kabupaten Sumbawa dalam penyelenggaraan sertifikat halal kepada UMKM dan IKM. Pemerintah kabupaten Sumbawa perlua adanya rancangan perda tentang ekosistem produk halal di kabupaten Sumbawa dengan tujuan tata kelola produk halal dapat berkembang dengan baik. Dinas koperasi perindustrian dan perdagangan kabupaten Sumbawa merupakan salah satu lembaga pemerintah yang berada di setiap wilayah yang ada di Indonesia. Dinas koperindag memiliki tugas untuk melakukan kegiatan Sebagian urusan pemerintahan diantaranya bidang koperasi dan UMKM, perdagangan dan perindustrian terfokus pada UMKM pada industry makanan pada dasarnya Diskoperindag telah membuat beberapa program kerja dalam peningkatan UMKM, salah satunya dalam bidang permodalan dan pengurusan perizinan usaha serta program-program lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis di kantor Diskoperindag kabupaten Sumbawa, bahwa strategi komunikasi yang di terapkan terhadap para pelaku UMKM dengan jumlah UMKM yang mencapai 19.000. Dengan melalui komunikasi secara langsung berupa kegiatan sosialisai, penyuluhan, pelatihan dan juga memfasilitasi apa yang menjadi kebutuhan para pelaku UMKM. Namun masih juga terdapat kekurangan dalam pemberdayaan yang belum optimal

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 berkouikasi untuk memenuhi kebutuhannya setiap hari yang berbeda (Cangara, 2013). Strategi komunikasi adalah metode atau taktik rencana induk yang komprehenship untuk serangkaian tindakan yang di ambil organisasi untuk mencapai tujuannya, dengan panduan perencanaan komunikasi dan managemen komunikasi (wahida, 2018).

Teori 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 meliputi ketepatan target sasaran, efek yang ingin ditimbulkan serta feedback yang diharapkan. Mengurangi potensi hambatan komunikasi sehingga memperkecil peluang kegagalan. Berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Dinas Koperasi Perdagangan, Perindustrian (Diskoperindag) Kabupaten Sumbawa dalam pengembangan UMKM di kabupaten Sumbawa” dan untuk mempermudah



pemahaman dalam pembahasan permasalahan yang akan di teliti maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi diskoperindag dalam pengembangan UMKM di kabupaten Sumbawa.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yg bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan terhadap keadaan yang 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, objektivitas dan kontrol. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Koperasi perdagangan dan Perindustrian (Diskoperindag) Sumbawa dalam Pengembangan UMKM di kabupaten Sumbawa. Penelitian ini akan dilakukan di kantor Diskoperindag Sumbawa, dan periode penelitian dilakukan dari tanggal 7 Mei sampai 5 Juni 2024.

Informan adalah orang-orang yang berlatar belakang penelitian ini berfungsi sebagai orang yang biasa memberikan informasi tentang latar belakang dan situasi penelitian. Penggunaan informan untuk penelitian yang lebih dari satu orang sehingga banyak informasi yang benar-benar terjangkau dalam waktu yang relative singkat, penyedia informasi penelitian yaitu narasumber yang diyakini mempunyai pengetahuan yang luas terkait permasalahan yang di teliti. Jumlah penyedia informasi dalam penelitian ini yaitu 2 orang yaitu Kabid Koperasi dan UMKM dan Tenaga Pendamping Diklat UMKM.

Instrumen penelitian alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian sehingga dapat diolah untuk mencapai suatu Kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah peneliti itu sendiri atau instrument manusianya (Sugiyono 2009). Analisis data ini dengan cara mengumpulkan seluruh data, penyajian data verifikasi data untuk menarik Kesimpulan namun dilakukan tinjauan ulang terhadap lapangan agar teruji kebenarannya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi komunikasi Dinas Koperasi perdagangan dan Perindustrian (Diskoperindag) Sumbawa di kabupaten Sumbawa**

#### **1. Pengenalan khalayak yang dilakukan oleh Diskoperindag Sumbawa**

Komunikasi pada hakekatnya adalah suatu proses sosial, Dimana sesuatu yang sedang berlangsung atau berjalan antar manusia (Novianti dkk, 2017). Maka demikian salah satu yang dapat dilakukan di dalam komunikasi yaitu mengenali khalayak sasarannya agar tercipta komunikasi yang efektif. Mengenali khalayak sasaran menjadi yang terpenting karena khalayak sasaran sebagai sumber untuk tujuan yang ingin di capai. Namun dalam menyampaikan apa yang menjadi program kerja, Diskoperindag Sumbawa tidak melakukan pengenalan khalayak seperti yang disampaikan oleh Bapak Muhammad Ali Kabid Koperasi dan UMKM

*“Sejauh ini Diskoperindag tidak melakukan pengenalan khalayak secara mendalam seperti pengelompokan berdasarkan usia, jenis kelamin dan sebagainya karna kami setiap melakukan pembinaan kami menyatukan semua audien yang termasuk dalam pemilik UMKM di Sumbawa”*

Hal ini juga di perkuat oleh bapak Salman selaku Tenaga Pendamping Diklat UMKM dalam wawancara dengan peneliti di kantor Diskoperindag Sumbawa



*“memang benar, dalam melakukan kegiatan komunikasi kepada pelaku UMKM baik itu penyuluhan, pembinaan, kami secara langsung menyatukan mereka semua yang menjadi audien dalam artian tidak membedakan berdasarkan umur, jenis kelamin, atau berdasarkan angkatan mereka daftar sebagai UMKM Sumbawa. Karena kalau memilih audien terlebih dahulu sebelum penyuluhan atau sosialisasi misalnya, berdasarkan umur dan lain sebagainya akan membutuhkan waktu yang cukup lama dengan jumlah UMKM di Sumbawa yang sudah mendekati 19.000 an. Jadi kami langsung aja menyatukan mereka dan dengan cara tersebut mereka bisa berbagi pengalaman antara yang sudah lama ataupun yang baru mendaftar sebagai UMKM yang ada di Sumbawa”*

Ketika dalam proses komunikasi yang dilakukan Diskoperindag tidak melakukan pengenalan khalayak, apakah komunikasinya efektif, atau pesannya dapat tersampaikan dengan baik kepada sasaran.

*“ jadi semua pesan berupa program kerja dan penyuluhan akan tersampaikan secara langsung kepada semua pelaku UMKM, dan sejauh inipun komunikasinya tetap efektif. Mungkin nanti selanjutnya akan dilakukan pengenalan khalayak kalau tidak ada perkembangan dan kemajaun dari apa yang sudah biasa dilakukan”*

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Diskoperindag Sumbawa sebagai komunikator tidak melakukan pengenalan khalayak dan strategi yang dilakukan kurang maksimal dalam menjankan perannya. Berdasarkan teori komunikasi oleh Anwar Arifin dimana Diskoperindag Sumbawa melakukan pengenalan khalayak dengan meriset udiens menentukan jenis kelamin, usia dengan melakukan turun lapangan terlebih dahulu tetapi Strategi komunikasi yang di lakukan oleh Diskoperindag Sumbawa tidak melakukan hal demikian dan memahami secara mendalam tentang khalayak sasarannya. Semua apa yang akan di komunikasikan kepada khalayak sasaran dilakukan secara menyeluruh, tanpa membedakan dari usia, jenis kelamin atau kondisi dari masing-masing khalayaknya.

## 2. Menyusun pesan yang dilakukan oleh Diskoperindag Sumbawa

Di dalam komunikasi, pesan adalah unsur penting agar komunikasi dapat berjalan. Pesan yang disampaikan tentu memiliki tujuan tertentu. Maka dari itu, sebagaimana di sampaikan oleh Kabid Koperasi dan UMKM Muhammad Ali :

*“Penyusunan pesan selalu dilakukan setiap menyampaikan program kerja dan sebelum melakukan pembinaan kepada kelompok pelaku UMKM yang ada di Sumbawa ini. Penyusunan pesan yang kami lakukan berupa menentukan materi apa yang akan kami sampaikan. Seperti contohnya cara meningkatkan daya saing UMKM, pengembangan kualitas produk dan lain-lain. Sehingga dalam menentukan materi tersebut sebagai strategi komunikasi dalam Menyusun pesan dapat menarik perhatian pelaku UMKM sebagai khalayak untuk terus berinovasi terhadap UMKM mereka baik memperhatikan dari segi produksi mereka ataupun bahan baku yang digunakan”*

Sebelum melakukan kegiatan sosialisasi, penyampaian program, dan penyuluhan kepada pelaku UMKM pesan yang disampaikan telah direncanakan atau disusun, sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Muhammad Ali selaku Kabid Koperasi dan UMKM:

*“ Yaa, tentu kami akan Menyusun terlebih dahulu pesan apa yang akan di sampaikan kepada pelaku UMKM agar apa yang menjadi harapan kita dari Diskoperindag dapat*



*tercapai. Hal yang paling penting perlu dilakukan dalam Menyusun pesan adalah yang pertama pembentukan legalitas atau izin usaha dari pelaku UMKM kemudian yang kedua, menetapkan komitmen dan konsisten dalam usaha, agar UMKM yang sudah dibangun bisa bertahan. Bayangkan saja kalau tidak ada konsisten dan komitmen, seminggu dua minggu usaha tersebut akan berhenti ”*

Bahasa yang digunakan disaat memberikan pesan seperti kegiatan penyuluhan menggunakan Bahasa Indonesia. penggunaan Bahasa daerah juga sempat dilakukan dalam menyampaikan pesan oleh Diskoperindag Sumbawa. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan mewawancarai langsung informan dengan demikian pertanyaan kepada Kabid pasar dan UMKM Sumbawa strategi Menyusun pesan berdasarkan khalayak yang di tuju dan bagaimana pesan tersebut disampaikan kepada khalayak. Peneliti melihat bahwa Diskoperindag Sumbawa sudah cukup baik dalam Menyusun pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran sebagai Langkah sebagai strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang dirumuskan oleh Anwar Arifin dalam mencapai efektivitas di dalam komunikasi selain bergantung pada isi pesan yang di sesuaikan dengan kondisi khalayak dan lain-lain maka metode yang digunakan juga berturut akan mempengaruhi pesan dari komuikator ke komunikan (Annisa, 2020). Dalam hal ini metode yang digunakan harus sesuai dengan tujuan yang hendak di capai. Dalam menyampaikan pesan kepada kalayak Diskoperindag Sumbawa seperti yang dikatakan oleh Kabid Koperasi dan UMKM:

*“kita menyampaikan pesan menggunakan beberapa teknis dalam penyampain berupa program kerja dalam hal ini menggunakan metode forum dalam pelaksanaan penyuluhan”*

### 3. Menetapkan Metode yang dilakukan oleh Diskoperindag Sumbawa

Seperti yang dijelaskan oleh Anwar Arifin dalam menetapkan metode ada 2 cara yakni:

- a. Menurut cara pelaksanaannya , yaitu semata mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya.

Diskoperindag Sumbawa menetapkan metode dengan menggunakan penyuluhan, sosialisasi, dan pelatihan kepada khalayak sasaran yaitu pelaku UMKM dan bahkan menyiapkan sarana prasa untuk pelaku UMKM

- b. Menurut isinya, yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang di kandung.

Diskoperindag kabupaten sumbawa menuntut pelaku UMKM untuk memahami teknologi yang harus di sesuaikan dengan perkembangan zaman dalam hal pengembangan UMKM, selain itu juga diajarkan bagaimana cara pembukuan usahanya, baik dari segi hasil sampai dengan pemasarannya dengan tujuan untuk mendorong pelaku UMKM.

Metode komunikasi yang dilakukan mengacu pada uraian diatas, dapat dikatakan bahwa cara penyampaian pesan yang dilakukan oleh Diskoperindag Sumbawa dalam proses komunikasinya juga termasuk metode edukatif. Diskoperindag Sumbawa menggunakan metode edukatif karena pesan yang mereka sampaikan adalah suatu pesan yang mendidik, mengedukasi melalui pelatihan dan penyuluhan ke pelaku UMKM.



Gambar 3.1 dan 3.2 Kegiatan Pelatihan dan Penyuluhan kepada Pelaku UMKM

#### 4. Seleksi dan Penggunaan Media yang dilakukan oleh Diskoperindag Sumbawa

Penggunaan media merupakan alat untuk penyaluran ide dalam rangka memberikan informasi kepada khalayak. Dalam penyampaian pesan menerapkan metode komunikasi harus didukung dengan pemilihan media yang efektif dan selektif artinya pemilihan media menyesuaikan dengan keadaan dan kondisi khalayak, secara Teknik dan metode yang diterapkan.

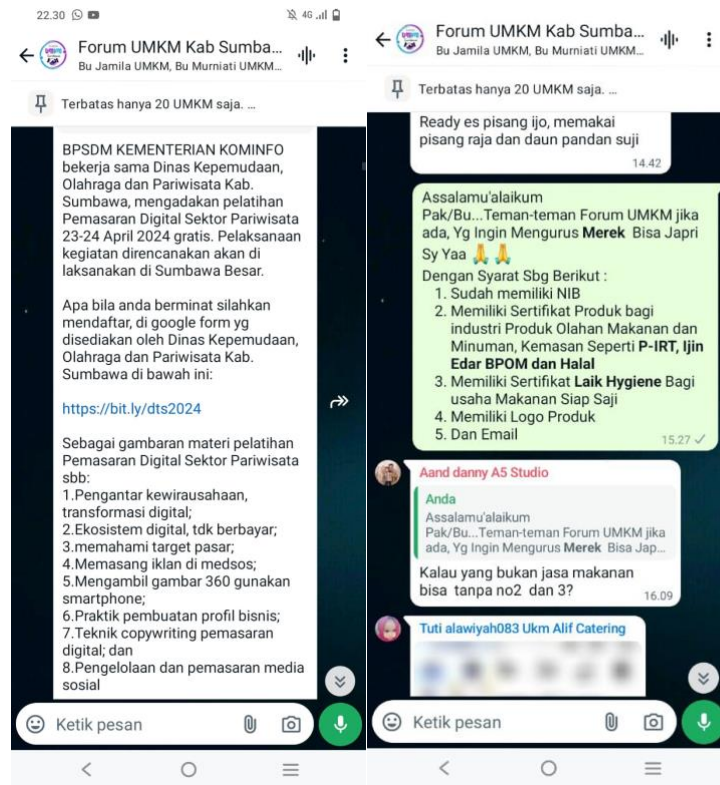
Penggunaan media ini perlu dilakukan sebagai perantara agar mempermudah proses penyampain pesan dari komunikator kepada komunikan agar tujuan tercapai. Sebelum menggunakan media komunikator dalam hal ini Diskoperindag Sumbawa memilih atau menyeleksi jenis media yang akan digunakan terlebih dahulu untuk menyampaikan pesannya. Berdasarkan hasil penelitian pada Diskoperindag Sumbawa pada tahap seleksi dan penggunaan media, juga dilakukan agar mendapatkan media yang tepat dan juga sesuai.

*“Memang kami menggunakan media dalam menyampaikan informasi kepada pelaku UMKM, dan setiap angkatan yang masuk dalam UMKM kita buat WA groupnya. Disitu mereka akan menyampaikan apa yang menjadi kebutuhan mereka, apa yang ingin di konsultasikan. Pelaku UMKM yang belum mempunyai legalitas juga kita fasilitasi dengan konsultasi melalui WA group. Dan dipilihnya media WhatsApp karena komunikasinya dua arah disitu”*

Selain itu Diskoperindag Sumbawa juga menggunakan forum di masing-masing kecamatan dalam menyampaikan informasi kepada pelaku UMKM, seperti menggunakan rantai komunikasi, apa yang di bahas di forum kecamatan akan di sampaikan ke kabupaten

*“Pembentukan forum sebagai mata rantai dalam media komunikasi kami lakukan, misalnya ada forum kecamatan, kabupaten”*

Berdasarkan apa yang sudah dipaparkan di atas bahwa dalam memilih media Diskoperindag Sumbawa melakukan penyeleksian media terlebih dahulu, Dimana media yang di pilih adalah media yang aktif dan dapat melakukan komunikasi dua arah dan Diskoperindag Sumbawa memilih jenis media tersebut sesuai dengan khalayak sasaran atau pelaku UMKM.



Gambar 4.1 dan 4.2 Penggunaan Media WhatsApp Group Dalam Penyampain Informasi Kepada Pelaku UMKM

## 5. Evaluasi yang dilakukan Diskoperindag Sumbawa

Cara untuk menilai efektivitas strategi komunikasi, menemukan apa yang baik, apa yang belum baik, lalu membantu meningkatkan upaya korektif untuk strategi komunikasi kedepannya. Evaluasi juga di sebut sebagai aktivitas yang lakukan untuk menilai atau menganalisis kinerja suatu usaha. Evaluasi ini dilakukan dengan membandingkan rencana awal yang di buatdengan hasilyang telah di capai.

*“Evaluasi itu tetap kita lakukan, baik dari hal-hal sebelum pelatihan, dan pasca pelatihan untuk mencapai hasil yang maksimal kedepannya dan merencanakan apa yang harus di lakukan untuk tahap berikutnya”*

*“Evaluasi ini terbilang wajib kita lakukan karena sebagai elemen kunci dalam meningkatkan kualitas kerja untuk mencapai tujuan-tujuan dari Diskoperindag ini. semisal saja kita melakukan pembinaan, sosialisasi kepada pelaku UMKM yang ada di Sumbawa ini sebagai program rutin Diskoperindag nah setelah itu wajib adanya evaluasi untuk mengetahui apa yang kurang, apa yang harus di perbaiki dan di Tingkat sehingga kedepannya akan lebih baik lagi.*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilkauan peeliti, bahwasannya Diskoperindag telah melakukan tahap evaluasi sebagai langkah terakhir dalam strategi komunikasi, Dimana Diskoperindag selalu mengecek hasil dari apa yang telah dilakukan dan merencanakan kembali apa yang perlu dilakukan



## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di kantor Dinas Koperasi, Industri dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa (Diskoperindag Sumbawa) mengenai strategi komunikasi Diskoperindag dalam pengembangan UMKM di kabupaten Sumbawa. Maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut : Pemilihan media yang digunakan dalam menyampaikan pesan, yaitu menggunakan WA group dan media forum. Media tersebut dipilih karena dapat melakukan komunikasi dua arah antara komunikator atau Diskoperindag itu sendiri dengan Komunikan atau pelaku UMKM, dalam dua media tersebut pelaku UMKM dengan mudah menyampaikan apa yang menjadi kendala dan yang akan di konsultasikan kepada pihak Diskoperindag.

Dengan mengenal khalayak terlebih dahulu, merencanakan pesan yang akan di sampaikan. menentukan metode, dan menyeleksi penggunaan meda yang digunakan serta yang terakhir tahap evaluasi yang dilakukan oleh Diskoperindag Sumbawa. Dapat dikatakan bahwa Diskoperindag Sumbawa gagal melakukan perannya sebagai komunikator dikarenakan kurang maksimal sebagaimana yang terdapat dalam teori strategi komunikasi oleh Anwar Arifin dimana Diskoperindag Sumbawa tidak melakukan pengenalan khalayak dengan maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2006). Ilmu Komunikasi: sebuah pengantar ringkas.
- Fadhillah, A. N. (2022). *Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Ukm) 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).
- Fitrianto, J. D. (2013). *Implementasi Rencana Strategis Diskoperindag Dalam Pemberdayaan Industri Kecil Tanggulangin Pasca Bencana Lumpur Lapindo (Studi Pada Diskoperindag Kabupaten Sidoarjo Dan Pengrajin Industri Kulit Tanggulangin)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- 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. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bengkalis dalam Mempromosikan Produk Industri Kecil dan Menengah* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123-128.
- 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(1), 115-121.
- 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(1), 32-42.



- Rahayu, L., Arindawati, W. A., & Nayiroh, L. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI SUKUDINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN, KOPERASI DAN UKM DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI WILAYAH KOTA JAKARTA SELATAN. *JURNAL HERITAGE*, 11(2), 170-184.
- Rulandari, N., Rahmawati, N. F., & Nurbaiti, D. (2020, July). 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(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, Riau)