POLA KOMUNIKASI PENDANAAN UMK LEN INDUSTRI DI BANDUNG RAYA



**JURNAL**

Untuk Memenuhi salah satu Syarat Ujian guna Memperoleh Gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung

# OLEH

**DONNY GUNAWAN ALAUDIN 218080007**

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

**2022**

# ABSTRAK

Donny Gunawan Alaudin, 2022. *Pola Komunikasi Program Pendanaan UMK Len Industri di Bandung Raya , Studi Fenomenologi Program Pendanaan UMK Len Industri di Bandung Raya*. Tesis Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan di Bawah Bimbingan Dr. Sutrisno, M. Si. dan Dr. Eki Baihaki, M. Si.

Kata kunci : *Manajemen Komunikasi, Pola Komunikasi, PUMK Len Industri.*

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran pola komunikasi petugas Program Pendanaan UMK yang bekerja di Len Industri, bagaimana komunikasi yang dikembangkan para petugas untuk mencapai target pengembangan usaha Mitra Binaan peserta Program Pendanaan UMK Len Industri di wilayah Bandung Raya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi Alfred Schutz. Data diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara dan studi dokumen pada 6 informan.

Manajemen komunikasi akan membentuk suatu alur komunikasi agar nantinya bisa melahirkan koordinasi yang tidak saling berbenturan dan untuk menghasilkan solusi jika nantinya ada perbedaan pendapat. Dengan Manajemen Komunikasi juga dapat menyelesaikan beberapa *Communication Gaps* yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para petugas memiliki motivasi lebih saat menjalankan tugas, karena selain mengemban tugas perusahaan mereka juga mengemban tugas mulia meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitar daerah operasi perusahaan.

Para pengusaha UMK yang mengikuti Program Pendanaan UMK dari Len Industri merasa sangat terbantu dalam pengembangan usahanya. ada yang karena belum memiliki akses keperbankan, ada yang melihat nilai tambah berupa birokrasi dan administrasi yang sederhana dan mudah, juga karena prosedur penagihan yang selalu menghindari pemaksaan dan penekanan serta lebih memprioritaskan pendekatan komunikasi kekeluargaan yang non formal.

**ABSTRACT**

Donny Gunawan Alaudin, 2022. *Len Industri SME Funding Program Communication Patterns in Great Bandung , Len Industri SME Funding Program Phenomenology Study in Great Bandung*. Thesis of the Magister Communication Science, Pasundan University. Thesis Supervisor : Dr. Sutrisno, M. Si. and Dr. Eki Baihaki, M. Si.

Keywords : *Communication Management, Communication Patterns, Len Industri SME Funding Program.*

The purpose of this study was to describe the communication pattern of SME Funding Program officers working at Len Industri, how is the communication developed by the officers to achieve the business development targets of Fostered Partners participating in the Len Industri SME Funding Program in the Great Bandung area.

The research method used in this research is qualitative with Alfred Schutz's phenomenological study approach. Data were obtained by conducting observations, interviews and document studies on 6 informants.

Communication management will form a communication flow so that later it can give birth to coordination that does not conflict with each other and to produce solutions if later there are differences of opinion. With Communication Management can also resolve some existing Communication Gaps.

The results showed that the officers had more motivation when carrying out their duties, because in addition to carrying out their company duties, they also carried out the noble task of improving the welfare of the community around the company's operational areas.

SME entrepreneurs who take part in the SME Funding Program from Len Industri feel very helpful in developing their business. Some people don't have access to banking, some see added value in the form of simple and easy bureaucracy and administration, also because billing procedures always avoid coercion and emphasis and prioritize non-formal family communication approaches.

# PENDAHULUAN

Sudah sejak lama Pemerintah Republik Indonesia memahami bahwa Pengusaha dan korporasi – korporasi besar kurang berhasil menyediakan lapangan kerja dalam jumlah yang sesuai dengan pertumbuhan jumlah pencari kerja bangsa ini, sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) lah yang justru terbukti mampu memenuhi kebutuhan akan lapangan pekerjaan itu.

60% ekonomi negara ini berasal dari sektor UMKM yang mempekerjakan hingga 96% Tenaga kerja Indonesia ( Kementerian Koperasi, 2020 ). Komposisi postur ekonomi yang luar biasa ini ditambah lagi dengan bukti ketangguhan UMKM Indonesia pada Krisis Moneter di periode akhir 1990 an, saat korporasi – korporasi besar berjatuhan bergelimpangan satu demi satu dan membebani perekonomian bangsa, justru UMKM mampu bertahan dan menjadi motor penggerak keluarnya bangsa ini dari keterpurukan ekonomi saat itu.

UMKM sebagai tulang punggung ekonomi bangsa selalu menjadi perhatian utama pemerintah untuk peningkatan ekonomi bangsa. Diperlukan

dukungan semua pihak untuk membantu meningkatkan dan mengembangkan para pengusaha UMKM.

Sejalan dengan itu, salah satu isu penting yang terus menjadi perhatian dunia usaha saat ini adalah soal tanggung jawab sosial perusahaan – *CSR, Corporate Social Responsibility*. Dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata – *single bottom line*, melainkan juga aspek sosial dan lingkungan yang biasa disebut *triple bottom line*. *Triple bottom line* adalah konsep pengukuran kinerja suatu usaha secara ‘holistik’ dengan memperhatikan ukuran kinerja ekonomis berupa perolehan profit, ukuran kepedulian sosial dan pelestarian lingkungan ( *People – Planet – Profit, Elkington, 1998* ). Sinergi dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan, *Sustainable Development* ( Wibisono, 2007 : 10 ).

BUMN memiliki peran dan fungsi yang strategis, sebagai pelaksana pelayanan publik, penyeimbang kekuatan - kekuatan swasta besar, dan turut membantu pengembangan usaha kecil/koperasi. Demikian vitalnya eksistensi suatu BUMN dan untuk memberikan landasan pijakan

hukum yang kuat bagi ruang gerak usaha BUMN, maka pemerintah bersama-sama dengan DPR menyetujui dan mengesahkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN (selanjutnya disebut UU BUMN) yang mulai berlaku tanggal 19 Juni 2003.

Kementrian BUMN melalui berbagai regulasinya telah menugaskan ratusan BUMN dibawah koordinasinya untuk selalu menjadi motor peningkatan kesejahteraan dan pengembangan UMK disekitar daerah operasinya masing – masing. Yaitu dengan mewajibkan penyisihan minimal 2% dari laba perusahaan BUMN untuk kegiatan CSR ini.

Untuk pengelolaan dana CSR ini Kementrian BUMN menetapkan program bersama pelaksanaannya. Disertai berbagai parameter penilaian keberhasilan pelaksanaan program ini. Pada awalnya program ini bernama PKBL – Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang sejalan dengan waktu berubah menjadi TJSL – Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Salah satu program dalam TJSL adalah Program Pendanaan UMK berupa pinjaman dana tunai untuk

pengusaha kecil agar bisa berkembang menjadi pengusaha yang Tangguh dan mandiri, program ini berupa dana berputar sehingga diharapkan dana yang sama dapat dimanfaatkan oleh sebanyak mungkin pengusaha kecil.

Sesuai dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau yang biasa disebut sebagai *Sustainable Development Goals*, *SDGs* maka Program TJSL BUMN dilaksanakan berdasarkan hal ini. Selain pelaksanaan SDGs, ditetapkan juga prinsip – prinsip ISO 26000 sebagai panduan bagi pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial & Lingkungan, TJSL agar dapat terlaksana sesuai target dan memberikan manfaat terbaik bagi masyarakat.

Berdasarkan konteks penelitian yang ada dilakukan penelitian mengenai pola komunikasi Program Pendanaan UMK dengan titik tekan pada bagaimana pola komunikasi yang dibangun oleh Petugas CSR Len Industri dengan Pengusaha UMK yang menjadi peserta Program Pendanaan UMK Len Industri atau yang lazimnya disebut sebagai Mitra Binaan.

Penelitian ini mencoba mengurai dan menganalisis permasalahan pola komunikasi yang dibangun oleh Petugas CSR Len Industri dengan Mitra Binaan yang menjadi peserta Program Pendanaan UMK Len Industri.

Salah satu *Communication Gaps* yang terjadi adalah seperti yang disampaikan oleh seorang informan : “ *Setelah penandatanganan kontrak dan melaksanakan penyaluran Dana Usaha, maka rekan - rekan petugas di lapangan tidak dapat menagih dengan tegas walaupun Mitra Binaan sudah berkali – kali tidak melaksanakan kewajibannya. Kalau menurut istilah rekan – rekan dilapangan, kita harus dapat ‘menagih dengan mesra’ … dibujuk, dirayu, diajak berdiskusi agar mau melaksanakan pembayaran lagi*

*… dibutuhkan teknik komunikasi, ketekunan dan kesabaran tingkat Dewa untuk melakukan ini semua* “.

Penelitian ini dilakukan di Bandung Raya atau disebut juga Cekungan Bandung yang meliputi [Kota Bandung](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Bandung), [Kabupaten](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Bandung) [Bandung](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Bandung), [Kabupaten Bandung](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Bandung_Barat) [Barat](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Bandung_Barat), [Kota Cimahi](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Cimahi), dan [Kabupaten Sumedang](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Sumedang) yang ada di [Provinsi Jawa Barat](https://id.wikipedia.org/wiki/Jawa_Barat), Indonesia.

# KAJIAN LITERATUR

Teori adalah suatu usaha untuk menerangkan atau menggambarkan pengalaman suatu ide tentang bagaimana perilaku tertentu terjadi. Menurut Kerlinger teori adalah seperangkat konsep, definisi dan proposisi yang saling berhubungan yang menyajikan suatu pandangan sistematik atau fenomena dengan menjabarkan hubungan - hubungan dengan tujuan menjelaskan dan meramalkan fenomena tersebut (Mulyana, 2010).

Dalam penelitian kualitatif, peran teori tidak mutlak sebagaimana dalam penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2007:47) karena permasalahan yang dibawa oleh peneliti masih bersifat sementara, maka teori yang digunakan juga masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan atau konteks sosial, bahkan para ahli secara tegas menolak peran teori dengan alasan dapat mempengaruhi objektivitas peneliti terhadap realitas.

Penelitian kualitatif dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan dan dilakukan partisipan atau sumber data. Menurut Sugiyono (2007:47) penelitian kualitatif harus bersifat “perspectif emic”, artinya memperoleh data bukan

“sebagaimana seharusnya”, bukan berdasarkan apa yang dipikirkan oleh peneliti, tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi dilapangan, yang dialami, dirasakan dan dipikirkan oleh partisipan atau sumber data. Fenomenologi Alfred Schutz.

Peneliti dalam pandangan fenomenologis berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang- orang yang berada dalam situasi

- situasi tertentu. Sosiologi fenomenologis pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh filsuf Edmund Husserl dan Alfred Schutz. Pengaruh lainnya berasal dari Weber yang memberi tekanan pada verstehen, yaitu pengertian interpretatif terhadap pemahaman manusia.

Fondasi metodologis di dalam ilmu sosial berdasarkan pemikiran Schutz dikenal dengan studi tentang fenomenologis, yang sebenarnya tidak lain merupakan kritikan Schutz tentang pemikiran-pemikiran Weber, selain Husserl tentang sosiologi (Schutz dalam Gumilar, 2007:81).

Dalam pandangan fenomenologis Schutz interaksi tatap muka, makna rangsangan yang dicari dan ditafsirkan oleh sang aktor secara khas merujuk kepada motif aktor lainnya. Schutz menggolongkan motif -

motif ini sebagai “motif untuk” (in order motives) dan “motif karena” (because motives). Motif jenis pertama merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat yang diinginkan aktor dan berorientasikan masa depan (misalnya “saya pergi ke Bandung untuk menuntut ilmu”). Motif jenis kedua merujuk kepada pengalaman masa lalu aktor dan tertanam dalam pengetahuannya yang terpendamkan (preconstitude knowledge) dan berorientasikan masa lalu (misalnya “saya pergi ke Bandung karena saya memenangkan beasiswa dari Pascasarjana Unpas). Motif jenis kedua ini lazimnya disebut alasan atau sebab.

Pendekatan Fenomenologis dalam penelitian ini dipergunakan untuk menjelaskan Pola Komunikasi yang dilaksanakan oleh para Petugas CSR Len Industri terhadap para pengusaha UMK Mitra Binaan yang menjadi peserta Program Pendanaan UMK Len Industri dalam upaya untuk mengembangkan usahanya.

Manajemen komunikasi bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang perspektif, paradigma, teori, model, metodologi penelitian, dan konsep – konsep komunikasi serta aspek - aspek manajerial

untuk kepentingan pengelolaan sumber daya komunikasi dalam berbagai bentuk dan konteks dalam mewujudkan efektivitas komunikasi. Konsep manajemen dalam perspektif ilmu komunikasi pada hakikatnya dipahami sebagai proses memengaruhi orang lain. Selain itu, konsep dari manajemen komunikasi juga memberi saran kepada kita bahwa kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik bukan hanya sebagai hal yang sudah melekat dalam diri kita saja, melainkan sebagai suatu hal yang dapat kita pelajari dan kita

kembangkan.

# KERANGKA KONSEPTUAL

Komunikasi merupakan bagian dari kehidupan manusia, dan menjadi kebutuhan untuk menunjang kebutuhan - kebutuhan. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak mampu untuk hidup sendiri, untuk itu manusia membutuhkan interaksi dengan individu lainnya. Dalam interaksi itulah terjadi sebuah komunikasi yang disadari ataupun tidak bahkan terjadi dihampir setiap waktu ketika kita bersinggungan dengan lingkungan sekitar. Komunikasi tersebut dapat berupa komunikasi verbal maupun non

verbal. Sebagaimana dikatakan, manusia tidak dapat bertahan hidup jika tidak menjalin komunikasi dengan individu lainnya.

Pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antar dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan yang dikaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah - langkah pada suatu aktifitas dengan komponen - komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia atau kelompok dan organisasi.

# KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang menjadi latar belakang penelitian. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti menjelaskan pokok masalah penelitian dengan menggunakan teori Fenomenologi.

Bertolak pada pemikiran kerangka teoretis diatas maka peneliti mengaplikasikan definisi yang diangkat pada kerangka pemikiran teoretis. Pada kerangka praktis ini pengumpulan data dengan pencarian informasi

mengenai bagaimana pola komunikasi petugas – petugas CSR Len Industri kepada para mitra binaannya untuk dapat membantu mengembangkan usaha pengusaha UMK yang menjadi peserta Program Pendanaan UMK Len Industri.

# METODA PENELITIAN

Penelitian ini didasari pada pendekatan kualitatif yang merujuk kepada prosedur- prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif berupa ungkapan atau catatan orang itu sendiri atau tingkah laku yang diobservasi, serta mengarah kepada keadaan - keadaan secara holistik. Metode kualitatif memungkinkan peneliti memahami secara personal dan memandang subjek penelitian sebagaimana mereka sendiri dalam mengungkapkan pandangan dunianya (Bodgan & Taylor, 1993 : 30).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Secara umum, penelitian Fenomenologi adalah studi tentang pengetahuan yang berasal dari kesadaran atau cara kita memaknai suatu obyek dan peristiwa yang menjadi pengalaman seseorang secara

sadar. selain itu juga fenomenologi merupakan gagasan relitas sosial, fakta sosial atau fenomena sosial yang menjadi masalah penelitian.

Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan Pola Komunikasi Program Pendanaan UMK Len Industri di Bandung Raya, pertanyaan penelitian ditujukan untuk mendapatkan esensi pengalaman individu sebagai alternative untuk mendapatkan gambaran mengenai realitas.

# SUMBER DATA

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang langsung didapatkan dari sumber informasi tersebut, yang didapat dari wawancara dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap 6 orang informan yang terdiri dari 3 orang petugas CSR Len industri dan 3 orang pengusaha UMK peserta Program Pendanaan UMK Len Industri.

# TEKNIK PENGUMPULAN

**DATA**

Pengamatan atau observasi merupakan kegiatan

yang dilakukan oleh peneliti secara langsung untuk memperoleh data lapangan. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini secara non- partisipan. Peneliti hanya mengamati aktivitas keseharian petugas dan pengusaha dalam Program Pendanan UMK Len Industri. Peneliti juga mencatat dan mengamati secara seksama hal-hal apa saja yang terjadi.

Wawancara melibatkan manusia sebagai subjek penelitian, penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam atau *deep interview* sebagai pengumpulan data primer. Wawancara dilakukan pada subjek penelitian yang memenuhi kriteria tertentu (*purposive sampling*). Dalam hal ini, peneliti menetapkan kriteria tersebut adalah :

Petugas adalah karyawan Len Industri yang sudah terlibat dalam Program Pendanan UMK Len Industri ini setidaknya selama 2 tahun. Pengusaha UMK yang menjadi peserta Program Pendanan UMK Len Industri selama setidaknya 3 tahun, Petugas dan Pengusaha UMK ini juga diharapkan mempunyai kemampuan untuk menceritakan apa yang dipikirkan, serta mempunyai relasi yang cukup baik dengan peneliti yang

memungkinkan peneliti menangkap pengalaman yang dialami para petugas dan pengusaha tersebut secara kontekstual. Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan- pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.

# PEMBAHASAN

Seorang petugas CSR Len Industri memaknai pekerjaannya dengan pernyataan : “ Saya merasa berguna dan dibutuhkan disini … merasa diharapkan dan dapat membantu langsung … didoakan dan disambut dengan baik … Ini sungguh berarti bagi saya … bekerja dan beramal soleh menjadi satu … Indah sekali bukan ? “

Sementara seorang Mitra Binaan memaknai Program Pendanaan UMK ini sebagai perhatian pemerintah terhadap pengusaha kecil.

Hal ini sejalan dengan kesadaran pemerintah mengenai kurang berhasilnya sektor formal menampung tenaga kerja, diperlukan anggaran dan perhatian khusus untuk membantu dan membina para

pengusaha UMK yang bergerak di sektor non formal dan terbukti mampu menampung sebagian terbesar dari tenaga kerja Indonesia.

Karena besarnya Tenaga Kerja Indonesia yang dipekerjakan di sektor ini, disamping pembentukan Kementerian Koperasi dan UMKM, pemerintah melalui Kementerian Keuangan meminta penyisihan laba BUMN untuk pengembangan UMK yang sejalan dengan waktu saat Kementerian BUMN terbentuk, Program ini diambil alih oleh Kementerian BUMN dan terus dijalankan serta dikembangkan hingga kini dengan nama ‘Program Pendanaan UMK’.

Blummer mengemukakan bahwa makna yang dipunyai sesuatu berasal atau muncul dari interaksi sosial antara seseorang dengan sesamanya. Berdasarkan teori tersebut jelas dapat kita kaitkan melalui hasil penelitian dan pengamatan bahwa setiap pola perilaku dan aktivitas para informan merupakan suatu hasil dari interaksi di dalam lingkungan pekerjaannya yang terkadang baik disadari ataupun tidak terbawa ke lingkungan lainnya.

Cara memperlakukan mitra binaan sesuai dengan budaya kerja perusahaan menuntut para

petugas untuk selalu tampil prima, meyakinkan dan mampu mempengaruhi keputusan mitra binaan.

Efektifitas komunikasi persuasif yang tepat sasaran dilaksanakan oleh seorang petugas CSR, beberapa bulan setelah mulai bekerja di Len Industri dan mendatangi pengusaha – pengusaha UMK Mitra Binaan Len Industri, kolektibilitas bulanan mengalami peningkatan pesat hingga 2 ( dua

) kali lipat. Hal yang belum pernah terjadi sejak Program Pendanaan UMK Len Industri dimulai 20 tahun sebelumnya (1994).

# Apa kelebihan Program Pendanaan UMK ini ?

Sudah menjadi alasan klasik bagi sebagian besar orang saat mau melangkah memulai berusaha sebagai seorang pengusaha, bahwa ketiadaan modal lah yang menjadi masalah utama. Walaupun pada prakteknya hal ini tidak selalu menjadi masalah utama karena sebetulnya banyak sekali masalah – masalah lain saat berusaha selain ‘hanya’ masalah permodalan atau pendanaan.

Kalaupun masalah pendanaan ini tetap mengemuka, maka menurut salah satu informan, Program Pendanaan

UMK yang digulirkan Pemerintah melalui Kementerian BUMN dan dilaksanakan serentak oleh seluruh ratusan BUMN di Indonesia tentunya dapat menjadi ‘pengungkit ekonomi’ yang turut membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat secara massif hingga kepelosok negeri.

Hasil pembicaraan informan lainnya dengan salah satu mitra binaan memperlihatkan peran vital komunikasi dalam Program Pendanaan UMK ini. Saat saluran komunikasi terbuka dan mengalir lancar, informasi tersampaikan langsung dari tangan pertama sehingga mengurangi bias komunikasi yang acapkali mengemuka.

Ada kecenderungan yang menarik saat pertanyaan yang sama diajukan kepada para informan yang merupakan perwakilan pengusaha UMK, Mitra Binaan peserta Program Pendanaan UMK Len Industri. Yaitu jawaban mereka yang nyaris seragam menyoroti prosedur yang sederhana dan fleksibilitas dalam menyikapi kondisi dilapangan.

Sementara seorang informan disamping menyoroti prosedur yang sederhana juga transparan dan bantuan yang diperoleh Mitra Binaan Len

Industri tidak hanya dibidang Pendanaan saja, tapi juga terutama dibidang promosi dan pemasaran. Sudah berkali – kali tim TJSL Len Industri mengajak berbagai rekan media masa kelokasi usahanya untuk bantu mempromosikannya. Tidak hanya media masa, tamu – tamu Len Industri lainnya juga kerapkali diajak untuk mengunjungi lokasi usahanya yang dapat menjadi lokasi wisata pendidikan dimana para pengunjung dapat memperoleh pengetahuan tambahan mengenai kopi. Dari mulai pembibitan, penanaman, perawatan, pemupukan, panen, pengolahan hingga Teknik roasting dan aneka menu kopi dan penyajiannya. Dari mulai siswa sekolah, guru sekolah, pengusaha, karyawan hingga petani dan birokrat.

# Apa kekurangan Program Pendanaan UMK ini ?

Pada tahun 2019

Kementerian BUMN mengeluarkan kebijakan baru mengenai penggunaan penyisihan laba BUMN tersebut. Seluruh 2% dari penyisihan Laba diperuntukkan untuk program hibah/pemberian. Mulai tahun 2019 tidak ada lagi penambahan dana dari perusahaan untuk Program Pendanaan UMK.

Jadi sejak tahun 2019 Dana Program Pendanaan UMK seluruh BUMN di Indonesia tidak mengalami peningkatan karena tidak ada lagi setoran tambahan Dana tahunan dari perusahaan.

Sejak tahun 2019 Dana Program Pendanaan UMK BUMN seluruh Indonesia tidak mengalami peningkatan, malahan sebagian cenderung mengalami penurunan karena jumlah Mitra Binaan bermasalah cenderung mengalami peningkatan signifikan.

Untuk menyiasati hal tersebut, pada akhir 2019 ditunjuklah seorang Petugas CSR Len Industri senior sebagai koordinator penanganan Mitra Binaan bermasalah Len Industri. Tugasnya adalah membuka Kembali jalur komunikasi dengan para Mitra Binaan bermasalah yang sudah bertahun – tahun terputus. Pada berbagai kesempatan koordinasi unit, semua Mitra Binaan bermasalah dibahas status dan kondisinya satu persatu. Diperolehlah daftar Mitra Binaan bermasalah yang kemungkinan masih bisa diusahakan Kembali pembayarannya oleh para petugas CSR Len Industri.

Dengan pendekatan komunikasi yang tepat dapatlah sebagian Mitra Binaan

bermasalah itu diingatkan dan mulai melakukan pembayaran lagi. Beberapa memutuskan untuk segera melunasi dan beberapa berkomitmen untuk mengangsur lagi. Jumlahnya mungkin memang tidak signifikan, tapi kemajuannya tetaplah positif … dokumen – dokumen Mitra Binaan bermasalah yang tadinya sudah disimpan di lemari terdalam dikeluarkan, dipindahkan dan di up date kekinian datanya.

Komunikasi yang berjalan kurang lancar dan rendahnya sosialisasi Program Pendanaan UMK menjadi penyebab terjadinya hal ini pada sebagian Mitra Binaan lama.

Sebagian Mitra Binaan keliatannya masih berprinsip yang Namanya CSR itu tentulah Hibah atau pemberian … jadinya mereka sulit sekali saat diminta melakukan pembayaran cicilan kewajibannya … padahal kalau dilihat dari sisi tampilan, rumah dan fasilitas lainnya harusnya mereka tidak kesulitan melakukan pembayaran cicilan kewajibannya …

Hal ini oleh D disampaikan dan dibahas pada pertemuan internal yang melibatkan semua Petugas CSR Len Industri.

Pada pertemuan di tahun 2017 itu didiskusikan mengenai

permasalahan tersebut … disepakati bahwa sebagian Mitra Binaan menghentikan pembayarannya bukan karena tidak mampu membayar tapi karena memang tidak mau membayar … ini masalah prioritas dan pemahaman mengenai program ini yang kurang pada sebagian Mitra Binaan … diputuskan agar supaya semua Mitra Binaan lama diinformasikan mengenai kewajiban pembayaran ini, melalui berbagai jalur … formal maupun informal … online maupun offline … terutama saat monitoring kunjungan Mitra Binaan Len.

Diperlukan waktu 3 tahun sampai 2020 hingga seluruh Mitra Binaan lama dapat memiliki pemahaman yang sama.

Sementara untuk Mitra Binaan baru penyampaian informasi ini lebih mudah … saat penandatangan kontrak Pendanaan UMK, dilakukanlah sosialisasi Program Pendanaan UMK ini … bahwa ini adalah Dana berputar yang harus dikembalikan … agar bisa dimanfaatkan oleh sebanyak mungkin pengusaha UMK … dan akan ditagih sampai kapanpun karena belum ada mekanisme penghentian penagihan … kecuali meninggal atau hilang kontak.

Setelah sosialisasi dilaksanakan, sebagian Mitra Binaan lama yang macet dan bermasalah mulai bergerak lagi melakukan pembayaran.

Sementara sebagian besar Mitra Binaan baru melakukan pembayaran cicilan dengan baik sehingga jumlah Mitra Binaan macet dan bermasalah dapat ditekan.

Manajemen komunikasi merupakan perpaduan konsep komunikasi dan manajemen yang diaplikasikan dalam berbagai setting komunikasi. Secara harfiah, manajemen merupakan ilmu untuk menyelesaikan pekerjaan melalui suatu perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan kepemimpinan.

Sedangkan, komunikasi diartikan sebagai proses interaksi antarindividu atau kelompok untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi untuk terhubung dalam lingkungan orang lain. Oleh karena itu, pengertian manajemen

komunikasi merupakan perpaduan konsep komunikasi dengan teori manajemen untuk diterapkan dalam berbagai setting komunikasi.

Manajemen komunikasi lahir karena adanya tuntutan

untuk menjembatani antara teoretisi komunikasi dan praktisi komunikasi. Para teoritisi menghadapi keterbatasan dalam mengaplikasikan pengetahuan yang dimilikinya.

Sementara para praktisi komunikasi mengalami keterbatasan pada rujukan teoretis atau ilmu komunikasi. Konsep manajemen sebagai suatu proses menunjukkan bahwa aktivitas harus dilakukan secara terstruktur dan sistematis. Pemahaman manajemen sebagai seni menunjukkan bahwa aktivitas manajemen tidak bisa terstrukturasi dengan pasti karena berbagai keadaan yang tidak pasti dan secara terus- menerus memengaruhi jalannya suatu organisasi perusahaan.

George R. Terry menjelaskan bahwa komunikasi terdiri dari 5 komponen yang penting, yaitu:

Komunikasi Formal

Komunikasi formal adalah komunikasi yang terjalin antara atasan dan bawahan tanpa memerlukan pengaturan tertentu. Jenis komunikasi yang digunakan pada jalur komunikasi formal ini mempunyai wewenang dan tanggung jawab melalui berbagai instruksi dalam bentuk tulisan ataupun lisan dengan memanfaatkan prosedur secara

fungsional yang terjadi dari atasan ke bawahan atau sebaliknya.

Contohnya adalah kebijakan peraturan perusahaan terkait jam kerja yang disampaikan dalam surat kontrak kerja.

Komunikasi Non-Formal

Komunikasi non-formal juga tidak memerlukan suatu pengaturan tertentu dan sering terjadi secara spontan saja. Seperti adanya saran terkait tanggung jawab atau tugas dalam suatu pekerjaan. Contohnya adalah anggota perusahaan yang memberikan saran dan masukan ketika menerima suatu tugas.

Komunikasi Informal

Komunikasi informal adalah komunikasi yang dilakukan untuk membahas hal lain diluar pekerjaan. Komunikasi jenis ini akan lebih menekankan hubungan antar manusia. Seperti dua orang karyawan yang curhat tentang masalah kehidupannya di luar pekerjaan.

Komunikasi Teknis

Komunikasi teknis adalah komunikasi yang dijalin untuk menyampaikan suatu strategi tertentu, seperti seorang manajer marketing yang memberikan

arahan secara teknis tentang cara melakukan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial.

Komunikasi Prosedural Komunikasi prosedural adalah komunikasi yang dilakukan untuk membuat suatu laporan performa

pada suatu perusahaan.

Disisi lain, Onong U. Effendi membagi komunikasi menjadi tiga bagian, yaitu:

Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal adalah komunikasi timbal balik antara atasan dan bawahan dengan suatu etika komunikasi yang baik.

Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah komunikasi yang terjalin antar pimpinan antar karyawan dalam suatu perusahaan. Artinya, komunikasi horizontal adalah arus komunikasi yang berada dalam satu level organisasi tertentu.

Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal adalah komunikasi yang terjalin antar perusahaan dengan perusahaan lain yang berada di luar perusahaan.

Seorang informan lain menyampaikan hal ini, kecenderungannya adalah mudah dihubungi saat usahanya berjalan lancar, dan jadi sulit dihubungi saat usahanya mengalami penurunan …

“ masalah ini sudah saya sampaikan ke managemen … akhirnya disepakati untuk menyebarkan informasi kepada seluruh Mitra Binaan agar saat mengalami permasalahan dalam usaha, segera menghubungi pihak petugas CSR … maksudnya agar supaya dapat berdiskusi dan bersama – sama mencoba mencari penyelesaian permasalahannya “

Setelah menerima masukan ini, permintaan utk tetap berkomunikasi saat kinerja usaha tengah menurun, disampaikanlah secara periodik kepada para Mitra Binaan Len Industri saat sesi penandatangan kontrak penyaluran Pendanaan UMK maupun saat pertemuan – pertemuan lainnya dengan Mitra Binaan.

Setelah disampaikan pemahaman tersebut beberapa Mitra Binaan yang berpotensi berubah status jadi macet menjadi lancar lagi … yaitu setelah kedua belah pihak meningkatkan komunikasi, dapat tercapai beberapa kesepakatan

baru yang dapat menyelesaikan permasalahan.

Contoh solusi

permasalahan setelah membuka komunikasi saat Mitra Binaan mengalami penurunan usaha :

* Ada yang meminta penundaan pembayaran dalam periode waktu tertentu sesuai kesepakatan.
* Ada yang bersedia tetap melakukan pembayaran tapi meminta pengurangan nominal pembayaran.
* Ada yang mengajukan penambahan modal.
* Ada pula yang minta dibantu memasarkan produk – produknya.

Semua bisa dilaksanakan dan diusahakan, tentu tetap dengan mengikuti prosedur yang berlaku. Karena dimasa Pandemi ini Kementerian memang menggulirkan program relaksasi dalam pelaksanaan Program Pendanaan UMK.

Kita dapat meningkatkan kemampuan kita dalam berkomunikasi agar dapat menjadi seorang komunikator

yang memiliki kredibilitas. Di sinilah letak kegunaan mempelajari manajemen komunikasi, yaitu agar kita dapat lebih mengerti bagaimana seharusnya berkomunikasi dengan orang lain, sehingga komunikasi yang terjadi merupakan komunikasi yang efektif.

Hovland menyatakan komunikasi adalah proses di mana seorang individu atau komunikator mengoperasikan stimulus biasanya dengan lambing - lambang bahasa (verbal maupun nonverbal) untuk mengubah perilaku individu lain.

Dari definisi di atas, maka salah satu tujuan komunikasi adalah mengubah tingkah laku individu. Untuk mencapai itu harus melalui berbagai tahapan atau proses komunikasi dengan pendekatan manajerial.

Pendekatan manajemen dibutuhkan oleh setiap organisasi, karena tanpa manajemen semua usaha akan sia - sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit.

Manajemen komunikasi adalah manajemen yang diterapkan dalam kegiatan komunikasi. Ini berarti manajemen akan berperan atau

sebagai penggerak aktivitas komunikasi dalam usaha pencapaian tujuan komunikasi.

Komunikasi memiliki hubungan yang erat sekali dengan kepemimpinan, bahkan dapat dikatakan bahwa tiada kepemimpinan tanpa komunikasi. Apalagi syarat seorang pemimpin selain ia harus berilmu, berwawasan ke depan, ikhlas, tekun, berani, jujur, sehat jasmani dan rohani, ia juga harus memiliki kemampuan berkomunikasi, sehingga Rogers (1969: 180) mengatakan “Leadership is Communication.”

Kemampuan berkomunikasi akan menentukan berhasil tidaknya seorang pemimpin dalam melaksanakan tugasnya. Setiap pemimpin (leader) memiliki pengikut (follower) guna menetralisir gagasannya dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Di sinilah pentingnya kemampuan berkomunikasi bagi seorang pemimpin.

Manajemen berperan sebagai penggerak aktivitas komunikasi dalam usaha pencapaian tujuan komunikasi. Untuk mencapai tujuan terserbut, asas-asas manajemen dan kegiatan komunikasi harus

dipadukan dan disesuaikan dengan landasan tujuan yang hendak dicapai. Hal-hal yang harus dilakukan para manajer program komunikasi adalah:

* Menyusun perencanaan untuk komunikator, pesan, media, khalayak, dan

rencana pengaruhnya;

* Mengorganisasikan komunikator, pesan, media, khalayak, dan pengaruh yang diinginkan;
* Menggiatkan komunikator, pesan, media, dan pengaruh yang diinginkan;
* Mengontrol/mengawasi komunikator, penyajian pesan, pemelihan dan

penggunaan media, pemilihan dan penetapan khalayak, serta pengaruh yang diharapkan.

Perkembangan hubungan manusia dewasa ini memberikan dampak pada cara manusia berkomunikasi. Hal tersebut disebabkan kedekatan seseorang dengan orang lain bukan hanya dilihat dari pesan yang disampaikan akan tetapi juga dari proses dan cara berkomunikasi yang diterapkan pada setiap individu.

# Bagaimana Pola Komunikasi Petugas CSR Len Industri dalam Program Pendanaan UMK ini ?

Ini adalah muara dari pertanyaan – pertanyaan sebelumnya dan akan merupakan representasi awal dari hasil akhir penelitian ini. Berikut adalah ringkasan jawabannya, sebagian adalah jawaban dari para komunikator yaitu para Petugas CSR Len Industri dan sebagian lainnya adalah jawaban dari para komunikan yaitu para pengusaha UMK peserta Program Pendanaan UMK Len Industri dalam Pola komunikasi ini.

Yang menarik disini adalah keseragaman jawaban diantara ketiga Petugas CSR yang sama – sama membahas mana yang lebih baik antara pola komunikasi online atau pola komunikasi offline. Sementara ketiga informan Mitra Binaan seragam menyatakan bahwa pola komunikasi para petugas CSR Len industri efektif dan komunikatif, hangat, bersahabat dan selalu bersedia membantu menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada.

Walaupun terkesan berbeda dan terjadi ketidaksepakatan mengenai pola komunikasi apa yang lebih baik, tapi pada dasarnya ketiganya sepakat bahwa perlakuan yang berbeda perlu dilakukan terhadap Mitra Binaan berdasar status pembayaran mereka, yaitu :

* + Lancar
  + Kurang Lancar
  + Diragukan
  + Macet
  + Bermasalah Dimana mitra binaan

berstatus lancar dan kurang lancar dapat diprioritaskan untuk penerapan pola komunikasi via online, sementara ketiga status selanjutnya diprioritaskan untuk penerapan pola komunikasi via offline.

Juga tentu saja berdasar kemampuan dan kebiasaan para mitra binaan, apakah sudah terbiasa berkomunikasi via online ataukah tetap harus berkomunikasi via offline yang acapkali dapat langsung diantispasi berdasar usia mereka.

Sementara saat survey kondisi usaha mitra binaan memang tetap harus dilakukan secara offline karena komunikasi online belum dapat memenuhi semua parameter dan syarat – syarat survey usaha.

Survey usaha ini biasanya dilakukan saat calon mitra binaan mengajukan proposal untuk dapat diterima menjadi mitra binaan. Atau mitra binaan lama yang dinilai mampu meningkatkan kinerja usahanya

sehingga bisa dimasukan dalam kategori ‘Mitra Binaan Naik Kelas’. Atau mitra binaan yang mengalami penurunan kinerja usaha sehingga mengajukan permintaan permintaan atau penjadwalan kewajiban pembayaran angsuran.

Bagi shcutz (Kuswarno, 2009: 10) fenomenologi adalah ilmu mengenai pokok - pokok kesadaran (the science of the essence of consciousness), studi tentang kesadaran, dan keberagaman pengalaman yang ada di dalamnya”. Pengertian ini menunjukan sebuah dasar dalam mengejawantahkan, menelanjangi, mengeluarkan pengalaman setiap orang, baik dari segi bentuk pengalaman, jenis pengalaman, perspektif pengalaman yang menempatkan peneliti seakan - akan terlibat di dalam gejala yang dialami oleh informan.

Tidak ada batasan serta jarak antara peneliti dengan subjek-subjek yang sedang diamati dan diteliti, suatu kedekatan emosional antara peneliti dengan subjek atau objek yang diteliti, maka semakin mempererat hubungan keduanya. Hal yang demikian diwajibkan menjadi harmonisasi untuk dapat mengungkapkan pengalaman seseorang sebagai kesadaran pengungkapan pengalaman yang

dijalaninya. Proses pemaknaan subjek terhadap objek pengalaman melahirkan makna bukan sekedar arti yang dilekatkan kepada suatu objek atau benda tetapi makna merupakan sikap dinamis dari pengalaman setiap orang. Makna bukan dihadirkan secara monolitik tetapi makna dihadirkan secara plural dalam keadaan kesadaran jiwa setiap individu yang memaknainya.

Pola Komunikasi Program Pendanaan UMK Len Industri adalah suatu pola terbuka yang dinamis, didalamnya terdapat proses menciptakan dan saling menukar informasi diantara semua pihak yang terlibat dan gejala ini berlangsung secara terus - menerus serta tidak ada henti - hentinya maka jelas komunikasi disini merupakan suatu proses.

# KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para petugas memiliki motivasi lebih saat menjalankan tugas, karena selain mengemban tugas perusahaan mereka juga mengemban tugas mulia meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitar daerah operasi perusahaan.

Para informan terutama yang berasal dari Petugas CSR

Len Industri memaknai pekerjaannya dengan merasa beruntung dan bersyukur dapat bekerja memenuhi kebutuhan keluarga dimana pekerjaan itu dapat memberikan kebermanfaatan kepada masyarakat sekitar. Memberikan manfaat senantiasa menimbulkan kebahagiaan, tidak saja kepada para penerima manfaat tapi juga bagi para pemberi manfaat. Bekerja dan beramal soleh sudah bukan lagi menjadi sekedar semboyan, tapi sudah dilaksanakan dalam kegiatan sehari – hari yang bermanfaat.

Tapi disisi lain berdasar pengamatan peneliti, ada beberapa masalah yang membebani para petugas dalam pelaksanaan Program Pendanaan UMK ini.

Masalah pertama adalah Len Industri yang bukan merupakan Lembaga Keuangan tapi harus melaksanakan Program Pendanaan UMK, seperti yang disampaikan oleh salah satu informan kepada penulis :

“ *Setelah penandatanganan kontrak dan melaksanakan penyaluran Dana Usaha, maka rekan - rekan petugas di lapangan tidak dapat menagih dengan tegas walaupun Mitra Binaan sudah berkali – kali tidak*

*melaksanakan kewajibannya. Kalau menurut istilah rekan – rekan, kita harus dapat ‘menagih dengan mesra’ … dibujuk, dirayu, diajak berdiskusi agar mau melaksanakan pembayaran lagi*

*… dibutuhkan Teknik komunikasi tingkat Dewa untuk melakukan ini* “.

Masalah kedua adalah Len Industri tidak memiliki sumber daya manusia yang disiapkan sejak awal untuk melaksanakan hal ini. Len Industri beruntung memiliki petugas lapangan yang memiliki pengalaman panjang bekerja sebagai petugas kurir sebuah Lembaga Sosial sehingga sangat paham bagaimana mencari dan menemukan orang baik yang memiliki alamat jelas maupun yang tidak jelas. Ditambah lagi dia sempat menemani dan mengamati seorang karyawan senior yang kini sudah pensiun, yang sangat memahami menilai karakter orang dan bagaimana berkomunikasi dengan baik dan bijaksana kepada para Mitra Binaan. Diperlukan waktu bertahun – tahun untuk mendapat pelatihan dan memiliki pengalaman seperti itu. Hal ini akan sulit didapat dengan kecenderungan banyak BUMN saat ini yang gemar merotasi karyawannya setiap setahun atau dua tahun sekali.

Pengusaha UMK Mitra Binaan Len Industri cenderung membanding – bandingkan cara berkomunikasi Petugas – petugas CSR Len Industri dengan petugas – petugas dari program pendanaan lainnya, secara keseluruhan mereka merasa puas dan terkesan karena petugas Len Industri ramah, tidak menjaga jarak, mudah dihubungi dan selalu berusaha memberikan kemudahan walau tetap mengikuti aturan yang ada.

Disamping itu para petugas CSR Len Industri terkesan selalu berusaha menjaga kepercayaan yang ada dengan maksud agar hubungan Kerjasama ini dapat terus berlanjut memberikan keuntungan kepada kedua pihak, terutama dalam tujuan bersama untuk mengembangkan usaha para Mitra Binaan.

Para pengusaha UMK yang mengikuti Program Pendanaan UMK dari Len Industri merasa sangat terbantu. Ada yang karena belum memiliki akses keperbankan, ada yang melihat nilai tambah berupa birokrasi dan administrasi yang sederhana dan mudah, juga karena prosedur penagihan yang selalu menghindari pemaksaan dan penekanan serta lebih memprioritaskan pendekatan

komunikasi kekeluargaan yang non formal dan saling menghargai.

Pola Komunikasi yang dilaksanakan oleh para Petugas CSR Len Industri saat ini dapat mengembangkan usaha para pengusaha peserta Program pendanaan UMK Len Industri. Semangat CSR Len diharapkan dapat membantu menciptakan keseimbangan antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan dalam kebersamaan mengatasi masalah - masalah sosial dan lingkungan.

Pola komunikasi antara para petugas CSR Len Industri dengan Mitra Binaannya adalah pendekatan dialog karena sebagian besar dapat menjaga hubungan antarpribadi yang baik karena memiliki berbagai kesamaan, saling mendukung, saling menghormati, mempunyai pikiran yang positif, dapat bekerja sama agar tercipta keharmonisan yang menyenangkan dalam menciptakan tujuan yang sama yaitu pengembangan usaha para Mitra Binaan.

Banyak hal yang dilakukan untuk memiliki hubungan yang baik antara petugas CSR Len Industri dengan Mitra – mitra Binaannya, antara lain monitoring Mitra Binaan baik secara online maupun dengan pertemuan

langsung, saat sesi pelatihan Mitra Binaan yang sejak pandemi berubah jadi pelatihan online, serta event yang menghadirkan Mitra Binaan seperti perayaan ulang tahun Len Industri, perayaan 17 Agustus, dan berbagai event lainnya dimana Len Industri senantiasa memprioritaskan pengadaan berbagai kebutuhannya dari para pengusaha UMK Mitra – Mitra Binaannya.

# SARAN

Interaksi yang intensif dengan ratusan Mitra Binaan selama ber tahun – tahun akan menanamkan image yang kuat mengenai Len Industri kepada para Mitra Binaan. Para Petugas CSR Len Industri ini adalah juga Humas bagi Len Industri. Kemanapun mereka pergi, apapun yang mereka lakukan, apapun yang mereka katakan, masyarakat tidak hanya melihat mereka sebagi pribadi – pribadi, tapi masyarakat juga melihat mereka sebagai perwakilan Len Industri.

Karena komunikasi bukan saja mengenai apa yang kita katakan, tapi juga mengenai apa yang kita lakukan. Bila para Petugas CSR Len Industri ini senantiasa berlaku dan bertutur kata baik, maka baik pulalah

Image Len Industri dimata mereka.

Selanjutnya hal utama yang harus dipahami oleh para Petugas CSR Len Industri adalah masalah kepercayaan. Bila para Petugas CSR Len Industri dapat membangun citra positif bagi dirinya dan bagi perusahaannya, maka Mitra – mitra Binaan Len Industri tentu akan memberikan kepercayaan penuh kepada para Petugas CSR Len Industri. Kalau sudah percaya, maka Mitra Binaan akan mau bekerjasama dan berkomunikasi dengan baik sehingga akan sangat memudahkan dalam pelaksanaan pekerjaan para Petugas CSR Len Industri kedepannya.

Kepercayaan itu ibarat selembar kertas putih yang bila sudah kusut maka akan sulit merapihkannya lagi. Kepercayaan harus dijaga dengan baik dan senantiasa menjadi prioritas pekerjaan.

Menarik untuk dicermati bahwa petugas yang memiliki tanggung jawab berkoordinasi dengan 60% Mitra Binaan dimana sebagian besar adalah Mitra Binaan lama dengan usia rata – rata diatas 40 tahun memilih dan selalu memprioritaskan komunikasi tatap muka atau offline,

sementara petugas yang lain memiliki tanggung jawab berkoordinasi dengan 30% Mitra Binaan dimana sebagian besar adalah Mitra Binaan baru dengan usia rata – rata dibawah 40 tahun memilih dan memprioritaskan komunikasi via online.

Disini kita juga dapat melihat bahwa petugas pertama yang berusia 45 tahun dan petugas kedua yang berusia 31 tahun memiliki kecenderungan berbeda dalam pendekatan masing – masing terhadap para Mitra Binaannya. Kedua orang petugas ini juga beradaptasi dengan kecenderungan dan kemauan mayoritas Mitra Binaannya masing – masing yang memiliki batasan usia berbeda.

Tentu hal ini penting mengingat Aspirasi Pemegang Saham untuk Program Pendanaan UMK ini adalah agar para UMK peserta Program ini dapat terus berkembang sesuai tahapan – tahapan yang diharapkan akan dapat dikembangkan : *Go Modern – Go Digital – Go Global*.

Jadi pada akhir penelitian ini penulis ingin menyarankan agar kedepannya ada peneliti yang melakukan penelitian mengenai pola komunikasi Program Pendanaan UMK yang tepat dan efektif dirancang untuk

menyesuaikan dengan kemauan dan kecenderungan para komunikator dan komunikan berdasar usia mereka.

# DAFTAR PUSTAKA

1. **Sumber Buku**

Basrowi dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendikia

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Depdikbud, 1988. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta

Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Books.

Effendy, O. U. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Guba, Denzin. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Tiara Wacana Yogyakarta.

Hasibuan, Malayu S.P, 2006, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Edisi Revisi, Bumi Aksara:Jakarta.

Herdiansyah, Haris. 2010.

*Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jkt. Salemba Humanika

Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN- Malang Pers.

Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikaksi Fenomenologi*: *Konsep, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.

Krech, D. Et al. 1982. *Individual in Society*. Tokyo: Hill International Book

Kriyantono, Rachmat.2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana

Miles, Matthew B & Hubbermas, A Michael. 1992. *Analisa Data Kualitatif, terjemahan*, Rohidi, Tjetjep Rohendi Jakarta: UI Press.

Moelong, Lexi. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.

Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu*

*Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Mulyana, Deddy dan Solatun. 2007. *Metode Penelitian*

*Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.

Nasution. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito

Nimmo, D. 2005. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media.* Bandung:PT Rempaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2001.

*Psikologi Komunikasi*.

Bandung: Remaja Rosdakarya.

Riinawati. 2019. *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*.

Schutz, Alfred (John Wild dkk). 1967. *The Phenomenology of the Social World*. Illinois: Northon University Press.

Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung; PT. Refika Aditama.

Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Sunarto. 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Cet. 1. Yogyakarta: Ust. Pers

Sunarto, Kamanto. 2000.

*Pengantar Sosiologi, Edisi Kedua*. Jakarta: Lembaga

Penerbit Fakultas Ekonomi

Tubbs Stewart L dan Sylvia Moss. 2000. *Human Communications: Prinsip- prinsip Dasar. Buku Pertama.* Diterjemahkan oleh Deddy Mulyana dan Gembirasari. Bandung: Remaja Rosdakarya.

1. **Sumber Lain**

Azeharie, Suzy & Nurul Khotimah. 2015. *Pola Komunikasi Antarpribadi antara Guru dan Siswa di Panti Sosial Taman Penitipan Anak “Melati’ Bengkulu*. Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

Hendranata, Anton. 2022. *Daya Tahan UMKM*. Harian Umum Kompas, Jumat 25 Februari 2022.

Ibrahim MS. 2015. *Makna dalam Komunikasi*. IAIN Pontianak, Al - Hikmah.

Ibnu. 2020. *Manajemen Komunikasi : Pengertian menurut ahli, Tujuan, Fungsi dan Bentuknya*, Accurate Id.

Idris, Muhammad. 2021. *Apa itu UMKM : Pengertian, Kriteria dan Contohnya.* Kompas.com

Motik, Suryani S, Siddharta Moersjid, Maria D Nurani & Maria R Nindita Radyati. 2015.

*Pedoman Kadin Tentang Tanggung-Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan*. Pascasarjana Universitas trisakti.

Pratiwi, Maura Fajrin. 2020. *Evaluasi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan – PKBL sebagai Community Relations PT Jasa Marga Surabaya*.

Sdgs.BAPPENAS.go.id. *Sekilas SDGs.*

Sila, Gita Eka. 2018. *Pola Komunikasi Keluarga ‘Executive Lady Banker’ di Bank BJB Kantor Pusat*. Tesis Magister Komunikasi Universitas Pasundan.

Septiherawati. 2014. *Ekonomi Koperasi*. Gunadarma.ac.id

Subejo, Fitri Sarasati & Sunarnu Samsi. 2015. *Pengaruh strategi komunikasi partisipatif Program Kemitraan dan Bina Lingkungan*

*– PKBL PT Telkom Indonesia terhadap perilaku Mitra Binaan di Kota Malang*.

Sutowo, Irpan Ripai. 2020. *Komunikasi partisipatif dalam pengembangan kewirausahaan sosial di Pandeglang Banten*.

Wattarman, Witarsa. 2022. *Pola Komunikasi Bandung Max Community di kota Bandung*.

Tesis Magister Komunikasi Universitas Pasundan.

Wirman, Welly & Nova Yohana. 2014. *Analisa komunikasi pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan – PKBL PT Perkebunan Nusantara V di Propinsi Riau*. Jurnal Universitas Riau.

Yusup, Rosiana Mustika & Dede Lilis Choerowati. 2017.

*Komunikasi dalam pembinaan Program Kemitraan di PT POS Indonesia*. Jurnal Fikom Unisba.