

**Peran Komunikasi Pemerintah Dengan Mempromosikan Hasil Produksi
UMKM Desa Pulau Tanjung Kabupaten Asahan**

**Communication Role of the Government with Promoting Village UMKM
Production Results Tanjung Island, Asahan District**

Sarah Oktaviani, Zulfahmi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan,
Indonesia

Email: saraaoktaviani0110@gmail.com

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are fields that contribute to economic growth and can survive Indonesia's economic crisis. This is because MSMEs can absorb a very large workforce and are close to the common people. Tempe Lemet and Fan Cake SMEs are one of the creative houses located in Pulau Tanjung Village and the promotions carried out on Facebook social media have made SMEs increasingly well known by the public. The type of research used in this research is descriptive with qualitative methods with data collection techniques by conducting interviews and documentation. From the results of this study, the government's role in promoting MSME products has been going well. The role of the government is as a facilitator because the government plays a role in providing fan cake molds, as well as providing a platform for MSME players to promote their products through social media and marketplace applications. Facebook social media used in marketing UMKM products is not very effective in increasing sales, due to the lack of consumer demand through Facebook. The increase in sales that occurred was not only due to promotions carried out through Facebook content, but because the residents of Tanjung Island Village through direct communication with the quality of the product taste, and affordable prices.

Keywords: UMKM, Role, Communication

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bidang yang memberikan kontribusi dalam mengacu pertumbuhan ekonomi dan dapat bertahan dalam krisis ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM dapat menyerap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. UMKM Tempe Lemet dan Kue Kipas merupakan salah satu rumah kreatif yang berada di Desa Pulau Tanjung dan adanya promosi yang dilakukan dalam media sosial Facebook membuat UMKM semakin dikenal baik oleh masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini yaitu peran pemerintah dalam mempromosikan produk UMKM sudah berjalan dengan baik. Peran pemerintah sebagai fasilitator karena pemerintah berperan dalam penyediaan cetakan kue kipas, serta menyediakan wadah bagi para pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya melalui media sosial dan Mal aplikasi marketplace. Media sosial Facebook yang digunakan dalam memasarkan produk

UMKM tidak begitu efektif dalam meningkatkan penjualan, dikarenakan kurangnya permintaan konsumen melalui facebook. Peningkatan penjualan yang terjadi bukan hanya dikarenakan promosi yang dilakukan melalui konten facebook, melainkan karena warga melalui komunikasi langsung dengan kualitas dari rasa produk, dan harga yang terjangkau.

Kata Kunci: UMKM, Peran, Komunikasi

Pendahuluan

Komunikasi merupakan syarat utama dalam menyampaikan pesan yang berbentuk informasi ataupun melalui media yang dipilih dan dianggap sesuai dengan kebutuhan dasar manusia untuk mencapai sebuah tujuan pribadi ataupun kelompok. Komunikasi dasarnya merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek (akibat) tertentu. Pemerintah desa mempunyai peranan yang sangat berpengaruh terutama dalam upaya untuk menciptakan iklim yang mendorong timbulnya Prakarsa dan swadaya masyarakat di pedesaan, yang dilakukan melalui pesan-pesan, pengarahan kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan dan penyaluran aspirasi masyarakat (Tinggogoy & Ngongano, 2018). Diperlukan usaha Pemerintah Daerah dalam meningkatkan kreatifitas serta inovasi masyarakat untuk meningkatkan kualitas serta kesejahteraan masyarakat di Desa Pulau Tanjung Kabupaten Asahan. Pemerintah Daerah memberikan dorongan kepada masyarakat dalam berwirausaha. Salah satunya dalam wujud Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), yang memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal dan nasional. Dalam perjalanannya, sebuah UMKM pasti memiliki kendala atau tantangan tersendiri untuk mencapai target yang ingin diraih. Salah satunya adalah terbatasnya sumber daya manusia yang telah terlatih dalam hal pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk. Akibatnya, produk lokal lebih sering dipandang sebelah mata oleh para konsumen padahal bisa jadi kualitasnya lebih baik dibandingkan produk yang namanya sudah besar. Kemudian masalah yang sering dihadapi adalah media promosi dari sebuah UMKM. Kebanyakan UMKM masih mementingkan kuantitas produk daripada cara untuk mempromosikannya. Media promosi merupakan suatu hal penting untuk kelangsungan kegiatan pemasaran bagi sebuah UMKM, karena melalui media promosi konsumen bisa mendapatkan informasi dari produk yang dijual.

Dalam mempromosikan produknya melalui media social pun masih belum memaksimalkan karena kendala pada sumber daya manusia yang belum memiliki keterampilan dibidang tersebut dan minimnya jaringan internet di Desa Pulau tanjong. Serta kendala dari pelaku UMKM yaitu kurangnya daya saing yang dimiliki masing-masing sektor usaha sehingga menjadi kurang kompetitif. Hal ini dilihat dari produk usaha yang dipasarkan masih terlalu sederhana dan kurang menarik untuk bersaing dengan produk serupa dalam kemasan dan inovasi. Teknik promosi yang dilakukan hanya dari mulut ke mulut sangat berpengaruh terhadap omset yang diterima pelaku UMKM karena target pasarnya bersifat lokal atau hanya konsumen sekitar tempat tinggal.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penyelidikan untuk mengetahui masalah-masalah sosial atau masalah manusia, berdasarkan pada penciptaan gambaran dan disusun dalam latar alamiah. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial dan lain-lain. Teknik pengumpulan data, jenis data yang akan dikumpulkan yaitu data kualitatif. Data kualitatif tersebut bersumber dari data primer yang akan didapatkan setelah peneliti melaksanakan penelitian yang dengan data sekunder yang berguna untuk hasil penelitian. Pengumpulan data primer dapat berupa kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian dilakukan di Desa Pulau Tanjung dengan jumlah informan sebanyak 3 orang yaitu Kepala Desa Pulau Tanjung Kabupaten Asahan sekaligus Kepala UMKM, Pelaku Usaha UMKM Tempe Lemet, dan Pelaku Usaha UMKM Kue Kipas pada bulan Juli 2023.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti dengan informan sebagai Peran Pemerintah dalam mempromosikan hasil produksi UMKM di Desa Pulau Tanjung kabupaten Asahan. Pemerintah Desa Pulau Tanjung mempunyai peran yang sangat strategis dalam menumbuh kembangkan pelaku usaha rumahan di lingkungan desanya. Dengan cirinya yang unik dan relatif aman dari faktor eksternal, seperti keadaan ekonomi secara global, karena

bahan baku dapat ditemukan dengan mudah di lingkungan desa. Pemerintah desa relatif lebih mudah mengembangkan para pelaku usaha rumahan. Pemerintah desa perlu memberikan dukungan yang kuat dan menggunakan peran nyatanya untuk pelaku usaha rumahan.. Produk Tempe Lemet dan Kue Kipas telah berkembang pesat dan produknya telah merambah ke pasar regional. Produk ini masuk sebagai UMKM unggulan di Desa Pulau Tanjung yang paling besar pengaruhnya terhadap laju sektor perekonomian di desa ini. Perkembangan UMKM produk makanan tidak lepas dari adanya peran pemerintah yang telah disepakati hingga terjun ke lapangan dengan bentuk kebijakan-kebijakan yang dibuat pemerintah dan program-program yang dijalankan. Selain itu peran pemerintah, UMKM dapat berkembang juga karena adanya usaha dari pelaku UMKM itu sendiri.

Berikut peran komunikasi pemerintah Desa Pulau Tanjung yang diperoleh dari hasil lapangan peneliti:

a. Peran Pemerintah Sebagai Fasilitator

Penelitian ini menjelaskan bahwa peran pemerintah dalam mempromosikan UMKM sebagai fasilitator dalam rangka penyediaan sarana untuk mencapai target yang dituju dapat dilihat melalui hasil di lapangan yang dilakukan oleh peneliti. Sebagian besar permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM yaitu adanya keterbatasan sarana dan prasarana seperti kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan teknologi mengakibatkan sarana dan prasarana yang dimiliki saat itu kurang mendukung usahanya dan tidak cepat berkembang. Pemerintah daerah Desa Pulau Tanjung telah melaksanakan perannya sebagai fasilitator dalam mempromosikan UMKM produk makanan di Kabupaten Asahan, berupa sarana dan prasarana melalui pemberian alat cetak kue kipas untuk memudahkan pelaku UMKM dalam berproduksi.

b. Peran pemerintah sebagai regulator

Regulator berasal dari kata regulasi yang artinya peraturan. Peran pemerintah sebagai regulator berarti pemerintah mempunyai peran untuk membuat peraturan atau kebijakan yang bertujuan untuk memberikan landasan hukum serta mengatur mekanisme promosi UMKM.

c. Peran pemerintah sebagai katalisator

Penelitian menjelaskan bahwa menjalankan peran pemerintah sebagai katalisator, pemerintah berperan sebagai pihak yang dapat mempercepat proses perkembangan dari UMKM. Hasil lapangan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pemerintah Desa Pulau Tanjung

telah menjalankan tugasnya yang berperan sebagai katalisator dalam pengembangan UMKM Produk Makanan di Desa Pulau Tanjung Kabupaten Asahan yaitu

1. Meningkatkan kualitas SDM

Dewasa ini, Sumber Daya Manusia dianggap sebagai asset atau modal bagi organisasi untuk memikirkan, menggerakkan dan merencanakan strategi agar tercapainya keberhasilan dalam UMKM tersebut.

2. Teknologi

Adanya teknologi berdampak pada banyak di masyarakat seperti membantu memperbaiki perekonomian di era globalisasi saat ini. Teknologi telah mempengaruhi nilai bagi masyarakat sekitar. Jadi pemerintah menyediakan teknologi yang bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat produksinya. Setelah meningkatkan SDM, pemerintah juga memberikan fasilitas cetakan karena di era globalisasi sekarang ini pekerjaan tidak akan berlangsung tanpa adanya teknologi yang semakin canggih.

3. Pemasaran

Pemasaran atau marketing merupakan suatu bentuk kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan konsumen untuk mempromosikan barang atau jasa sebagai upaya untuk mempertahankan usahanya. Pemasaran produk UMKM berupa pameran beberapa tahun lalu. Sekarang, pemerintah desa juga menyediakan tempat yang berlokasi di Balai Blok 10 dimana disitu peran pemerintah membantu pelaku usaha dalam pemasaran melalui media sosial. Setelah melakukan penelitian, pelaku usaha rumahan yang dianggap belum paham dan mahir dalam penggunaan media sosial untuk memperkenalkan produk Umkm tersebut untuk memberikan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat sehingga meningkatnya gairah perputaran ekonomi di desa. Penyebaran informasi yang tidak terbatas dari batas antar desa, menjadi efek dalam pengembangan produk usaha rumahan. Tindakan yang dilakukan oleh pemerintah desa Pulau Tanjung saat ini kurangnya pelatihan dan pembimbingan bagi para pelaku usaha rumahan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan perekonomian dan kesejahteraan para pelaku usaha rumahan. Tindakan pemerintah desa yang dilakukan tidak hanya sebatas pelatihan dan pendampingan pada saat itu saja namun berkelanjutan dan bahkan juga ikut membantu penyebaran informasi ke luar desa. Dari hasil penelitian diatas, bahwa media sosial facebook dan market place yang digunakan produk UMKM tidak begitu efektif dalam meningkatkan

penjualan, dikarenakan kurangnya permintaan konsumen yang dilakukan melalui facebook dan Mal aplikasi marketplace. Konsumen lebih tertarik membeli produk secara langsung. Peran pemerintah desa dalam hal to govern para pelaku usaha rumahan juga perlu memberikan kepastian dalam hal regulasi dari pemerintah desa untuk melindungi usaha rumahan masyarakat untuk memajukan produk usaha rumahan di Desa Pulau Tanjung.

Penutup

Peneliti menyimpulkan hasil analisis data untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Peneliti juga akan memberikan saran-saran yang nantinya dapat menjadi referensi bagi pihak terkait dan penelitian selanjutnya. Promosi yang dilakukan di media sosial facebook tidak begitu efektif dalam meningkatkan penjualan produk dikarenakan kurangnya pemesanan yang terjadi melalui facebook. Peningkatan penjualan yang terjadi bukan hanya dikarenakan promosi yang dilakukan melalui facebook, melainkan karena adanya kualitas dari rasa produk, dan harga yang terjangkau. Jadi, peran pemerintah daerah di Kabupaten Asahan dalam mempromosikan hasil produk UMKM terdapat pada peran pemerintah sebagai fasilitator. Pemerintah berperan dalam penyediaan cetakan Kue Kipas, dan menyediakan tempat yang lancar jaringan internet untuk dapat memasarkan produk makanan melalui media sosial serta memperbaiki kualitas Sumber Daya Manusia.

Ucapan Terimakasih

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan Rahmat- Nya, saya dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penulisan karya tulis ilmiah ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Strata-1 Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Peneliti menyadari bahwa tanpa ada bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, cukup sulit untuk bisa menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan

Daftar Pustaka

- Wijoyo, H. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Lasswell Dan Stimulus-Organism- Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60-68.
- Fiddiniyah, A. F. (2021). Peran Komunikasi Pembangunan Dinas Koperasi, Ukm, Perdagangan Dan Perindustrian Kabupaten Indramayu Dalam Memberdayakan Umkm Di Indramayu. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 12(1), 59-74.
- Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., & Sitorus, R. S. (2022). Peran Komunikasi Bisnis Dalam Membantu Perkembangan UMKM. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 3(1), 100-108.
- Thariq, M., & Anshori, A. (2017). Komunikasi adaptasi mahasiswa indekos. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 156-173.
- Puspasari, N. A., & Hermawati, T. *Jurnal komunikasi strategi komunikasi pemasaran melalui media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness*.