

**ANALISIS ELEMEN KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN
PADA PROGRAM RUMAH BUMN JOGJA**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Psikolog dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Mari Luck

17321102

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI
ANALISIS ELEMEN KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN
PADA PROGRAM RUMAH BUMN JOGJA

Disusun oleh:

Mari Luck

17321102

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan
dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Tanggal: 21 April 2021

Dosen Pembimbing Skripsi,



Puji Haryanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0529098201

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS ELEMEN KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN
PADA PROGRAM RUMAH BUMN JOGJA

Disusun oleh:


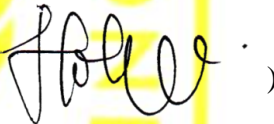
Mari Luck
17321102

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial

Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 21 April 2021

Dewan Penguji :

1. Ketua : Puji Hariyanti, S.Sos.,M.I.Kom. ()
NIDN.0529098201
2. Anggota : Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A ()
NIDN. 0512048302

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia




Puji Hariyanti, S.Sos.,M.I.Kom.

NIDN.0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mari Luck
Nomor Mahasiswa : 17321102

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setujui dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 9 April 2021

Yang menyatakan,

Materai Rp. 6000



(.....)
Mari Luck 17321102
Nama lengkap dan NIM



Rumah Kreatif BUMN Yogyakarta
Jalan Sagan Timur No. 123 Telepon: +62 812 1594 7151
E-mail: Rumahkreatifbumnjogja@gmail.com



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alfian Krisnasarani
Jabatan : Koordinator Rumah BUMN Yogyakarta
Alamat : Jalan Sagan Timur No. 123

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Mari Luck
NIM : 17321102
No. Kontak : 089627235799

Bahwa yang bersangkutan benar-benar telah melakukan penelitian di Rumah BUMN Yogyakarta. Yang dilaksanakan terhitung mulai dari tanggal 02 Desember 2020.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 08 April 2021

Koordinator Rumah BUMN Yogyakarta

Alfian Krisnasarani

HALAMAN MOTTO

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu berharap. (QS (Al-'Asyr) 94:5-8)

Tidak perlu membandingkan diri dengan pencapaian orang lain karena setiap orang mempunyai waktunya masing-masing dan garis finish yang berbeda-beda.

Cukup selalu bersyukur serta berusaha melakukan yang terbaik.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua dan kedua saudara saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya
2. Seluruh teman dan sahabat yang selalu memberikan semangat dan menemani saya dalam suka maupun duka

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbilalamin, Puji dan syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis selama proses penulisan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul "Analisis Komunikasi Pemberdayaan pada Program Rumah BUMN Jogja". Skripsi ini membahas mengenai bagaimana komunikasi pemberdayaan pada program Rumah BUMN Jogja. Adapun alasan tugas akhir ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini tidak luput dari hambatan serta tantangan yang penulis hadapi, namun berkat adanya dukungan dan bantuan dari keluarga, pihak-pihak yang terlibat serta teman-teman yang selalu ada hingga akhirnya penulis dapat berjuang menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu Ayahanda tercinta Bapak Wagit Setjaki dan Ibunda tercinta Ibu Eka Wahyuni yang selalu memberikan doa dan dukungan tiada henti sehingga saya selalu termotivasi untuk segera menyelesaikan pendidikan dan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Selanjutnya kepada kakak-kakakku tercinta Lidya Farera dan Bella Dwi Inka yang juga selalu memberikan doa dan semangat.
2. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar dalam membimbing saya dengan memberikan ilmu yang bermanfaat dan mendukung saya ketika melaksanakan penelitian sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Rumah BUMN Jogja khususnya mbak Condro sebagai narasumber penelitian saya yang telah bersedia berkerjasama dan meluangkan waktu selama proses penelitian.
4. Aufa Tian Pratama yang selama ini selalu ada dalam menemani suka dan duka serta tiada hentinya memberikan saya semangat dan nasehat.

Terima kasih selalu sabar dan menjadi tempat sandaran ternyaman untuk berkeluh kesah.

5. Sahabat-sahabat saya Widya, Alya, Rani, Nissya, Alsha, Aul, Dian, Bunga, dan Fiqa terimakasih sudah menemani dalam lika liku dunia perkuliahan dan selalu menemani serta memberikan semangat selama 4 tahun ini.
6. Sahabat- sahabat saya Audina, Deby, Dwik, Nada, Azizah, Apri, Ival, Elvan, Aldo, Keysha, Ajeng, dan Merin terimakasih selalu ada dalam suka maupun duka dan tiada hentinya memberikan dukungan dan doa.
7. Kak Riko, Kak Andre, Ulfi terimakasih selalu bersedia untuk membantu dan memberikan saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak luput dari adanya kesalahan. Penulis berharap bagi pembaca dapat memberikan masukan agar lebih baik untuk kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk para pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta 9 April 2020



Mari Luck

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iii
SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka.....	5
F. Kerangka Konsep.....	9
1. Pemberdayaan.....	9
2. Komunikasi Pemberdayaan.....	11
3. Analisis SWOT.....	14
G. Metode Penelitian.....	16
1. Jenis dan pendekatan penelitian.....	16
2. Waktu dan lokasi penelitian.....	16
3. Narasumber penelitian.....	16
4. Pengumpulan data.....	17
5. Analisis data.....	18
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENEITIAN.....	20
A. Profil Rumah.....	20
B. Visi dan Misi.....	22
C. Program.....	28
D. UMKM yang tergabung.....	28
E. Struktur organisasi.....	29

BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Pemberdayaan Rumah BUMN Jogja.....	30
B. Komunikasi Pemberdayaan Pada Program Rumah BUMN Jogja.....	40
1. Fasilitator dalam Pemberdayaan Rumah BUMN Jogja.....	42
2. Pesan yang disampaikan dalam Pemberdayaan Rumah BUMN Jogja.....	43
3. Media yang digunakan dalam pemberdayaan Rumah BUMN Jogja.....	45
4. Penerima Manfaat atau Komunikan dalam Pemberdayaan	45
5. Feedback dan evaluasi pada Pemberdayaan Rumah BUMN Jogja.....	47
Pembahasan	49
A. Analisis Komunikasi Pemberdayaan Rumah BUMN Jogja.....	49
B. Analisis SWOT.....	54
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Keterbatasan.....	63
C. Saran Peneliti.....	63
Daftar Pustaka.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT.....	58
------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komunikasi Pemberdayaan.....	14
Gambar 2.1 Tampak depan Rumah BUMN Jogja.....	22
Gambar 2.2 Tampak suasana program pelatihan	25
Gambar 2.3 Kegiatan program Brilian Preneur 2019....	26
Gambar 2.4 Kegiatan program BRincubator 2019....	28
Gambar 2.5 Bagan struktur kepengurusan	29
Gambar 3.1 Gambaran dari suasana di dalam Rumah BUMN Jogja.....	32
Gambar 3.2 Tampak suasana program pelatihan	35
Gambar 3.3 Poster kegiatan pelantikan di Instagram.....	36
Gambar 3.4 Sesi praktek dalam kegiatan pelatihan	41
Gambar 3.5 Target sasaram Rumah BUMN Jogja....	46

ABSTRAK

Mari Luck. 17321102. Analisis Elemen Komunikasi Pemberdayaan Pada Program Rumah BUMN Jogja.

Masih banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam mengelola usaha, akses pemasaran dan masih rendahnya kualitas sumber daya manusia. Salah satu upaya pemerintah untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan membangun Rumah BUMN Jogja sebagai wadah UMKM untuk belajar dan bertukar informasi dengan cara memberikan pelatihan serta pendampingan kepada para pelaku UMKM agar dapat berkembang dan memiliki kualitas ataupun dapat menghadapi tantangan usaha kedepannya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui komunikasi pemberdayaan pada program Rumah BUMN Jogja serta untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambatnya. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik penentuan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Adapun konsep yang digunakan pada penelitian ini adalah konsep pemberdayaan masyarakat, komunikasi pemberdayaan dan analisis SWOT. Pada proses analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian memaparkan bagaimana elemen komunikasi pemberdayaan dijalankan di Rumah BUMN Jogja. Komunikator berasal dari pengurus Rumah BUMN Jogja itu sendiri dan fasilitator didatangkan dari luar yang dipilih berdasarkan pengalaman dan ahli pada bidangnya, Selanjutnya elemen pesan yang disampaikan disesuaikan dengan kebutuhan para UMKM serta bentuk pesan yang digunakan berupa edukatif, informatif dan persuasif, pada elemen media menggunakan media tatap muka dan media online, adapun elemen penerima manfaat pada program Rumah BUMN Jogja adalah para UMKM, dan yang terakhir elemen *feedback* yang diberikan oleh penerima pesan adalah respon positif dan telah banyak UMKM yang menerapkan pengetahuan yang didapatkan pada usahanya. Selanjutnya Rumah BUMN Jogja menerapkan komunikasi 2 arah dan menggunakan media visual untuk mempermudah proses komunikasi. Adapun faktor pendukung dalam penelitian ini adalah adanya peran fasilitator yang membantu dalam keberhasilan program serta terbukanya peluang akses pemasaran. Dan faktor penghambat pada penelitian ini adalah tidak semua fasilitator dapat mengemas pesan dengan menarik kemudian sering kali pada saat proses penyampaian pesan menggunakan bahasa yang sulit dimengerti oleh UMKM.

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Komunikasi Pemberdayaan, UMKM, Rumah BUMN Jogja

ABSTRACT

Mari Luck. 17321102. Analysis Element of Empowerment Communication at the Jogja BUMN Home Program.

There are still many MSMEs that experienced difficult in managing business, marketing access and the human resources's quality that still bad. One of the government's efforts to overcome this problem is build the Jogja's SOE House as a place for MSMEs to learn and exchange information by providing training and assistance to MSME so that they can develop and have quality to be able facing the business challenges in the future.

This research was conducted to determine the empowerment communication in the Jogja's SOE House program and also to find out the supporting and inhibiting factors. The method that used is a qualitative method with a descriptive approach. The technique of determining the informants was done by using purposive sampling technique. The concepts used in this study are empowerment community, empowerment communication and SWOT analysis. In the data analysis process is carried out by data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of the study show that that the empowerment communication found that Jogja's SOE House applies elements of empowerment communication, includes communicators from the management of Jogja's SOE House itself and the facilitators are brought in from outside who are selected based on experience and experts in their fields. Furthermore, the message elements delivered are tailored to the needs of the MSMEs and the message forms used are educational, informative, and persuasive. In the media elements, face-to-face media and online media are used, as for the element of the beneficiaries of the Jogja's SOE House programs are the MSMEs have applied the knowledge they have gained to their business. Furthermore Jogja's SOE House applies 2-way communication and used visual media to simplify the communication process. The supporting factor in this research is the role of the facilitator who helps in the success of the program and opens up opportunities for marketing access. And the inhibiting factor in this study was that not all facilitators were able to pack messages attractively, then often during the message delivery process used language that was difficult for MSMEs to understand.

Keywords: *Community Empowerment, Empowerment Communication, MSME (Micro, Small and Medium Enterprises), Jogja's SOE House.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Rumah BUMN merupakan wadah untuk pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang membantu meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan memberikan pelatihan, pendampingan dan akses pemasaran. Rumah BUMN dibangun tersebar di Indonesia dan menjadi program pemberdayaan masyarakat yang dibawah naungan kementerian BUMN dan perusahaan milik Negara diantaranya adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI). Salah satu Rumah BUMN yang dibangun terletak di Yogyakarta. Lokasi nya berada di JL.Sagan Timur NO.123 Terban, Gondokusuman. Rumah BUMN Jogja dibangun pada tahun 2017 yang bertujuan membantu membimbing dan mendampingi para pelaku UMKM dalam menghadapi perkembangan usaha yang kian maju seperti sekarang ini. Pembimbingan dan pengembangan masyarakat dilakukan dalam bentuk upaya meningkatkan kemampuan potensi diri dan keterampilan pelaku usaha, nantinya semua program pemberdayaan yang dilaksanakan akan didampingi oleh fasilitator. Fungsi utama program yang ada di Rumah BUMN adalah mewujudkan *Digital Economy Ecosystem* kepada UMKM agar mampu memanfaatkan teknologi digital dan mengaplikasikan pada bisnisnya agar berkembang dan naik kelas, sebab masih banyak UMKM yang belum dapat memanfaatkan teknologi dan melakukan digitalisasi pada usahanya.

Saat ini perkembangan UMKM terus meningkat setiap tahunnya, tercatat berdasarkan data Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, Tenaga Kerja dan Transmigrasi DIY, terdapat 248.499 UMKM pada awal 2019. Dari jumlah tersebut, 28,5% diantaranya mengisi sektor perdagangan (Dinnata, 2020. <https://ayoyogya.com/read/2020/07/21/39854/59-persen-umkm-jogja-mati-s-uri-karena-pandemi> diakses 27 April 2021). Berdasarkan dengan data tersebut nyatanya masih terdapat beberapa masalah yang dihadapi dan mengancam UMKM sekarang ini yaitu masih banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam modal, kemampuan sumber daya manusia yang masih rendah, pemasaran, pengetahuan, keterbatasan teknologi dan keterampilan. Hal ini menyebabkan banyaknya UMKM yang menutup usahanya dikarenakan permasalahan tersebut.

Salah satu permasalahan UMKM khususnya daerah Yogyakarta , selain permasalahan permodalan dan pemasaran ternyata masih banyak UMKM yang menjalankan usahanya dengan metode konvensional atau tradisional. Tercatat UMKM yang go online masih 8,9% dan 90% masih menggunakan metode konvensional(Dinkop UKM Sleman, 2018. <https://dinkopukm.slemankab.go.id/2018/12/12/apindo-diy-umkm-harus-manfaatkan-kemajuan-teknologi/> diakses 29 April 2021).

Hadirnya Rumah BUMN jogja akan membantu dan memberikan pelatihan sejenis *workshop* kepada UMKM yang nantinya diadakan setiap minggunya dengan membahas berbagai macam materi sesuai dengan masalah yang banyak dihadapi oleh UMKM. Kebanyakan materi berisikan seputar cara mengelola usaha, cara membuat konten yang menarik di media sosial, pemasaran, manajemen dan lainnya. Terdapat beberapa program yang ada di Rumah BUMN Jogja,yaitu: Pelatihan, BRilian Preneur dan BRIncubator. Semua program yang diadakan di Rumah BUMN Jogja dapat di ikuti UMKM ataupun masyarakat secara gratis atau tanpa dipungut biaya apapun. Semua progam nantinya akan dibimbing oleh beberapa fasilitator. Rumah BUMN Jogja juga menetapkan syarat khusus untuk para fasilitator yang memberikan pelatihan dan pendampingan pada UMKM. Menurut hasil wawancara bersama mbak condro syarat tersebut adalah fasilitator memiliki kemampuan yang sudah teruji dan menguasai bidangnya masing-masing (2 Desember 2020). Tak hanya itu saja para fasilitator yang dipilih berasal dari beragam latar belakang profesi yang berbeda beda, seperti misal dari media massa, desain, editor dan sebagainya, dan dilihat juga dari usaha atau bisnis yang sedang dijalani.

Dalam melaksanakan program Rumah BUMN jogja tidak akan terlepas dari adanya proses komunikasi yang terjadi agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh target sasaran. Pada pemberdayaan masyarakat komunikasi sering disebut dengan istilah komunikasi pemberdayaan. Dengan hadirnya komunikasi pemberdayaan dapat membangun motivasi target sasaran agar mampu berdaya dengan potensi yang dimilikinya. Komunikasi pemberdayaan merupakan proses penyampaian pesan dalam kegiatan pembangunan yang menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat atau partisipasi masyarakat (Indardi,2016:109). Selain itu peran komunikasi pemberdayaan dapat membantu menjembatani komunikasi

antara pemerintah dengan masyarakat. Dengan adanya komunikasi pemberdayaan pada UMKM, baik pemerintah ataupun lembaga yang mengadakan pemberdayaan masyarakat akan mengetahui tantangan dan kesulitan apa yang dihadapi oleh UMKM selama ini, kemudian bersama-sama mencari solusi agar permasalahan tersebut dalam terselesaikan sehingga UMKM dapat bertahan dan berkembang.

Berdasarkan dengan penjabaran diatas alasan peneliti sendiri tertarik melakukan penelitian pada Rumah BUMN Jogja adalah karena Rumah BUMN Jogja membantu dan memberikan kesempatan untuk UMKM belajar dan mengetahui bagaimana cara mengelola usaha dengan baik agar dapat berkembang dan bertahan serta Rumah BUMN Jogja membantu memberikan akses pemasaran kepada UMKM agar usaha yang dikelola dapat dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu peneliti tertarik karna banyak UMKM yang antusias bergabung menjadi anggota disana untuk mengikuti program yang ada di Rumah BUMN Jogja. Di mulai dari tahun 2017 sampai 2019, tercatat ada 43.713 UMKM yang terdaftar di Rumah BUMN Jogja, dengan kunjungan aktif anggota sebanyak 700-1000 UMKM(Radar Jogja, 2017. <https://radarjogja.jawapos.com/bisnis/2020/04/17/rumah-kreatif-dorong-umkm-go-online/> diakses 20 Januari 2021). Dan alasan terakhir adalah karna belum banyak penelitian yang meneliti Rumah BUMN Jogja. Peneliti menjadikan komunikasi pemberdayaan sebagai fokus masalah dalam penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui bagaimana komunikasi pemberdayaan yang dilakukan pada Rumah BUMN Jogja serta faktor pendukung dan penghambat dalam menggunakan komunikasi pemberdayaan tersebut. Selain itu alasan peneliti tertarik meneliti UMKM adalah karena UMKM memiliki peranan penting sebagai roda penggerak perekonomian Negara dan membantu membuka lapangan pekerjaan. Adapun hubungan Rumah BUMN Jogja dengan UMKM adalah hadirnya Rumah BUMN Jogja memang dikhususkan untuk membantu UMKM dalam meningkatkan kapasitas dan kapabilitas sehingga UMKM dapat berkembang dan naik kelas.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana elemen komunikasi pemberdayaan pada program Rumah BUMN Jogja ?
2. Bagaimana faktor pendukung dan faktor penghambat dalam komunikasi pemberdayaan pada program Rumah BUMN Jogja?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji elemen komunikasi pemberdayaan pada program Rumah BUMN Jogja.
2. Untuk menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat dalam komunikasi pemberdayaan pada program Rumah BUMN Jogja.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran mengenai pemberdayaan masyarakat dalam menerapkan komunikasi pemberdayaan yang dilakukan oleh Rumah BUMN Jogja.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk kegiatan penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- a. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat untuk memanfaatkan Rumah BUMN Jogja sebagai wadah untuk meningkatkan kemampuan.

- b. Bagi pelaksana program

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja serta dapat menjadi bahan evaluasi pada program yang dilaksanakan.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Adhi Iman Sulaiman tahun 2018 dari Universitas Jendral Soedirman dengan judul “Komunikasi Pembangunan Melalui Program Pemberdayaan Sebagai Materi pembelajaran di Pesantren”. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai perancangan model komunikasi pembangunan melalui program pemberdayaan ekonomi santri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan merancang model komunikasi dan pemberdayaan ekonomi santri dapat dilakukan dengan cara memberikan materi kewirausahaan dan koperasi sebagai pelajaran tambahan atau pilihan berserta dengan program pratikum dan magang. Dengan cara tersebut menjadikan para santri memiliki keahlian dalam bidang kewirausahaan, kemandirian dan kesejahteraan sehingga dapat mengantisipasi stigma negatif pesantren yang dinilai individual, tertutup dan radikal. Persamaan yang dimiliki oleh penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah komunikasi pemberdayaan yang dilakukan dengan cara pembuatan program kegiatan pemberdayaan yaitu pelatihan, pendampingan dan kemitraan. Dan juga pada penelitian ini memiliki perasamaan ingin memberdayakan agar dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan serta kesejahteraan masyarakat. Selanjutnya adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan adalah mengenai elemen komunikasi. Pada hasil penelitian ini tidak ditemukan elemen komunikasi yang digunakan pada saat program pemberdayaan berlangsung sedangkan pada penelitian yang sedang peneliti lakukan ditemukan hasil adanya elemen komunikasi pemberdayaan yang dilakukan pada saat berlangsungnya program pemberdayaan.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Siti Fatimah, Isep Zaenal Arifin, dan Deden Sumpena tahun 2019 dari UIN Sunan Gunung Djati dengan judul “Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat melalui Kegiatan Program Keluarga Harapan”. Dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana proses komunikasi pemberdayaan yang terjadi pada PKH (Program Keluarga Harapan) dan model komunikasi pemberdayaan yang digunakan pada pelaksanaan program P2k2 (Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga). Lokasi penelitian ini berada di Desa Pasirmuncang Kecamatan Caringan kabupaten bogor. Adapun hasil penelitian ini memaparkan bahwa proses komunikasi pemberdayaan pada PKH (Program Keluarga Harapan) adalah dengan

cara melakukan forum diskusi, kegiatan ini dilakukan agar dapat secara langsung mengetahui respon yang didapatkan. Selain itu hasil penelitian ini juga menunjukkan model komunikasi pemberdayaan yang digunakan pada program P2k2 (Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga) adalah persuasif dan dialogis. Selanjutnya terdapat persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama mengetahui proses komunikasi pemberdayaan pada masing-masing subjek yang diteliti, selanjutnya keduanya menggunakan model komunikasi persuasif dan membahas secara detail mengenai komponen atau elemen komunikasi seperti komunikator, pesan, media, penerima manfaat dan *feedback*. Kemudian adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan adalah mengenai model komunikasi dengan pendekatan yang dilakukan. Pada hasil penelitian ini ditemukan adanya model komunikasi dengan pendekatan partisipatoris yaitu pendekatan dari atas ke bawah (*bottom up*), sedangkan pada hasil penelitian yang sedang peneliti lakukan menggunakan model komunikasi vertikal atau komunikasi dari atas ke bawah (*top down*). Selanjutnya pada penelitian ini materi yang disampaikan mengenai kesehatan dan gizi, pengasuhan dan pendidikan, perlindungan anak, pengelolaan keuangan keluarga, Sedangkan materi penelitian yang peneliti bahas adalah mengenai pelatihan terkait dengan seputaran dunia bisnis untuk UMKM seperti, digital marketing, manajemen keuangan, dan branding produk. Adapun target sarasannya adalah lansia, anak usia dini, disabilitas, anak sekolah dan ibu hamil sedangkan pada penelitian peneliti sendiri target sarasannya adalah UMKM.

Penelitian terdahulu yang ketiga dilakukan oleh AA Kusumadinata tahun 2014 dari Universitas Djuanda Bogor dengan judul “ Analisis Model Komunikasi Kelompok Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Pada Pos Pelayanan Terpadu (Posyandu)”. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi partisipatif dalam program kesehatan terpadu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem implementasi posyandu telah menerapkan komunikasi partisipatif. Persamaan yang dimiliki oleh penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan pendekatan dua arah, sehingga antara komunikator dan penerima manfaat dapat berperan aktif dan memberikan *feedback*. Kemudian adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan adalah pada penelitian ini ditemukan hasil

bahwa penelitian ini berfokus menganalisis model komunikasi partisipatif yang dimana akan menghasilkan pemberdayaan pada program posyandu. Sedangkan pada hasil penelitian yang sedang peneliti lakukan adalah mengkaji komunikasi pemberdayaan dan menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat menggunakan analisis SWOT.

Penelitian terdahulu yang keempat adalah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Agriawan Ansali dan Mutia Dewi tahun 2019 dari Universitas Islam Indonesia dengan judul “ Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Pantai-Kelompok Swadaya Masyarakat Jiwa Laut”. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana implementasi program pemberdayaan masyarakat serta bagaimana komunikasi dalam proses pemberdayaan masyarakat pesisir pantai Watu Kodok. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jiwa laut merupakan lembaga Swadaya masyarakat yang fokus pada pemberdayaan lingkungan di Pantai Watu Kodok. Jiwa laut merupakan komunitas non-pemerintah yang membantu memberdayakan masyarakat dengan kegiatan mengembangkan, memberdayakan dan memfasilitasi masyarakat agar dapat memanfaatkan sumber daya alam yang ada di lingkungan tersebut. Persamaan yang dimiliki oleh penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah keduanya sama-sama berfokus pada komunikasi pemberdayaan dan membahas unsur komunikasi pemberdayaan secara rinci pada masing-masing penelitian. Selain itu persamaan yang ditemukan pada penelitian ini adalah sama-sama ingin mencari tahu mengenai faktor pendukung serta faktor penghambat dengan menggunakan analisis SWOT. Kemudian adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan adalah mengenai elemen pesan. Dalam hasil penelitian ini pesan yang disampaikan tidak disusun secara spesifik di setiap programnya. Pesan disampaikan apa adanya sesuai dengan target audiens beserta pengalaman dan pengetahuan fasilitator. Sedangkan pada hasil penelitian yang sedang peneliti lakukan pesan yang akan disampaikan kepada penerima pesan akan disesuaikan dengan kebutuhan mereka dan dipersiapkan dengan spesifik agar memudahkan proses penyampaian pesan. Selain itu hasil yang ditemukan pada penelitian ini berfokus untuk memberdayakan lingkungan pantai Watu Kodok sedangkan penelitian yang sedang peneliti lakukan berfokus untuk memberdayakan UMKM di Yogyakarta agar dapat berkembang.

Penelitian terdahulu yang kelima dilakukan oleh Nurul Afni Triwahyuni, Anwar Bey, M.Najib Husein tahun 2020 dari Universitas Halu Oleo dengan judul “ Analisis Model Komunikasi Pembangunan Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Melalui Program Pembangunan Rumah Layak Huni di Desa Leppe Kecamatan Soropia”. Tujuan penelitian ini yaitu melalui program Pembangunan Rumah Layak Huni yang berada di Desa Leppe Kecamatan Soropia peneliti ingin mengetahui serta mengkaji proses komunikasi pemberdayaan pada masyarakat pesisir. Adapun hasil penelitian ini memaparkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan itu berbeda-beda antara perangkat desa kepada masyarakat. Dengan adanya perbedaan proses komunikasi ini maka akan mempengaruhi kualitas isi pesan yang diterima masyarakat. Persamaan yang dimiliki oleh penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah pada bagian metode. Kedua penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Selain itu persamaan yang ditemukan adalah keduanya sama-sama berfokus pada proses komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan. Kemudian adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan adalah mengenai elemen pesan. Dalam hasil penelitian ini terdapat adanya ketidakmerataan dalam proses penyebaran pesan pembangunan oleh perangkat desa kepada masyarakat nelayan, hal ini terjadi karena tidak adanya informasi pelaksanaan musyawarah sehingga banyak masyarakat tidak hadir dalam pelaksanaan program. Maka adanya perbedaan proses komunikasi yang terjalin antara masyarakat nelayan dengan perangkat desa, perbedaan ini terjadi berdasarkan mata pencarian. Sehingga tidak semua masyarakat nelayan dapat menerima pesan. Sedangkan pada hasil penelitian yang sedang peneliti lakukan menunjukkan proses penyebaran pesan akan disampaikan secara merata kepada UMKM tanpa memihak siapapun. Pihak Rumah BUMN akan menginformasikan mengenai program yang akan dilaksanakan kepada UMKM, sehingga semua UMKM akan mendapatkan informasi dan pesan dengan mengikuti program yang akan dilaksanakan Rumah BUMN Jogja .

F. Kerangka Konsep

1. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya yang dilakukan yang bertujuan untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dimana dalam keadaan tidak mampu untuk melepaskan diri dari kemiskinan dan keterbelakangan (Mardikanto dan Soebianto, 2015:43). Sedangkan menurut (Indardi, 2016: 127) Pemberdayaan masyarakat merupakan pendekatan yang dilakukan untuk memberikan kesadaran pada masyarakat akan pentingnya membangun kemampuan diri sendiri agar dapat memiliki kehidupan yang lebih baik. Sehingga pemberdayaan masyarakat dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kehidupan masyarakat menjadi lebih baik dari yang tidak berdaya menjadi masyarakat yang mandiri dan mampu menghadapi tantangan kedepannya. Selain itu (Maryani dan Ruth, 2019:8) menuturkan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan proses pembangunan dan kegiatan sosial yang membuat masyarakat berinisiatif untuk mulai memperbaiki situasi dan kondisi pada diri sendiri. Keberhasilan kegiatan pemberdayaan masyarakat tidak hanya ditentukan oleh pihak yang membuat kegiatan tersebut melainkan dilihat juga dari aktifnya masyarakat atau target yang akan diberdayakan.

Menurut (Suharto, 2005:57) pemberdayaan atau pemberkuasaan secara konseptual berasal dari kata "*power*" yang artinya kekuasaan. Pada dasarnya kekuasaan seringkali dihubungkan dengan kemampuan yang dimiliki untuk membuat orang lain dapat melakukan apa saja yang kita inginkan. Selain itu (Suharto, 2005:58) menambahkan bahwa sebagai proses perubahan pemberdayaan memiliki konsep yang bermakna. Dengan kata lain, kemungkinan akan terjadinya proses pemberdayaan tergantung pada dua hal: *pertama*, kekuasaan bisa berubah. Jika kekuasaan tidak dapat berubah maka pemberdayaan tidak akan mungkin terjadi dengan cara apapun. *Kedua*, kekuasaan dapat diperluas. Konsep ini mengedepankan konsep kekuasaan, yang tidak statis, tetapi dinamis. Dapat disimpulkan pemberdayaan memiliki makna membangun potensi yang ada dalam diri masyarakat dengan memberikan bimbingan serta dorongan agar masyarakat dapat memiliki kehidupan yang sejahtera dan dapat memenuhi kebutuhannya.

Dengan diadakannya pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk memandirikan masyarakat dan mencapai perubahan sosial agar masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya. Bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat yang biasa dilakukan contohnya yaitu pelatihan, pengembangan usaha, pengembangan lembaga keuangan, serta kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan kemampuan masyarakat. Program pemberdayaan sangat penting dilakukan untuk kesejahteraan masyarakat serta dapat membantu meningkatkan perekonomian Negara, maka dari itu partisipasi masyarakat, pemerintah, lembaga pemberdayaan serta lembaga terkait sangat dibutuhkan.

Dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat, terdapat prinsip-prinsip pemberdayaan yang bertujuan agar dapat mencapai keberhasilan program. Berikut 4 prinsip menurut beberapa ahli (Maryani dan Nainggolan, 2019:11-12):

a. Prinsip Kesetaraan

Salah satu prinsip utama dalam pemberdayaan masyarakat adalah prinsip kesetaraan. Adapun makna dari prinsip kesetaraan ini adalah dimana antara masyarakat dengan lembaga yang melakukan program pemberdayaan maupun pihak-pihak yang terlibat memiliki kedudukan yang setara atau sejajar. Kesetaraan menunjukkan tingkatan yang sama satu sama lain. Prinsip kesetaraan mengembangkan berbagai aspek seperti diantaranya pengalaman, pengetahuan dan keahlian. Selain itu prinsip kesetaraan menjelaskan mengenai pihak yang terlibat akan mengakui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki sehingga masing-masing individu akan mengetahui dan nantinya proses saling belajar satu sama lain akan terjadi dan akan saling memberikan semangat.

b. Prinsip Partisipasi

Prinsip ini merupakan prinsip yang mendorong kemandirian masyarakat karena sifatnya kontribusi, direncanakan, dilaksanakan, diawasi dan dievaluasi. Pada tahap ini adanya waktu dan proses pendampingan yang melibatkan pendamping terhadap pemberdayaan masyarakat. Maksudnya adalah masyarakat yang mengikuti program pemberdayaan ini akan mendapatkan arahan yang jelas dari pendamping ataupun fasilitator sehingga mampu memotivasi diri

sendiri dengan kemampuan masing-masing individu.

c. Prinsip Keswadayaan atau Kemandirian

Prinsip keswadayaan dapat diartikan sebagai upaya mengembangkan potensi dan kemandirian yang berasal dari sumberdaya masyarakat itu sendiri. Pada dasarnya dukungan dan bantuan dari orang lain bersifat material yang bertujuan hanya sebagai penunjang, sedangkan sumberdaya utamanya adalah masyarakat sendiri. Sehingga masyarakat yang mengikuti pemberdayaan masyarakat diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya sendiri dan tidak bergantung dengan orang lain.

d. Prinsip Berkelanjutan

Pada pemberdayaan masyarakat program yang dirancang dibentuk agar bisa berkelanjutan, terus-menerus dan berkesinambungan. Maksud berkelanjutan adalah program yang akan dirancang dipikirkan sebaik mungkin agar dapat berlanjut dan tidak berhenti ditengah jalan. Pada awal program peran pendampingan akan lebih dominan dari pada masyarakat, namun lama kelamaan peran pendampingan akan berkurang karena masyarakat sudah mampu untuk mengembangkan potensi dirinya secara mandiri.

2. Komunikasi Pemberdayaan

Adanya kegiatan pemberdayaan masyarakat tidak terlepas dari adanya komunikasi yang terjadi. Dengan adanya komunikasi dapat membantu menunjang keberhasilan program pemberdayaan masyarakat karna mempermudah proses penyampaian pesan. Oepen (dalam Sulistyowati, 2005:89) menjelaskan komunikasi dikatakan “tepat guna” apabila didalamnya terdapat proses interaksi sosial dalam bentuk demokratis dan horizontal dengan menggunakan media yang diproduksi, dikelola serta dikendalikan oleh masyarakat itu sendiri dengan tujuan yang ingin dicapai.

Menurut (Indardi, 2016:109) komunikasi pemberdayaan adalah kajian komunikasi pada aktivitas pembangunan yang memfokuskan pentingnya keterlibatan masyarakat atau partisipasi masyarakat, sehingga komunikasi pemberdayaan masyarakat lebih menekankan proses bersifat interaktif dan transaksional. Selain itu (Setyowati, 2019:190) menjelaskan bahwa dengan

hadirnya komunikasi pembangunan berfungsi untuk dapat memberikan kontribusi dalam proses pembangunan terutama dalam hal mempercepat proses difusi inovasi atau upaya memenuhi tuntutan modernisasi. Sedangkan menurut (Dewi, 2020:75) komunikasi pemberdayaan merupakan sebuah usaha yang bertujuan untuk memajukan ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang ada serta pengelolaan sumber daya sekitar sehingga nantinya akan membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan elemen komunikasi seperti diantaranya komunikator, pesan, media yang digunakan, komunikan dan feedback yang diberikan. Elemen-elemen komunikasi tersebut mempengaruhi pada saat proses penyampaian pesan pada saat kegiatan pemberdayaan masyarakat berlangsung. Berikut penjelasan mengenai elemen-elemen komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Komunikator

Dalam pemberdayaan masyarakat komunikator sering disebut dengan fasilitator. Fasilitator merupakan seseorang atas nama pemerintah atau lembaga pemberdayaan masyarakat yang memiliki kewajiban untuk memberikan pengaruh terhadap proses pengambilan keputusan dalam mengadopsi inovasi yang akan dilakukan oleh (calon) penerima manfaat (Mardikanto dan soebiato,2015:139). Selain itu fasilitator memiliki peranan untuk menjembatani atau penghubung antara pemerintah dengan lembaga pemberdayaan. Fasilitator juga dapat diartikan sebagai orang yang akan membantu membimbing, mengarahkan dan menyampaikan pesan kepada komunikan atau penerima manfaat. Dengan adanya peran fasilitator dapat membantu berjalannya program pemberdayaan masyarakat. Selanjutnya dalam melancarkan proses komunikasi fasilitator sebaiknya mengenal dan memahami karakteristik khalayak terlebih dahulu agar memudahkan penyampaian pesan pada saat berjalannya program. Tak hanya itu saja seorang fasilitator juga harus memiliki kemampuan baik pengetahuan, keterampilan dan sikap karna dengan kemampuan tersebut akan mempermudah proses penyampaian pesan.

b. Pesan

Pesan merupakan suatu informasi yang akan disampaikan oleh

komunikator kepada komunikan. Pesan dapat disampaikan dalam bentuk verbal dan non verbal. Contoh bentuk pesan verbal adalah pesan yang disampaikan berupa lisan maupun tulisan sedangkan bentuk pesan non verbal disampaikan dengan gerakan tubuh dan tindakan. Pesan yang akan disampaikan pada program pemberdayaan masyarakat sebaiknya dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan para target sasaran. Menurut Nurhadi dan Achmad (2017:95) proses komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila komunikator mampu menyampaikan pesan yang dapat merubah pengetahuan, sikap dan prilaku komunikan. Selain itu (Nurhadi dan Achamd, 2017:92-93) juga menjelaskan agar pesan dapat tersampaikan dengan baik dan memberikan feedback, maka pesan tersebut sebaiknya memiliki kriteria seperti: pesan yang disampaikan direncanakan dan disusun secara sistematis, Pesan yang akan disampaikan oleh komunikator sebaiknya dikemas semenarik mungkin untuk menarik perhatian komunikan, pesan harus mudah dipahami dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti .

c. Saluran/Media

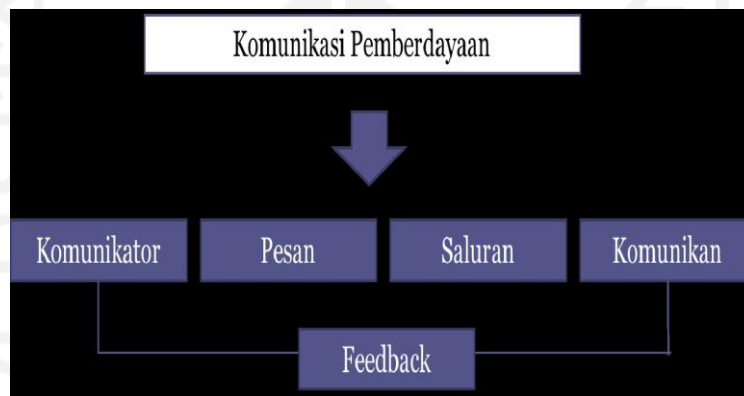
Merupakan sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi kepada komunikan. Media digunakan agar dapat mempermudah penyampaian informasi sehingga membantu menunjang keberhasilan program. Selain itu media juga berfungsi untuk menjadi penghubung komunikasi antara penerima pesan dengan fasilitator dan juga dapat mengatasi keterbatasan ruang dan waktu.

d. Komunikan

Dalam pemberdayaan masyarakat komunikan sering disebut dengan istilah penerima manfaat. Adapun pengertian penerima manfaat adalah orang yang menerima pesan pada saat proses komunikasi terjadi atau orang yang menjadi target sasaran pada kegiatan pemberdayaan masyarakat. Menurut (Mardikanto dan soebiato,2015), penerima manfaat memiliki beberapa karakteristik diantaranya adalah karakteristik pribadi, status sosial ekonomi, perilaku keinovatifan, dan moral ekonomi masyarakat.

e. *Feedback*

Feedback merupakan tanggapan atau timbal balik yang diberikan penerima pesan kepada komunikator. Dengan adanya *feedback* maka pesan yang disampaikan dapat dikatakan berhasil, Namun *feedback* yang akan diberikan akan bervariasi. Menurut (Indardi,2016:53) suatu komunikasi tidak disertai dengan umpan balik akan sama dengan nol atau dikatakan tidak adanya umpan balik(*Zerro feedback*). *Feedback* yang baik adalah *feedback* yang memberikan dampak positif atau adanya perubahan perilaku penerima pesan.



Gambar 1.1 Komunikasi Pemberdayaan

(Sumber: Mutia,2020)

C. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu analisis dalam lingkup internal dan eksternal untuk menyusun strategi perusahaan atau organisasi dalam jangka waktu yang pendek maupun panjang. Menurut (Daniel dan Hovland,2015:1) analisis SWOT adalah alat perencanaan strategi klasik dengan menggunakan susunan kerja dilihat dari faktor internal seperti *Strength*(kekuatan)dan *Weakness*(kelemahan) serta faktor eksternal seperti *Opportunity*(peluang) dan *Threats*(ancaman), cara sederhana ini digunakan untuk dapat melaksanakan sebuah strategi. Analisis SWOT berfungsi memberikan analisis untuk membantu organisasi atau perusahaan mengetahui kelebihan serta kekurangan yang dimiliki agar dapat menentukan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu untuk menentukan faktor pendukung pada perusahaan atau organisasi maka dapat dilihat

dari komponen *Strength*(kekuatan) dan *Opportunity*(peluang) kemudian untuk menentukan faktor penghambatnya dilihat dari komponen *Weakness*(kelemahan) dan *Threats*(ancaman). Analisis SWOT terbagi menjadi 4 komponen yaitu:

1. *Strength* (Kekuatan)

Strength merupakan kelebihan atau kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi. Komponen ini menjadikan perusahaan memiliki hal khusus dan nilai keunggulan yang berbeda dengan perusahaan lain. Hal ini yang akan membedakan perusahaan yang dimiliki dengan pesaing dengan perusahaan yang sejenis. Untuk sebuah perusahaan sebaiknya mengenali kekuatan dasar organisasi tersebut, dengan mengenali komponen kekuatan apa saja yang dimiliki organisasi, maka langkah selanjutnya adalah mempertahankan dan memperkuat kelebihan agar organisasi dapat maju dan berkembang(Fatimah,2016:14).

2. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness merupakan kekurangan yang terdapat pada internal perusahaan atau organisasi. Kelemahan ini perlu dianalisis dan dibenahi agar tujuan bersama dapat tercapai. Kelemahan yang dimiliki organisasi biasanya mengenai sumber daya manusia, fasilitas dan lainnya. Organisasi sebaiknya mencari solusi agar dapat meminimalisir kelemahan yang ada.

3. *Opportunity* (Peluang)

Peluang adalah kesempatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi untuk mendapatkan dukungan dan keuntungan. Pada komponen ini hasil didapatkan dari faktor eksternal perusahaan atau organisasi. Agar dapat mengetahui faktor eksternal yang dapat dijadikan peluang adalah dengan cara membandingkan analisis internal (*strength* dan *weakness*) perusahaan atau organisasi yang dimiliki dengan analisis internal pesaing lainnya(Fatimah,2016:16)

4. *Threats* (Ancaman)

Threats adalah situasi dimana perusahaan bisa mengalami kerugian akibat adanya ancaman yg datang. Selain itu *threats* bisa menghalangi dan menghambat strategi yang telah dibentuk perusahaan atau organisasi. Maka dari itu sebaiknya organisasi memiliki strategi yang tepat untuk mengatasi ancaman yang akan terjadi.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, Pendekatan ini digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam dan menggambarkan serta menjelaskan fenomena yang sesuai dengan fakta yang ditemukan dilapangan. Selanjutnya jenis penelitian ini adalah deskriptif digunakan untuk dapat memudahkan melakukan pengamatan serta memaparkannya dengan fakta dan hasil dilapangan. Sehingga pada penelitian Analisis Komunikasi Pemberdayaan Pada Program Rumah BUMN Jogja peneliti menggunakan jenis dan pendekatan kualitatif deskriptif.

2. Waktu dan lokasi penelitian

Lokasi penelitian di Rumah BUMN Jogja, jl. Sagan Timur No 123, Terban, Gondokusuman, Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dari mulai bulan november 2020 sampai dengan bulan April 2021 atau tepatnya kurang lebih 6 Bulan.

3. Narasumber penelitian

Untuk menentukan informan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Dimana teknik ini menentukan informan berdasarkan pertimbangan dan memilih informan yang dipercaya dapat menjawab pertanyaan peneliti. Dalam teknik ini peneliti memilih informan yang dianggap paham mengenai masalah yang diteliti sehingga memberikan informasi yang akurat dan dapat dijadikan data selain itu dalam teknik ini peneliti menentukan kriteria-kriteria tertentu untuk menentukan informan. Kriteria-kriteria tersebut dalam informan penelitian ini diantaranya sudah bekerja di Rumah BUMN minimal 3 tahun, mengetahui sejarah berdirinya Rumah BUMN Jogja, Mengetahui semua kegiatan ataupun program yang ada di Rumah BUMN Jogja, Terlibat langsung dalam semua kegiatan ataupun program yang diadakan Rumah BUMN Jogja, dan memiliki kedekatan dengan target sasaran yaitu UMKM. Selanjutnya berdasarkan kriteria tersebut peneliti menentukan

yang akan menjadi informan dalam penelitian ini adalah admin yang juga sekaligus sekretaris di Rumah BUMN Jogja yaitu mbak Condro. Alasan peneliti memilih informan tersebut selain telah memenuhi kriteria adalah informan ini sangat berperan aktif dalam mengurus semua kegiatan dan program yang ada di Rumah BUMN Jogja selain itu juga diantara para pengurus Rumah BUMN Jogja lainnya yang peneliti temui di lokasi penelitian hanya mbak Condro yang dapat memberikan informasi yang lengkap dan detail, mbak Condro juga bersedia meluangkan waktunya untuk membantu menjadi informan dalam penelitian ini. Alasan peneliti selanjutnya hanya memilih satu narasumber saja karena beberapa pengurus Rumah BUMN Jogja tidak memenuhi kriteria yang telah peneliti tentukan dan juga peneliti kesulitan untuk menghubungi pengurus lainnya dikarenakan sedang dalam keadaan pandemi Covid-19 serta terdapat juga beberapa pengurus yang tidak bersedia untuk menjadi informan. Dengan demikian, peneliti memilih mbak Condro untuk menjadi informan dalam penelitian ini dan peneliti yakin mbak Condro mampu memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti sebagai data dalam penelitian ini.

4. Pengumpulan data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan beberapa teknik untuk mendapatkan data dan informasi, diantaranya adalah observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan cara mengamati dan mencatat fakta yang ada di lapangan. Data observasi dapat berupa gambaran, sikap, tindakan dan lainnya. Proses observasi yang dilakukan peneliti adalah dengan cara mendatangi langsung lokasi penelitian yaitu Rumah BUMN Jogja. Selanjutnya hal yang dilakukan adalah melihat lokasi yang menjadi tempat berlangsungnya program pemberdayaan. Pada saat kegiatan observasi, peneliti bertemu dengan salah satu staff yang bekerja di Rumah BUMN Jogja, kemudian peneliti berinteraksi membahas seputaran Rumah BUMN Jogja. Dan pertemuan selanjutnya peneliti membuat janji kepada narasumber untuk bertemu dalam

kegiatan wawancara.

b. Wawancara

Tahap selanjutnya untuk mengumpulkan data adalah peneliti melakukan wawancara secara langsung. Wawancara adalah proses untuk memperoleh data ataupun informasi untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung antara pewawancara dengan informan dengan menggunakan pedoman wawancara (Mardawani, 2020:50). Sebelum melakukan proses wawancara sebaiknya perlu menyiapkan alat bantu untuk merekam wawancara dan draft pertanyaan agar memudahkan saat proses wawancara berlangsung. Tahap ini wawancara dilakukan peneliti dengan terstruktur sebab peneliti telah menyiapkan pertanyaan wawancara untuk narasumber.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek itu sendiri ataupun orang lain mengenai subjek tersebut (Mawardani, 2020:52). Dokumen tersebut dapat berupa laporan, catatan. Foto dan lainnya. Dalam penelitian ini dokumentasi yang diperoleh peneliti adalah hasil laporan orang lain yang pernah melakukan penelitian disana, artikel dan foto.

5. Analisis data

Menurut Muhadjir dalam (Rijali, 2018:84) analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti pada masalah yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan orang lain. Untuk meningkatkan pemahaman tersebut maka peneliti berupaya mencari makna. Teknik analisis data yang digunakan dalam analisis data penelitian ini adalah :

a. Reduksi data

Proses analisis reduksi data dilakukan dengan melakukan pengumpulan data setelah penelitian selesai dengan proses seleksi, penyerderhanaan, pemilihan data yang diperoleh dari hasil wawancara dilapangan. Proses reduksi data juga membuang data yang tidak

diperlukan sehingga melakukan pemilihan data menjadi uraian yang singkat.

b. Penyajian Data

Data yang diperoleh berasal dari hasil wawancara dengan informan yang kemudian dikumpulkan hingga dapat menarik kesimpulan sehingga dapat dibuat dalam bentuk narasi deskriptif. Penyajian data bertujuan untuk menyederhanakan informasi agar dapat lebih mudah dipahami.

c. Penarikan kesimpulan

Tahap ini merupakan proses dimana memahami makna. Peneliti akan menguji kebenaran setiap makna yang muncul pada data. Setelah hasil temuan telah melalui proses reduksi data dan penyajian data maka tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Pada tahap ini penarikan kesimpulan tidak hanya di lihat dari data-data yang didapatkan dari informan melainkan dari hasil verifikasi yang ditemukan di lokasi penelitian.

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil Rumah BUMN Jogja

Rumah BUMN merupakan salah satu program kementerian BUMN untuk pemberdayaan dan kemajuan UMKM. Bersama dengan kementerian BUMN dan beberapa perusahaan milik Negara turut berpartisipasi untuk membangun Rumah BUMN yang tersebar di Indonesia sebagai wadah UMKM untuk belajar dan bertukar informasi dengan cara memberikan pelatihan serta pendampingan kepada para pelaku UMKM agar dapat berkembang dan memiliki kualitas. UMKM memiliki peranan penting dalam pembangunan serta kemakmuran ekonomi Negara. Sekarang ini telah berdiri 244 rumah BUMN yang tersebar di Indonesia, yang terdiri dari 537.767 UMKM dan bekerja sama dengan 14 BUMN (Media BUMN, 2019. <https://mediabumn.com/rumah-kreatif-bumn-nikmati-ragam/> diakses 9 Desember 2020). Beberapa BUMN yang turut membantu dan mendirikan Rumah BUMN antara lain Telkom, Pertamina, BRI, BNI, Bank Mandiri, Angkasa Pura II dan lainnya. Rumah BUMN akan membantu dan mendampingi para pelaku UMKM agar dapat berkembang serta mengelola usahanya dengan baik dan dapat mengatasi permasalahan ataupun tantangan usaha kedepannya. Fungsi utama program Rumah BUMN adalah mewujudkan *Digital Economy Ecosystem* kepada UMKM agar mampu memanfaatkan teknologi digital dalam bisnisnya serta dapat berkembang dan naik kelas, sebab masih banyak UMKM yang belum dapat memanfaatkan teknologi dan melakukan digitalisasi pada usahanya. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan Rumah BUMN dalam rangka membentuk UMKM agar menjadi Go Modern, Go Digital, Go Online, dan Go Global.

Salah satu Rumah BUMN yang berdiri di Indonesia terletak di kota Yogyakarta. Maka dari itu Rumah ini dinamakan Rumah BUMN Jogja. Rumah BUMN Jogja dibangun pada tahun 2017 dan Bank BRI (Bank Rakyat Indonesia) merupakan salah satu perusahaan BUMN yang berperan membantu dalam pembangunan Rumah BUMN Jogja ini. Awalnya Rumah BUMN Jogja bernama Rumah Kreatif BRI Jogja, namun pada tanggal 17 Agustus 2020 kementerian BUMN secara resmi melakukan *rebranding* program ini menjadi Rumah BUMN Jogja, *Rebranding* ini dilakukan kepada seluruh Rumah BUMN yang tersebar di

Indonesia sebab Kementrian BUMN baru baru ini juga meluncurkan logo baru yang memiliki makna agar BUMN dapat bertransformasi dengan baik, sehingga Rumah BUMN pun juga ikut berganti nama dan logo yang baru. (Sitanggang, 2020. <https://keuangan.kontan.co.id/news/bni-perkenalkan-rumah-bumn-untuk-milenial> diakses 9 Desember 2020). Lokasi rumah BUMN Jogja terletak di Jalan sagan NO.123 Terban, Gondokusuman, Yogyakarta. Adapun fasilitas yang ada di Rumah BUMN Jogja diantaranya, Wifi, Ruangan ber-Ac, Area merokok, Ruangan pertemuan, Ruang pelatihan/workshop, store dan Marketplace. Semua fasilitas tersebut dapat digunakan para anggota Rumah BUMN Jogja. Rumah BUMN Jogja memiliki beberapa program yang dibuat untuk membantu serta mendorong para pelaku UMKM, Program-program tersebut adalah pelatihan, BRilian preneur, dan BRIncubator. Program-program tersebut dibuat sesuai dengan kebutuhan para pelaku UMKM. Jadi Rumah BUMN Jogja akan melihat masalah apa saja yang banyak dihadapi para pelaku UMKM dan selanjutnya Rumah BUMN Jogja akan menyusun program sesuai dengan kebutuhan para pelaku UMKM agar masalah yang terjadi selama ini dapat terselesaikan dengan baik sehingga usaha yang dijalankan UMKM dapat berkembang dan naik kelas. Semua program yang diadakan Rumah BUMN Jogja termasuk pendaftaran awal tidak dipungut biaya apapun atau gratis, karena Rumah BUMN dibentuk memang untuk membantu serta memfasilitaskan UMKM. Program yang ada di Rumah BUMN Jogja dapat di ikuti oleh Para pelaku UMKM yang ada di jogja dan masyarakat umum yang ingin belajar mengenai usaha ataupun yang baru ingin terjun ke dalam dunia bisnis.

Syarat untuk bisa mengikuti program dan pelatihan di Rumah BUMN Jogja yaitu para pelaku UMKM harus mendaftarkan diri menjadi member terlebih dahulu. Dengan bergabung menjadi membership, para pelaku UMKM akan mendapatkan keuntungan seperti: Memperluas jaringan sosial sesama dengan pelaku UMKM, konsultasi bersama para mentor yang berpengalaman sesuai bidangnya, mendapatkan berbagai pelatihan, kegiatan pameran dan terakhir akses pemasaran. Tahap awal yang harus dilakukan agar bisa bergabung menjadi anggota di Rumah BUMN Jogja adalah registrasi secara online ataupun offline. Untuk pendaftaran online dapat diakses melalui link yang tertera di bio Instagram Rumah BUMN Jogja. Selanjutnya para pendaftar harus mengisi data yang telah

disediakan oleh pihak Rumah BUMN BRI Jogja. Sedangkan pendaftaran secara offline dapat dilakukan dengan cara para pendaftar mendatangi langsung ke Rumah BUMN Jogja dan mengisi data sama seperti pendaftaran online. Setelah data sudah terkumpul, pihak Rumah BUMN Jogja akan menganalisa untuk mengkatagorikan UMKM berdasarkan jenis produk yang dijual. Selanjutnya para UMKM akan dikelompokkan menjadi 2 kategori yakni, medium-high dan low-medium. Untuk para UMKM yang masuk ke dalam kategori kelas medium-high akan diberikan konsultasi serta pendampingan yang berfungsi untuk peningkatan kualitas produk, branding produk, dan lainnya. Sedangkan untuk kategori kelas low-medium, akan dibimbing dengan memberikan kelas pelatihan melalui sharing session dan diskusi. Setelah pengelompokan kategori sudah dilaksanakan tahap berikutnya adalah Rumah BUMN Jogja akan mendampingi dan membantu dalam proses digitalisasi produk. Pada tahap ini Rumah BUMN akan membantu mereview deskripsi produk, desain packaging produk, foto produk serta menetapkan harga produk. Kemudian para anggota akan dibantu untuk memasarkan produknya melalui media sosial atau *ecommerce*.



Gambar 2.1 Tampak depan Rumah BUMN Jogja

(Sumber: dokumen pribadi)

B. Visi Misi Rumah BUMN Jogja

Adapun yang menjadi visi misi di Rumah BUMN Jogja seperti kutipan dari (<https://joedocenter.wixsite.com/rumahkreatifjogja/visi-misi> diakses 9 Desember 2020) adalah :

1. VISI:

menjadikan Produk Kreatif salah satu primadona penghasil devisa bagi daerah dan nasional, serta menjadi salah satu solusi mengatasi masalah

sosial dan ketenagakerjaan.

2. MISI:

- a. Membangun apresiasi masyarakat terhadap kreativitas, kewirausahaan & kewiraniagaan yang bisa dilakukan siapa saja - dimana saja - kapan saja
- b. menjadikan kreativitas, kewirausahaan & kewiraniagaan sebagai budaya, usaha & niaga masyarakat untuk masa depan
- c. mengembangkan berbagai sektor kreatif, usaha & niaga yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan

C. Program di Rumah BUMN Jogja

Di Rumah BUMN Jogja terdapat 3 program yang telah di bentuk sesuai dengan kebutuhan para pelaku UMKM, program tersebut antara lain pelatihan, BRilian preneur, dan BRIncubator. Untuk dapat mengikuti program yang ada di Rumah BUMN Jogja, para UMKM harus mendaftarkan dirinya menjadi anggota aktif Rumah BUMN Jogja. Pendaftaran ini dibuka secara gratis tanpa dipungut biaya apapun. Berikut Program-program yang ada di Rumah BUMN Jogja:

1. Pelatihan

Program ini merupakan pemberian materi pengetahuan mengenai seputaran dunia bisnis dalam rangka meningkatkan kualitas usaha para UMKM. Tak hanya itu saja program pelatihan ini juga memberikan praktek secara langsung sesuai materi yang sedang diberikan di setiap kelasnya agar para anggota lebih memahami dan dapat meningkatkan kapabilitas. Materi pelatihan yang diberikan Rumah BUMN Jogja diantaranya yaitu mengenai *branding* produk, manajemen keuangan, *mindset* bisnis, strategi bisnis, videografi, *digital marketing*, *marketplace* atau *ecommerce* dan lainnya. Semua materi tersebut diberikan sesuai dengan kebutuhan para anggota. Condro selaku admin yang juga sekaligus menjadi sekretaris di Rumah BUMN Jogja pada saat wawancara(2 Desember 2020) menjelaskan pelatihan ini diberikan rutin setiap minggu dan membuka 4 sampai 5 kelas setiap minggunya dengan membahas tema yang berbeda beda, selanjutnya untuk penentuan jadwal pelatihan pihak Rumah BUMN Jogja akan mengatur semuanya dari menghubungi pemateri sampai dengan menyebarkan informasi kelas. Biasanya sebelum

penentuan jadwal pelatihan pihak rumah BUMN Jogja akan menghubungi para pemateri untuk mengkonfirmasi kehadiran pemateri tersebut, kegiatan ini dilakukan agar tidak adanya *miscommunication* antara pihak Rumah BUMN Jogja dengan pemateri dan juga menghindari adanya jadwal yang sama dengan pemateri lainnya. Selanjutnya dari hasil wawancara Condro (2 Desember 2020) menjelaskan Sebelum di adakan kelas pengurus Rumah BUMN Jogja akan memberikan informasi mengenai jadwal dan tema apa yang akan dibahas melalui media sosial Instagram. Sehingga para anggota dapat langsung melihat dan memilih kelas apa yang ingin di ikuti. Kemudian jika para anggota sudah memutuskan kelas apa yang akan diikuti, para anggota harus mengisi format pendaftaran kelas yang terdiri dari kode kelas dan nama anggota, selanjutnya format tersebut dikirimkan melalui via Whatsapp dengan nomor tujuan yang sudah tertera di Instagram. Nantinya pengurus Rumah BUMN akan mengkonfirmasi format yang sudah dikirimkan. Semua materi pelatihan yang di berikan kepada anggota akan disampaikan oleh fasilitator atau pemateri yang memang sudah berpengalaman dan menguasai bidang tersebut. Untuk penentuan tema materi pada program pelatihan pun akan ditentukan oleh pemateri itu sendiri. Pelatihan yang diberikan Rumah BUMN Jogja bukan seperti sesi kelas yang dimana para anggota hanya diam mendengar penjelasan dari narasumber, namun disini para pemateri membuat sesi diskusi pada saat menyampaikan materi. Selama berlangsungnya pelatihan, para anggota diberi kesempatan untuk *sharing*, bertanya atau konsultasi, karena disini para pemateri menggunakan metode komunikasi dua arah agar para anggota aktif pada saat berlangsungnya program ini.



Gambar 2.2 Tampak suasana program pelatihan di Rumah BUMN Jogja

(Sumber: Facebook Rumah BUMN Jogja)

2. BRilian preneur

Program ini merupakan sebuah konsep pameran untuk UMKM yang siap bersaing di pasar internasional. Program BRilian preneur memiliki tujuan mempertemukan pengusaha UMKM dengan pembeli atau *buyer* dari mancanegara secara langsung agar menaikkan kelas UMKM terutama dalam bidang ekspor. Dengan program ini diharapkan dapat membuka peluang untuk UMKM Indonesia agar dapat bersaing di mancanegara. Tak hanya itu saja program ini dilaksanakan agar produk UMKM di Indonesia banyak yang menggunakan dan mengkonsumsi sehingga akan membantu membuka lapangan pekerjaan lebih banyak lagi, sebab pasar yang akan dijangkau tidak hanya pasar domestik saja melainkan pasar global pun akan ikut dijangkau. Bidang usaha yang di tampilkan dalam program ini meliputi makanan, *home decor*, *fashion*, aksesoris, dan kerajinan. program ini dilaksanakan dibawah naungan serta dukungan salah satu perusahaan BUMN yaitu BRI (Bank Rakyat Indonesia). Program BRilian preneur diadakan setiap setahun sekali. Kegiatan ini diadakan pertama kali pada tahun 2019 dan berhasil membuat banyak kontrak UMKM dengan *buyer* dari luar negeri. Pada tahun 2019 acara ini diadakan di Assembly Hall JCC, Jakarta dan pada tahun 2020 acara ini diadakan secara virtual karena masih dalam kondisi pandemic covid-19, dalam program ini tidak hanya kegiatan pameran saja yang ditampilkan namun ada kegiatan kegiatan lain seperti acara Bussiness matching, Talkshow, UMKM Award, coaching clinic (Tribunnews.com, 2019. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2019/12/20/umkm-export-brilian-preneur-2019-peluang-umkm-indonesia-ke-pasar-internasional> diakses 9 Desember 2020). Kemudian terdapat juga pasar online yang menampilkan ratusan UMKM yang tersebar melalui marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Blibli dan Lazada dan bekerjasama dengan Indonesia Mall milik BRI. Melalui wawancara bersama condro admin sekaligus sekretaris di Rumah BUMN Jogja (2 Desember 2020) untuk para pelaku UMKM yang ingin mengikuti program ini harus sudah siap untuk melakukan *ekspor*, melengkapi surat-surat yang

dibutuhkan dan harus sudah siap dan menyiapkan barang yang ingin ditampilkan sebaik mungkin untuk nanti nya dipamerkan dan dijual. Untuk tahap selanjutnya UMKM mendaftarkan diri melalui link www.briliantpreneur.com. Namun disini tidak semua UMKM dapat mengikuti kegiatan ini karena akan dilakukannya seleksi dan kurasi oleh pihak BRilian Preneur. UMKM yang telah memenuhi standar dapat mengikuti program BRilian Preneur ini namun untuk UMKM yang belum memenuhi standar dapat meningkatkan lagi kualitas produk yang ingin dipasarkan.



Gambar 2.3 Kegiatan program BRilian Preneur 2019

(Sumber: Sindonews.com)

3. BRI Incubator

Program ini bertujuan untuk pemberian akses pembiayaan dan peningkatan kapasitas serta kapabilitas UMKM dengan memanfaatkan digital dan fokus pada ekspor. (Syarif, 2020. <https://www.jamkridasulsel.co.id/info/brincubator-upaya-bri-menggenjot-pertumbuhan-umkm/> diakses 9 Desember 2020). Bentuk dari kegiatan ini adalah pendampingan kepada UMKM agar dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk meningkatkan usaha bisnis para UMKM serta dapat melakukan kegiatan ekspor. BRIncubator bertujuan untuk membantu UMKM agar berkembang lebih ke modernisasi dengan berbasis teknologi yang akan membantu para pelaku usaha dan menciptakan para teknopreneur lebih banyak lagi. Sesuai dengan namanya program ini juga dibawah naungan BRI (Bank Rakyat Indonesia). Condro selaku admin yang juga sekaligus menjadi sekretaris di Rumah BUMN Jogja pada saat

wawancara (2 Desember 2020) menjelaskan Kegiatan ini dilakukan setahun sekali dengan jangka waktu kegiatan selama 1 sampai 3 bulan. Kegiatan ini pertama kali dilaksanakan pada tahun 2018. Pada program ini dibagi menjadi 4 tahapan. (Hendriani, 2019. (<https://mix.co.id/corporate-social-initiative/brincubator/> diakses 9 Desember 2020)). Pertama adalah pra-inkubasi. Tahap ini merupakan tahap pengenalan bisnis serta akan memperkenalkan mentor mentor yang sudah ahli dibidangnya. Tahap kedua inkubasi, di tahap ini para UMKM di Rumah BUMN Jogja akan membuat rencana bisnis yang akan dilakukan serta akan diajarkan mengenai cara mengelola bisnis. Tahap ketiga adalah akselerasi, tahap ini para UMKM akan mendapatkan pelatihan yang lebih *intens* serta diperkenalkan dengan pemasaran secara online dengan media sosial seperti contohnya bagaimana cara membuat tampilan yang menarik di media sosial untuk menarik perhatian konsumen. Dan tahap terakhir adalah rapid growth, tahap ini BRI akan membantu mendampingi para UMKM sampai siap untuk masuk ke dalam pasar internasional atau ekspor. Pada program ini akan dilaksanakan beberapa kegiatan diantaranya Roadshow, Seminar, Workshop dan bootcamp. Semua kegiatan tersebut dilaksanakan untuk meningkatkan kapabilitas UMKM berbasis 4G (*Go Modern, Go digital, Go Online, Go Digital*). Selain itu Condro(2 Desember 2020) selaku admin yang juga sekaligus menjadi sekretaris di Rumah BUMN Jogja menjelaskan Syarat untuk mengikuti program ini adalah calon peserta harus memiliki usaha dan produk, selanjutnya mendaftarkan diri di Rumah BUMN masing-masing area nantinya pihak BRI akan melakukan kurasi kepada UMKM yang memenuhi syarat. Jadi tidak semua UMKM dapat mengikuti program ini karna program ini diusung memang untuk UMKM yang sudah siap untuk ekspor. Dalam program ini bidang usaha yang difokuskan adalah kuliner, kerajinan dan *fashion*.



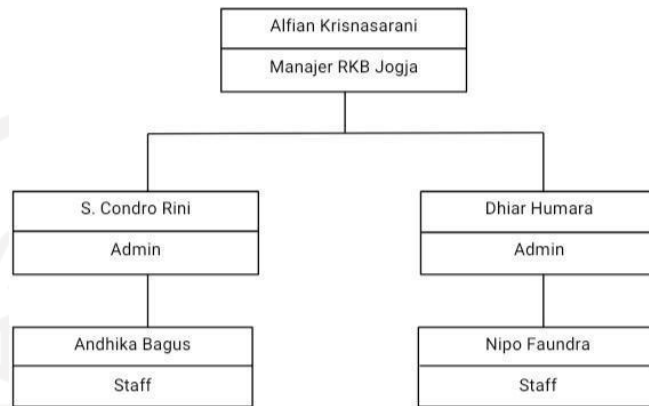
Gambar 2.4 Kegiatan program BRIncubator 2019 di Rumah BUMN Jogja
(Sumber: Krjogja.com)

D. UMKM di Rumah BUMN Jogja

Mulai dari tahun 2017 sampai 2019, tercatat ada 43.713 UMKM yang terdaftar di Rumah BUMN Jogja, dengan kunjungan aktif anggota sebanyak 700-1000 UMKM. (Radar Jogja, 2020. <https://radarjogja.jawapos.com/bisnis/2020/04/17/rumah-kreatif-dorong-umkm-goonline/>. diakses 20 Januari 2021). UMKM yang tergabung di rumah BUMN Jogja terdiri dari bidang usaha kuliner, kerajinan, dan fashion. Di bidang usaha kuliner terdapat makanan berat, ringan dan kuliner khas daerah, berikut UMKM di Rumah BUMN Jogja yang bergerak dalam usaha kuliner ini adalah keripik gayam jogja, udang_oshrimp, sate ratu dan lain lain. Selanjutnya di bidang usaha kerajinan terdapat home décor, boneka, dan barang kerajinan lainnya, berikut UMKM yang bergerak di bidang kerajinan adalah dee_amigurumi, nena collection dan lain lain. Terakhir di bidang usaha fashion terdapat baju, aksesoris, tas dan bidang fashion lainnya, berikut nama UMKM yang tergabung di dalam Rumah BUMN Jogja adalah lori.wardrobe, rootziebag dan lainnya.

E. Struktur organisasi

Struktur kepengurusan Rumah BUMN Jogja sesuai dengan dokumentasi sebagai berikut:



Gambar 2.5 Bagan struktur kepengurusan di Rumah BUMN Jogja

(Sumber: Dokumen Rumah BUMN Jogja)

1. Manajer Rumah BUMN Jogja: Alfian Krisnasarani
2. Admin 1 : S. Condro Rini
3. Admin 2 : Dhiar Humara
4. Staff 1 : Andhika Bagus
5. Staff 2 : Nipo Faundra

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil temuan yang didapatkan melalui proses wawancara dan observasi yang telah dilakukan peneliti di Rumah BUMN Jogja. Peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada narasumber dengan mendatangi Rumah BUMN Jogja yang berlokasi di Jalan Sagan Timur No 123, Terban, Gondokusuman, Yogyakarta. Narasumber pada penelitian ini adalah admin yang juga sekaligus menjadi sekretaris di Rumah BUMN Jogja. Analisis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Alasan menggunakan metode ini agar proses penggambaran dari keadaan yang ada dilapangan atau keadaan nyata yang terjadi dapat mudah dipahami.

A. Pemberdayaan Rumah BUMN Jogja

Pelaku UMKM kian tahun makin meningkat jumlahnya di Indonesia. Namun masih banyak UMKM yang mengalami kesulitan modal, akses pemasaran, keterampilan dan masih rendah nya sumber daya manusia yang dimiliki. Sehingga banyak UMKM yang gulung tikar karena tidak bisa bertahan dan bersaing pada pasar global. padahal UMKM memiliki peranan penting untuk meningkatkan perekonomian dan sebagai penggerak roda perekonomian Negara. Dengan permasalahan tersebut melalui kementerian BUMN dan beberapa perusahaan milik Negara seperti contohnya BRI, membangun Rumah BUMN yang tersebar di berbagai kota sebagai wadah untuk berkumpul serta belajar dengan melakukan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM, salah satu Rumah BUMN tersebut terdapat di kota Yogyakarta dengan nama Rumah BUMN Jogja. sebagaimana yang dipaparkan oleh salah satu staff Rumah BUMN Jogja:

“Jadi Rumah BUMN BRI ini tu dibawah kementerian BUMN, kementerian BUMN itu bikin wadah karna kita fokusya UMKM gitu kan perekonomiannya Indonesia itu kan banyak UMKM, nah kementerian BUMN itu bikin suatu tempat wadah untuk nanti UMKM UMKM itu bisa mendapatkan pelatihan dan pendampingan, kita juga dibawah kementerian langsung.”(Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

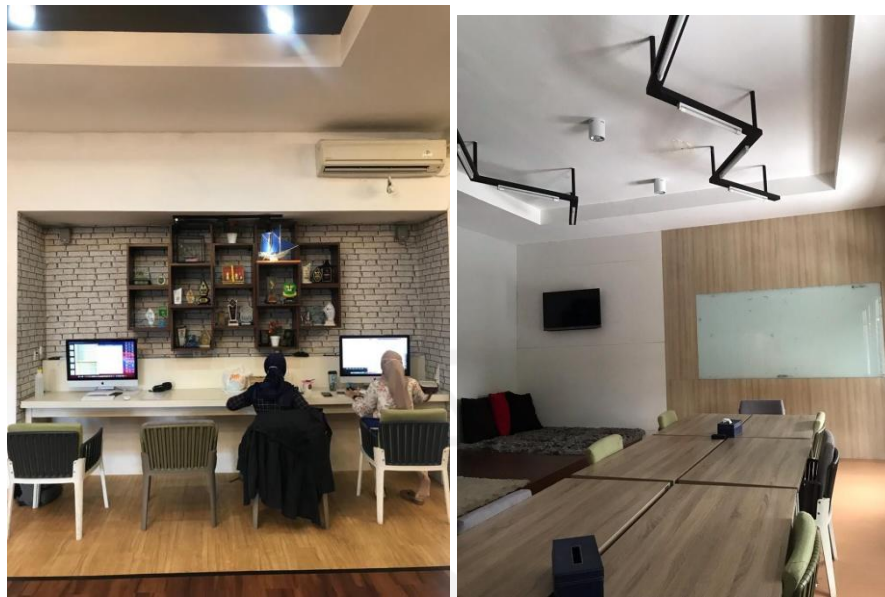
Pada proses terbentuknya Rumah BUMN Jogja terdapat peran pemerintah

didalamnya, sebab Rumah BUMN terbentuk dibawah naungan kementerian BUMN langsung. Tak hanya itu saja kementerian BUMN juga melakukan kerja sama dengan beberapa perusahaan milik Negara untuk ikut serta dalam membangun Rumah BUMN di seluruh Indonesia. BRI merupakan salah satu perusahaan BUMN yang ikut serta dalam pembentukan Rumah BUMN yang berada di Jogja. BRI diberikan tanggung jawab penuh untuk mengelola Rumah BUMN Jogja.

“kalo peran pemerintah Rumah BUMN itu kan dibawah kementerian BUMN langsung ya jadi hmmm kalo yang dimaksud dalam pemerintah pusat kita mungkin langsung dibawahnya kementerian BUMN ya, jadi bukan pemerintah daerah gitu, nah dari kementerian BUMN itu mereka hmmm kayak ngasih amanah gitu ya, jadi BUMN BUMN mana aja yang diserahkan tanggung jawab ni untuk ngelola rumah BUMN, nah untuk yang jogja itukan kita dibawah pengelolaan BRI ni, jadi tanggung jawab penuh pengelola nya RB Jogja itu eee dibawah BRI, BRI jogja cik ditiro lebih tepatnya.” (Wawancara S.Candro Rini, 2 Desember 2020)

Adapun Rumah BUMN Jogja telah berdiri dari tahun 2017. Lokasi nya berada di di Jalan sagan NO.123 Terban, Gondokusuman, Yogyakarta. Tujuan berdirinya Rumah BUMN adalah untuk membantu para UMKM yang ingin naik kelas serta memfasilitasi kebutuhan para UMKM itu apa, nantinya Rumah BUMN Jogja akan berusaha membantu memenuhi kebutuhan tersebut sebagaimana yang telah dipaparkan oleh mbak Condro.

“kita pengen nya tu mengarahkan membantu UMKM itu untuk mereka bisa naik kelas kayak gitu kan, karena kalo misalkan kita liatnya sekarang banyak UMKM yang masih tradisional ya sedangkan prodaknya mereka bagus bagus ni kayak gitu kan, kita disini mefasilitasi kebutuhan mereka itu apa si, kek misal mereka tu minimnya di masalah manajemen keuangannya entah itu potonya prodaknya entah itu packingnya nah kita bantu menyediakan pelatihan pendampingan untuk mereka bisa naik kelas gitu” (Wawancara S.Candro Rini, 2 Desember 2020)



Gambar 3.1 Gambaran dari suasana didalam Rumah BUMN Jogja

(Sumber; dokumen pribadi)

Rumah BUMN Jogja terdapat 3 program yang di usung untuk UMKM yaitu pelatihan, BRincubator dan Brilian preneur. Bentuk dari program tersebut adalah pelatihan, pendampingan, konsultasi, pameran dan promosi. Penyusunan 3 program ini didasari oleh kebutuhan UMKM dan dibuat oleh kantor pusat yang nanti nya akan ditanggung jawabkan oleh masing-masing Rumah BUMN sesuai dengan lokasinya.

“kalo yang BRIncubator itu kita dari kantor pusat biasanya jadi nanti kek satu tahun sekali itu pasti diadakan, jadi kek eee apa ya rutin gitu setiap satu tahun nanti kita lihat UMKM UMKM mana si yang memenuhi syarat kek gitu bisa ikut daftar ikut kurasi kayak gitu semua kantor pusat, Untuk pembuatan ini pelatihannya kita lihat dari kebutuhan, jadi kayak misalnya kebutuhannya UMKM saat ini apa sih kek pandemi ini ya jadi kita juga admin tim tim nya disini harus apa ya cepat tanggap kayak gitu ya, jadi misal kayak kemaren pandemic itu kan banyak banget yang gulung tukar kalo misalnya jualannya Cuma offline, nah gimana cara nya kita bantu mereka bisa bangkit itu gimana, saat ini yang laku rame online kan, kita bikin pelatihan pelatihan yang bisa ngajarin mereka lebih gampang. Brilliant preneur itu kan masing masing RB nya BRI, nah masing-masing RB BRI per area ya nanti ada proses kurasi sendiri masing masing area

nanti dipilih kita setor kita ada rekomendasi kita nyari sendiri dari area, nanti area kita rekomendasikan ke kantor pusat” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

Untuk para anggota Rumah BUMN Jogja untuk saat ini selalu meningkat jumlahnya. Banyak UMKM yang tertarik untuk bergabung menjadi anggota. Biasanya para calon anggota mengetahui informasi mengenai Rumah BUMN Jogja dari para anggota yang telah bergabung sebelumnya atau dari mulut ke mulut, sehingga banyak para calon anggota baru yang datang langsung ke Rumah BUMN Jogja untuk mendaftarkan diri. Dengan begitu pihak Rumah BUMN Jogja tidak kesulitan untuk mencari anggota karna para calon anggota tersebut datang sendiri kesana untuk bergabung. Karna setiap anggota memiliki karakter dan kebutuhan berbeda beda maka pihak Rumah BUMN Jogja tidak dapat memperlakukan semua anggota itu dengan sama rata. Pihak Rumah BUMN Jogja akan memperlakukan anggotanya sesuai dengan karakter dan kebutuhan mereka masing-masing. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh mbak condro sebagai berikut.

“Kalo sejauh ini sih kita ga nyari anggota tapi mereka yang nyari kita, maksudnya kita ga mengiklankan gitu kan kita ga pernah gitu karna ya alhamdulillah setiap hari kita minimal ada yang daftar.” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

“karna kan kita ga bisa memperlakukan semua UMKM itu dengan sama rata gitukan pasti kan ada yang oh yang ini kok dikasih tau tu harus pelan pelan oh yang ini tu meski pun kita ngasih tau nya pelan pelan tapi dia ga bakal mudeng berarti kita harus tegas lagi gitu kan beda beda kita harus memperlakukan UMKM sesuai dengan kebutuhan karakter dari mereka masing masing kayak gitu.” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

Adapun hal yang membedakan lembaga pemberdayaan ini dengan lembaga pemberdayaan lainnya adalah lembaga ini memberikan pelatihan serta fasilitas gratis kepada anggota Rumah BUMN Jogja sedangkan lembaga lain biasanya menetapkan tarif kepada anggotanya jika ingin mengikuti suatu program. Semua program yang diadakan Rumah BUMN Jogja juga dapat di ikuti oleh

anggota tanpa di pungut biaya apapun termasuk penggunaan fasilitas disana. Selanjutnya lembaga ini memberikan peluang terbuka untuk penjualan global dan internasional kepada anggotanya sedangkan lembaga lain belum tentu memberikan peluang terbuka seperti ini. Hal ini didukung oleh pernyataan dari mbak condro seperti berikut ini:

“Nah yang membedakan kita sama mereka yang jelas pertama kita free semuanya, semua free kalo untuk UMKM karna kita tadi tu kan dibawah kemnetriannya BUMN, dan ini dijalankan dengan dana CSR nya BRI. sedangkan kalo dilembaga pelatihan lain pemberdayaan lain mereka harus bayar setiap mau ikut workshop. Dan yang jelas kalo kita terbuka peluangnya tu ga cuma di lokal disini aja kayak gitu jadi misalkan mereka pelatihan disini naik kelas jadi progressnya ada jelas kemudian nanti kita bisa membuka peluang mereka bahkan untuk penjualan global juga ke internasional gitu ekspor.” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020).

1. Program pemberdayaan pada Rumah BUMN Jogja

a. Pelatihan

Program pelatihan yang ada di Rumah BUMN Jogja merupakan kegiatan memberikan materi pelatihan terkait dengan seputaran dunia bisnis seperti, digital marketing, manajemen keuangan, branding produk, videografi dan lainnya. Pelatihan ini rutin dilakukan setiap minggu. Pelatihan tersebut dibuat sesuai dengan kebutuhan para UMKM. Program ini bertujuan agar para UMKM memiliki modal ilmu untuk mengembangkan bisnis nya agar bisa naik kelas serta mengaplikasikan dalam bisnisnya dan juga agar produk yang mereka jual dapat terlihat lebih menarik.

“Pelatihannya kita ada banyak ya antara lain itu, manajemen keuangan kemudian ada mindset bisnis atau strategi bisnis kemudian ada branding kemudian ada videografi ada digital marketing ada marketplace atau ecommerce. Dan itu juga bisa berubah ketika banyak yang belum paham, kan kita pernah tu ngadain kelas soal hukum jadi kek misalkan apa aja si hak hak UMKM itu nah kita pernah ngadain kelas itu.” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)



Gambar 3.2 Tampak suasana program pelatihan sedang berlangsung di Rumah BUMN Jogja

(Sumber: Dokumen pribadi)

Untuk para anggota yang ingin mengikuti program pelatihan ini harus terdaftar sebagai anggota Rumah BUMN Jogja dengan mengisi formulir pendaftaran selanjutnya mendaftarkan diri dalam kelas pelatihan apa yang ingin di ikuti. Biasanya untuk melihat kelas apa saja yang akan di adakan pihak Rumah BUMN Jogja akan memposting poster kelas di Instagram bersama dengan nama materi yang akan dibahas, narasumbernya, dan waktu pelaksanaan pelatihan. Selanjutnya para anggota akan diminta untuk mengisi format pendaftaran kelas beserta kode kelas kemudian dikirimkan melalui via whatsapp Rumah BUMN Jogja, nantinya pihak Rumah BUMN Jogja akan mengkonfirmasi format pendaftaran anggotanya.

“ya kalo untuk pelatihan jelas mereka harus terdaftar sebagai anggota Rumah BUMN yang dibuktikan dengan mengisi formulir kegiatan kemudian mendaftar kelas pelatihan” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)



Gambar 3.3 Poster Kegiatan Pelatihan yang Ditampilkan di Instagram

Sumber: Instagram Rumah BUMN Jogja

Terkait untuk waktu dan jadwal pelatihan pihak Rumah BUMN Jogja yang akan mengatur semuanya, Namun penentuan waktu dan jadwal tersebut akan dilihat dari kondisi UMKM yang biasanya lebih suka mengikuti kelas pelatihan di siang hari dibandingkan pagi hari, kemudian di lihat juga dari jumlah peserta yang mendaftarkan dirinya pada pelatihan tersebut. Jadi penentuan jadwal dan waktu akan menyesuaikan dengan para UMKM, karna disini pihak Rumah BUMN Jogja juga akan menampung saran saran dari anggotanya.

“saya juga ngeliatnya dari awal masuk, dulu waktu masih offline sempat ada masalah ketika kelas pelatihan karna kelas pelatihannya dulu sempat ada jam 9 pagi sampai jam 2 siang kita ada 2 sesi Cuma ketika jam 9 pagi mereka banyak nih banyak yang ngeluh itu jam aktifitasnya mereka nih ke pasar lah lagi produksi, oke kita biasa menampung nih kalo mereka ada apa ya unek unek kek gitu ya biasanya nanti nyampein digrup ni jangan jam segitu kek gini kek gini atau kita ngeliatnya dari jumlah kehadiran peserta misalkan yang jam 9 itu kita lihat ni datangnya kok dikit

banget ni yang ikut, oke otomatis kita harus evaluasi kan dari situ biasanya kita putuskan jam 9 ga usah itu ga efektif buat mereka, jadi tetap evaluasi ya untuk menyesuaikan.” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

Untuk menunjang keberhasilan program ini, adapun komunikasi yang digunakan adalah komunikasi 2 arah. Dengan menggunakan komunikasi 2 arah akan terjadinya feedback atau respon antara pemberi pesan dan penerima pesan begitupun sebaliknya. Para anggota Rumah BUMN Jogja dapat lebih mudah menerima informasi atau pesan dengan menggunakan komunikasi 2 arah dan juga para anggota dapat berperan aktif dalam program ini. Tak hanya itu saja untuk menunjang keberhasilan program pelatihan, pihak Rumah BUMN Jogja membuat dan *mesetting* ruang pelatihan dengan tema non formal agar para anggota dan narasumber maupun mentor dapat dengan mudah berinteraksi dan menerima pesan. Sesuai dengan observasi saya pada saat mengikuti kelas pelatihan dengan menggunakan komunikasi 2 arah ini para anggota sangat terlihat aktif bertanya dan memberikan pendapatnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari hasil wawancara bersama kak condro.

“jadi untuk UMKM komunikasi 2 arah itu lebih masuk ke mereka dari pada yang 1 arah, jadi kayak mereka masuknya ilmu itu juga lebih ngerti ketika 2 arah dari pada hanya sekedar formal, mangkanya kan kita juga ruang pelatihannya di setting non formal jadi mungkin bisa santai ilmu masuk juga kayak gitu”(Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

b. BRilian Preneur

BRilian preneur merupakan kegiatan pameran yang menampilkan hasil produk dari UMKM yang siap bersaing di pasar internasional. Kegiatan ini diselenggarakan dibawah naungan bank BRI. Kegiatan ini akan bertujuan untuk memperluas akses pemasaran UMKM serta mempertemukan antara UMKM dengan *buyer* dari luar negri serta agar UMKM dapat berorientasi ekspor. Dengan menghadirkan *buyer* dari luar negri diharapkan dapat membuka peluang untuk UMKM

Indonesia ke internasional. Kegiatan ini dilakukan setiap setahun sekali. Pameran ini akan menampilkan berbagai macam produk diantaranya home décor, fashion, makanan dan kerajinan tangan.

“Brilian preneur itu antara lain nanti ada pamerannya nah nanti pamerannya itu juga sekaligus memasarkan prodaknya mereka nih ke buyer luar negri biasanya.” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

Adapun syarat untuk mengikuti kegiatan ini adalah dengan cara barang yang akan siap untuk dijual serta di ekspor dan juga melengkapi surat surat yang dibutuhkan. Selanjutnya mendaftarkan diri melalui link www.briliantpreneur.com. Nantinya pihak Rumah BUMN setiap area akan menyaring UMKM mana yang memenuhi persyaratan selanjutnya akan direkomendasikan ke pusat, kemudian pihak brilliant preneur akan melakukan kurasi lagi dan mengumumkan UMKM mana yang terpilih dan bisa mengikuti kegiatan ini. Untuk UMKM yang tidak lolos proses kurasi diharapkan dapat meningkatkan lagi produk yang akan dijual misal dari segi kemasan dan lainnya.

“Terus kalo yang untuk syarat BRilian preneur, nah kalo yang BRilian preneur berarti puncaknya kan. Kalo untuk syarat BRiliant preneur mereka biasanya yang memang sudah benar benar siap untuk ekspor, jadi kalo kamu merasa UMKM mu itu belum mampu untuk ekspor ya kalian jangan daftar kek gitu kan, misalkan ni untuk kesiapan surat suratnya ni hmmm kayak misalnya dokumennya mulai dari yang catatan pembukuan kemudian izin izinnya, packaging dan lain lain, karna nanti untuk proses seleksi nya lebih ketat yang di BRiliant preneur itu.” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

“BRiliant preneur otomatis mereka itu bener bener orang-orang yang sudah layak dan sudah melalui proses saringan saringan eee dari yang sebelumnya yang lainnya gitu. Jadi untuk yang packaging kemudian surat surat itu mereka sudah dilengkapi di BRiliant preneur ketika proses kurasi proses dicabang atau proses

di area di Rumah BUMN di RB nya sendiri itu kita udah nyaring sendiri nih eeee kira kira kalo misalkan kuliner itu apa aja sih kek gitu kan, nah yang dibutuhkan nah nanti kita rekomendasikan kepada pusat kan nah nanti pusat yang menyaring sendiri nih misalkan untuk kuliner tu dibutuhkan apa si BPOM kemudian halal kemudian dan lain lain dinkes gitu.” (Wawancara S.Candro Rini, 2 Desember 2020)

c. BRIncubator

Kegiatan ini merupakan kegiatan inkubasi atau pendampingan untuk para UMKM yang bertujuan untuk memoderensasikan agar usaha yang dijalankan berbasis teknologi. Pada saat proses kegiatan ini para UMKM akan dibantu oleh seorang mentor agar dapat terlihat perkembangannya. Biasanya satu orang mentor memegang 4 sampai 5 UMKM. Dalam pendampingan Rumah BUMN serta BRI akan mengandeng para mentor yang telah berpengalaman dalam bidangnya. Pendampingan yang dilakukan salah satu nya bertujuan agar para UMKM dapat beradaptasi dan mengaplikasikan teknologi pada usahanya. Kegiatan ini dilakukan setahun sekali. Penyusunan program ini dilakukan oleh kantor pusat.

“karna kalo BRIncubator mereka lebih apa ya lebih focus gitu kayak 1 mentor pesertanya Cuma 4 atau 5 UMKM kek gitukan, jadi mereka nanti biasanya janjiin sendiri ditempat atau waktu menyesuaikan dengan UMKM UMKM lain.” (Wawancara S.Candro Rini, 2 Desember 2020)

“kalo yang BRIncubator itu kita dari kantor pusat biasanya jadi nanti kek satu tahun sekali itu pasti diadakan, jadi kek apa ya rutin gitu setiap satu tahun nanti kita lihat UMKM UMKM mana si yang memenuhi syarat kek gitu bisa ikut daftar ikut kurasi kayak gitu semua kantor pusat” (Wawancara S.Candro Rini, 2 Desember 2020)

Adapun syarat untuk mengikuti program ini adalah dilihat dari indicator sikap, kematangan UMKM, dan seberapa aktif UMKM. Kemudian para

anggota mengisi formulir pendaftaran yang selanjutnya pihak Rumah BUMN akan mengirimkan data ke kantor pusat, nantinya kantor pusat yang akan menseleksi UMKM mana yang bisa mengikuti program ini.

“Kemudian syarat untuk mengikuti BRIncubator, oke itu kan proses inkubasi dari BRI ya kalo yang untuk BRIncubator syaratnya itu biasanya kurasi lagi, jadi sebenarnya mereka cuma ngisi ini aja si kita lihat dari keaktifan anggota nya dulu kan dari UMKM UMKM itu kan nah nanti data data nya UMKM itu kita ajukan ni ke pusat ni, nah nanti pusat nyeleksi sendiri nih mana aja yang eee lolos misalkan minimal harus memiliki catatan keuangan selama 1 tahun terakhir atau 6 bulan terakhir kek gitu itu antara lain.” (Wawancara S. Condro Rini, 2 Desember 2020)

B. Komunikasi pemberdayaan pada program Rumah BUMN Jogja

Dalam menjalankan program pemberdayaan tentu tidak akan luput dari interaksi dan komunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian makna atau pesan dari komunikator ke komunikan. Cara komunikasi yang digunakan pada saat proses pelaksanaan program di Rumah BUMN Jogja adalah dengan menggunakan komunikasi yang sesuai dengan karakter UMKM dan lebih menyederhanakan bahasa yang mudah dimengerti, sebab tidak semua UMKM berpendidikan dan dapat mengerti bahasa akademis seperti apa yang ditegaskan oleh mbak Condro.

“Kita balik lagi yang dihadapi disini UMKM ya, dan UMKM disini kan mohon maaf ga semuanya berpendidikan otomatis cara penyampain kita juga entah itu dipelatihan entah itu ketika kita menyampaikan misal kita mau ngasih tau kalo ada pendaftaran ni buat kurasi buat seleksi RB store dibawah atau buat acara brincubator, kita ga bisa menggunakan bahasa bahasa yang akademis atau sulit dimengerti oleh mereka karna banyak anggota kita yang senior senior. Nah kalo disitu kita juga harus menyederhanakan jadi kek kita menggunakan bahasa yang mereka juga paham ni, biasanya misalkan ni masih digrup kita masih cuma menggunakan bahasa yang normal standar kayak gitu, jadi kita harus menggunakan komunikasi yang sesuai karakter

mereka ni dan kita juga harus kenal dulu mangkanya harus kenal karakter UMKM UMKM nya kita.”(Wawanncara S.Candro Rini, 2 Desember 2020)

Komunikasi yang diciptakan dalam program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja bersifat dua arah jadi adanya proses timbal balik antara komunikator dan komunikan sehingga saling memberikan feedback. Dalam penggunaan komunikasi dua arah komunikator maupun komunikan akan sama-sama berperan aktif saling memberikan respon terhadap pesan yang didapatkan satu sama lain. Selanjutnya dalam pelaksanaan program Rumah BUMN Jogja akan diciptakan sesi diskusi antara pemateri atau mentor dengan para anggotanya, sehingga para anggota akan lebih aktif untuk bertanya atau memberikan pendapatnya pada saat berlangsungnya program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja.

“kalo kita disini 2 arah ya jadi timbal balik, kalo satu arah kan kayak kesannya tu kita cuma ngomong terus yaudah sampe disitu. Kalo kita disini 2 arah jadi ada timbal balik. Jadi kita disini lebih ke bukan kayak sesi kelas gitu tapi lebih kayak diskusi jadi ketika selesai penyampaian materi”.(Wawanncara S.Candro Rini, 2 Desember 2020)



Gambar 3.4 Sesi Praktek Dalam Kegiatan pelatihan Antara Fasilitator dan Anggota Rumah BUMN Jogja.

(Sumber: Dokumen pribadi)

1. Fasilitator atau narasumber dalam program Rumah BUMN Jogja

Fasilitator merupakan seseorang yang membantu dalam memberikan pengetahuan atau mendampingi sekelompok orang sehingga dapat mencapai tujuan bersama dan memecahkan masalah yang terjadi. Fasilitator sangat penting peranannya dalam memperlancar proses komunikasi. Proses penentuan fasilitator dalam Rumah BUMN Jogja biasanya diambil dari praktisi yang memang sudah ahli dibidang tertentu sesuai dengan kebutuhan Rumah BUMN Jogja. Untuk proses mencari fasilitator pihak Rumah BUMN Jogja melakukan kerjasama dengan beberapa dosen admajaya dan juga kebetulan diambil dari kenalan atau relasi dari atasannya Rumah BUMN Jogja, selain itu pihak Rumah BUMN Jogja juga mencari fasilitator dari anggotanya yang memang sudah *ekspert* dalam bidang tertentu.

“untuk narasumbernya kita biasanya ngambil dari praktisi yang udah memang ahli dibidangnya kayak gitu, contohnya kecuali yang untuk manajemen ya. Untuk manajemen keuangan kita ada kerja sama dengan dosen admajaya, gimana nyarinya kayak gitu kan, kita biasanya atasannya kita kebetulan punya relasi juga ada beberapa dari fasilitatornya kita ngambil dari kenalannya beliau jadi koneksi kayak gitu, nah selain itu kita biasanya ngambil dari anggotanya yang terkabung di RB itukan ga semuanya masih tradisional ya kadang memang ada mereka bener bener sudah ekspert ni nah kita kerja sama bareng mereka” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

Namun dalam proses penentuan fasilitator pihak Rumah BUMN Jogja tetap memiliki syarat tertentu untuk menjadi fasilitator disana. Syarat tersebut diantaranya calon fasilitator paham mengenai bidang yang akan mereka ajarkan kepada anggota disana, syarat selanjutnya calon fasilitator telah memiliki usaha di bidang sesuai dengan keahlian mereka.

“Kalo syaratnya yang jelas mereka harus paham dulu bidang apa yang mau mereka ajarkan ni, terus dan mereka punya bidang usahanya itu sendiri jadi praktisi lah ketika kita mau ngadain kelas fotografi otomatis

praktisnya juga mereka harus sudah expert di bidang fotografi udah punya studionya sendiri” (Wawancara S.Candro Rini, 2 Desember 2020)

Untuk penentuan jadwal fasilitator akan dilakukan oleh pihak Rumah BUMN Jogja dengan cara bernegosiasi dengan para fasilitator, agar menghindari jadwal yang bentrok dengan fasilitator lainnya. Biasanya pihak Rumah BUMN Jogja akan menghubungi para fasilitator dan jika ada fasilitator yang tidak dapat hadir dihari tersebut nantinya pihak Rumah BUMN Jogja akan menawarkan hari ganti nya.

“Biasanya kita negoisasi, jadi kalo aku selama ini ya sebelum akhirnya menentukan oh si A ini jadwalnya memang setiap hari rabu, biasanya kita setelah menentukan hari apa aja yang kita mau ngadain kelas kita info ke fasilitatornya dulu misalkan kita ada prioritas, misal narasumber A,B,C kayak gitu kan. Oke yang hari ini keliatannya kalo hari senin kita ngasih terlalu berat misalkan hari selasa kita kasih terlalu berat kek nya belum bisa ya. Kita nanti info ke narasumbernya dulu terus hari ini sampai ini bisa nya hari apa mas aku biasanya kayak gitu terus misalkan dia milihnya hari rabu kek kita ada kelas pelatihan dihari rabu, oke berarti kelas di rabu aja ya mas, berarti langsung aku kunci biar dia ga ganti ganti juga kek gitu kan.” (Wawancara S.Candro Rini, 2 Desember 2020)

2. Pesan yang disampaikan dalam program Rumah BUMN BRI Jogja

Dalam setiap proses pelaksanaan program Rumah BUMN BRI Jogja terdapat pesan yang akan disampaikan kepada anggotanya. Pesan merupakan unsur atau elemen yang penting dalam proses komunikasi. Pesan menjadi penghubung komunikasi antara komunikator dan komunikan, sebab komunikator dan komunikan tidak dapat melakukan proses komunikasi jika tidak adanya pesan. Adapun bentuk pesan yang disampaikan dalam setiap program Rumah BUMN BRI Jogja dilihat sesuai dengan kebutuhan para anggotanya. Bentuk pesan yang disampaikan berupa edukatif, informatif, dan persuasif.

“Bentuk pesan nya itu mungkin kita menggabungkan antara ketiga nya ya jadi kembali lagi ke melihat kebutuhannya dimana kondisional ya jadi kalo misalkan memang diperlukan untuk yang share edukatif ya kita

edukatif gitu kalo misalkan kita perlu untuk membujuk mereka ya kita persuasif mereka gitu kan kita bujuk mereka untuk kita tarik mereka biar mereka itu tertarik kek gitu biar mereka minat nih dengan kelas pelatihan yang kita tawarkan.” (Wawancara S. Condro Rini, 2 Desember 2020)

Pesan tersebut disampaikan kepada anggota Rumah BUMN Jogja melalui beberapa cara agar dapat memudahkan para anggota untuk menerima pesan atau informasi. Sebagaimana yang telah dipaparkan oleh mbak condro bahwa di Rumah BUMN Jogja pesan disampaikan dengan cara menyampaikan secara langsung dan melalui media.

“Yang pertama jelas secara langsung ya kita nyampeinnya kalo misalkan mereka kesini atau misalkan ada kunjungan atau pas kelas pelatihan offline kita biasanya ngomong disitu langsung, atau kalo nggak kita hmm media sosial. Jadi kita kan ada Instagram juga disitu kita juga biar mereka yang selama ini ga aktif tu tau ni kita ada aktifitas kayak gini ni kalo misalkan kelas pelatihannya tadi kita habis ada resume nya kayak gitu kan nah akhirnya kita posting posting jadi mereka juga tau jadi menarik mereka juga gitu kan kalo misalkan oh disini ternyata ada pelatihan ini ni.” (Wawancara S. Condro Rini, 2 Desember 2020)

Adapun pesan yang disampaikan dalam program Rumah BUMN Jogja sangat berpengaruh dan berefek pada anggota yang benar benar ingin memperbaiki bisnisnya, karena dengan pesan yang di dapatkan para anggota ini bisa langsung mengaplikasikannya dalam bisnisnya. Sedangkan untuk para anggota yang hanya sekedar ikut ikutan saja akan lebih sulit untuk menerima pesan yang disampaikan. Biasanya para anggota secara aktif memberitahu pihak Rumah BUMN Jogja mengenai efek yang mereka dapatkan setelah mengikuti program di Rumah BUMN Jogja.

“Kalo sejauh ini ada efeknya jadi misalkan kayak kelas pelatihannya apa nah itu balik lagi mungkin ke pertama yang balik lagi ke soal seleksi alam tadi ya, jadi yaitu masuk untuk mereka yang memang mereka niatnya itu memperbaiki bisnisnya mereka kayak gitu mereka bisa menerima dan bisa melakukannya mengaplikasikannya ke bisnisnya mereka, tapi kalo yang cuma sekedar ikut masuk telinga kanan keluar telinga kiri yaudah mau

sampe 5 tahun 10 tahun juga bakal kek gitu gitu aja. Kita punya anggota 700an, biasanya mereka secara aktif kek sadar diri gitu malah ngasih tau sendiri ni, “eh aku kemaren ini mbak ada undangan ke cina misalkan kek gitu, atau misalkan aku ada pesenan untuk ke rusia”. (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

3. Media yang digunakan dalam program Rumah BUMN Jogja

Media disini dapat diartikan sebagai alat atau bahan yang digunakan untuk mempermudah menyampaikan informasi. Dalam kegiatan program yang diadakan Rumah BUMN Jogja media menjadi penghubung informasi antara narasumber, mentor, dan pihak Rumah BUMN kepada para UMKM. Adapun media yang digunakan dalam kegiatan program Rumah BUMN Jogja adalah youtube, instagram dan web.

“kita ada youtube, tapi youtube ga jalan, Instagram kemudian web nya di RumahBUMN.id.” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

Dengan adanya media dapat mempermudah berjalannya program yang ada di Rumah BUMN Jogja. Media dapat membantu menjangkau komunikasi dan penyebaran informasi. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara bersama mbak condro.

“Iya, karna lebih banyak bisa menjangkau jadi jangkauannya lebih luas kayak kemaren itu kita ada lomba atau kurasi dari acaranya BRI lah, itu kita bisa lebih menjangkau mereka yang ga setiap hari kesini kek gitu ada di instagram oh ya kita ada facebook juga ngelink ke instagram si.” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

4. Penerima manfaat atau komunikan dalam program Rumah BUMN Jogja.

Dalam program Rumah BUMN Jogja yang menjadi target sasaran disini adalah para UMKM yang ingin naik kelas. Syarat umum untuk bisa mengikuti program yang ada di Rumah BUMN Jogja adalah dengan cara mendaftarkan diri sebagai anggota aktif di Rumah BUMN Jogja dengan cara registrasi melalui offline atau online. Untuk regrestrasi melalui offline dapat langsung datang ke Rumah BUMN Jogja dan untuk regrestrasi melalui online dapat

mengakses link yang tertera di bio instagram Rumah BUMN Jogja.

“Kalo untuk syarat dari ketiga program itu ada syarat yang sama untuk ketiga program yaitu mereka harus terdaftar sebagai anggota aktif di Rumah BUMN Jogja nah ketika mereka sudah terdaftar menjadi anggota aktif itu mereka dapat peluang untuk ikut pelatihan kemudian BRIncubator kemudian BRllian preneur juga, itu yang syarat utama ya” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)



Gambar 3.5 Target Sasaran Rumah BUMN Jogja yaitu para UMKM

Sumber: Tribun Jogja

Adapun terdapat alasan dibalik dipilihnya UMKM sebagai target sasaran dalam program Rumah BUMN Jogja. Menurut mbak condro pemilihan target tersebut karna memang pada awalnya Rumah BUMN Jogja di bentuk karna ingin membantu dan memfasilitasi UMKM yang ingin naik kelas. Selanjutnya dengan UMKM yang naik kelas dan berkembang nantinya akan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat serta membantu membangun pertumbuhan ekonomi Indonesia.

“Karna ya memang Rumah BUMN itu ada untuk memfasilitasi UMKM UMKM, jadi biar mereka ga disitu situ aja ketika UMKM itu sudah naik kelas mereka bisa menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain untuk warga sekitar untuk masyarakat sekitar kek gitu agar membangun pertumbuhan ekonomi Indonesia” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

Pada saat para UMKM belum tergabung dalam Rumah BUMN Jogja

masih banyak para UMKM yang belum mengerti mengenai digital marketing, pembukuan, serta sistem penjualan dan lainnya. Saat ini banyak para UMKM yang telah mengerti mengelola keuangan dan mengaplikasikan pelatihan dalam bisnisnya setelah mengikuti program di Rumah BUMN Jogja. Namun masih terdapat beberapa UMKM setelah bergabung masih ada yang berjualan tidak memikirkan untung atau rugi yang didapatkan, para UMKM hanya memikirkan yang penting dagangan mereka laku saja. Maka dari itu disini pihak Rumah BUMN ingin membantu dan memberikan pelatihan serta akses pemasaran untuk UMKM agar sistem penjualannya meningkat dan UMKM dapat berkembang.

“Kebanyakan kalo dari yang kemaren kemaren mereka masih tradisional ya, jadi sistem penjualannya kemudian manajemennya mereka masih yang ala kadarnya lah ala kadarnya tu kayak penjualannya juga offline door to door mulut ke mulut doang kek gitu.” (Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

“karna mereka kan selama ini mikirnya kalo jualan yaudah yang penting laku tapi mereka ga pernah mikir eeee pentingnya menghitung laba rugi jadi berapa sih biaya yang kita keluarkan untuk memproduksi prodak itu kemudian harga jual nya itu berapa biar kita bisa dapat untung kek gitu kan,karna kan mereka apa yaa pokokne payu yang penting laku”(Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

5. Feedback dan evaluasi dalam program Rumah BUMN Jogja

Feedback merupakan respon atau timbal balik pada proses komunikasi yang di dapatkan dari komunikan(penerima pesan) kepada komunikator (pengirim pesan). Dengan adanya feedback maka komunikasi dapat dikatakan berhasil begitupun sebaliknya jika tidak adanya feedback antara komunikan kepada komunikator maka proses komunikasi dapat dikatakan tidak berhasil atau gagal. Sesuai dengan hasil wawancara dan oberservasi di Rumah BUMN Jogja terlihat bahwa feedback yang diberikan dapat dikatakan berhasil karna mendapatkan respon yang positif dari para anggotanya hal ini sesuai dengan pemaparan dari mbak condro

“Sejauh ini sih bagus dan mereka apa ya mereka sangat berterimakasih ini untuk mereka yang benar benar progress nya memang ada dan memang sudah berhasil, mereka sangat bersyukur dan berterimakasih ni ketika bergabung disini memang awalnya mereka harus benar benar katakanlah kalo kita lagi diet kayak gitu, mereka harus benar benar disiplin kayak misalkan semua keuangan harus dipisah, tapi ketika mereka benar benar mengikuti apa yang kita buat untuk mereka hasilnya mereka udah kelihatan maksudnya mereka sudah merasakan hasil perjuangan mereka selama ini dan feedbacknya mereka sangat bersyukur berterima kasih dan itu mereka sampaikan ke orang orang, nah dari orang orang itulah mereka yang mungkin jadi ikut gabung kesini juga.”
(Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

Dengan adanya feedback yang dirasakan di dalam program Rumah BUMN Jogja tidak menjamin semua program dapat terlaksana dengan baik. Dalam melaksanakan programnya Rumah BUMN Jogja pernah merasakan kegagalan pada programnya, yaitu pada program pelatihan yang bertema hukum. Kegagalan tersebut terjadi karena para anggota di Rumah BUMN Jogja terbiasa menggunakan komunikasi 2 arah namun pada pelatihan ini proses komunikasi yang dilakukan menggunakan 1 arah.

“satu hal itu di bidang hukum kita pernah ngasih, itu salahnya kita juga ya maksudnya kita selama ini kan kita ngadain kelas pelatihan sesuai kebutuhan mereka ni apa yang mereka butuhkan, nah disitu mereka butuhnya soal pendampingan misalnya pembuatan UMK seperti apa BPOM seperti itu kita cari pemateri dan ternyata ketika prakteknya itu mereka ngadainnya kayak kuliah dan itu ga masuk kan kalo untuk UMKMnya kita karna UMKMnya kita terbiasa dengan komunikasi 2 arah bukan 1 arah, itu yang saya lihat satu satunya pelatihan yang gagal setelah itu saya cut saya gamau ngadain pelatihan kayak gitu.”
(Wawancara S.Condro Rini, 2 Desember 2020)

Namun dengan adanya kegagalan tersebut pihak Rumah BUMN Jogja selalu melakukan evaluasi pada saat setelah pelaksanaan program. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui kekurangan, kendala, mengukur efektifitas dan

mencari solusi terhadap masalah yang terjadi, karna tidak semua program dapat berhasil.

“kalo setiap program misalkan untuk pelatihan ya kalo untuk yang pelatihan seperti pelatihan pelatihan rutin yang kita lakukan ni itu pasti kita melakukan evaluasi ni karna apa ya ga semuanya berhasil, kayak sebelumnya ni kelas fashion ni kita pernah pake narasumbernya si A kita lihat ni oh awalnya rame tapi kok lama lama ga ada yang ikut ni kita evaluasi kayak gitu apa masalahnya disini oh ternyata dia nyampein materinya kok itu itu terus bosankan kita kasih ni pilihan bisa ga dirubah materinya, ketika dia ngasih materinya sama lagi cuma ganti judul tapi isinya sama kita lihat oh ternyata setelah persertanya tau dan Cuma diganti judul hasilnya sama ni semakin menurun, oke berarti kita harus evaluasi gimana kita solusinya kalo dia gabisa ngubah isi materi dan judulnya kita terpaksa cut juga, dan memang evaluasi itu sangat penting dan kita selalu lakukan itu.” (Wawancara S. Condro Rini, 2 Desember 202

Pembahasan

A. Analisis Elemen Komunikasi Pemberdayaan Rumah BUMN Jogja

1. Komunikator Dalam Pemberdayaan Rumah BUMN Jogja

Salah satu elemen yang ada di dalam komunikasi adalah komunikator, namun dalam komunikasi pemberdayaan disebut dengan fasilitator. Fasilitator menurut (Mardikanto dan soebiato,2015) adalah seseorang atas nama pemerintah atau lembaga pemberdayaan masyarakat yang memiliki kewajiban untuk memberikan pengaruh terhadap proses pengambilan keputusan dalam mengadopsi inovasi yang akan dilakukan oleh (calon) penerima manfaat. Pada Rumah BUMN Jogja kegiatan pemberdayaan dilakukan oleh fasilitator yang telah berpengalaman dan memang ahli pada bidangnya. Adanya fasilitator dalam Rumah BUMN Jogja ini sangat membantu berjalannya program pemberdayaan. Fasilitator juga memiliki peranan untuk menjembatani atau penghubung antara pemerintah dengan lembaga pemberdayaan, hal ini juga sejalan dengan fasilitator yang ada di Rumah BUMN Jogja dimana fasilitator membantu masyarakat serta menjadi penghubung untuk menyampaikan

aspirasi yang disampaikan oleh masyarakat yang berhubungan dengan program pemberdayaan yang ada di Rumah BUMN Jogja.

Selanjutnya dalam melancarkan proses komunikasi fasilitator sebaiknya mengenal dan memahami karakteristik khalayak terlebih dahulu agar memudahkan penyampaian pesan pada saat berjalannya program. Hal ini sesuai dengan yang telah dilakukan oleh Rumah BUMN Jogja. Sebelum pelaksanaan program pemberdayaan, fasilitator di Rumah BUMN Jogja akan mencoba mengenal dan memahami karakteristik UMKM, sebab para UMKM tersebut mempunyai latar belakang yang berbeda-beda. Karena itulah komunikator di Rumah BUMN Jogja akan menyesuaikan cara penyampaian pesan agar dapat dipahami oleh para UMKM.

Adapun proses penentuan fasilitator pada program pemberdayaan ini memiliki syarat tertentu yang harus dipenuhi, antara lain fasilitator harus memiliki kemampuan menguasai bidang tertentu yang akan mereka ajarkan. Dengan menguasai bidang tertentu dapat memudahkan fasilitator untuk membimbing serta menyampaikan pesan kepada UMKM dan fasilitator juga tidak akan kebingungan untuk menyampaikan materi pada saat berjalannya program pemberdayaan. Hal ini sesuai dengan fasilitator yang telah terpilih pada program pemberdayaan di Rumah BUMN Jogja dimana fasilitator telah memiliki kemampuan yang sudah teruji dan sudah ahli pada bidang tertentu. Selanjutnya fasilitator memiliki pengalaman atau memiliki bidang usaha sesuai dengan kemampuannya. Dengan adanya pengalaman yang dimiliki fasilitator dapat membantu keberhasilan program pemberdayaan. Fasilitator di program pemberdayaan ini juga dilihat dari bidang usaha yang dimiliki fasilitator tersebut untuk dijadikan sebagai contoh dan motivasi untuk para UMKM. Jadi fasilitator yang di pilih oleh Rumah BUMN Jogja memang fasilitator yang telah memenuhi persyaratan sehingga tidak diragukan lagi kemampuannya. Sesuai dengan konsep fasilitator yang telah dijelaskan dengan adanya peran fasilitator dapat memberikan dampak pada UMKM yang ada di Rumah BUMN Jogja.

2. Pesan yang disampaikan Komunikator Dalam Pemberdayaan Rumah BUMN Jogja

Pesan yang disampaikan dalam program Rumah BUMN Jogja dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan para penerima pesan yaitu UMKM. Dalam proses penyampaian pesan kepada UMKM bentuk pesan yang digunakan berupa edukatif, informatif dan persuasif. Ketiga bentuk pesan tersebut digunakan pada saat pelaksanaan program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja. Bentuk pesan edukatif dan informatif dianggap sesuai dengan program pemberdayaan yang ada di Rumah BUMN Jogja karna bertujuan untuk menyampaikan pengetahuan dengan bersifat mendidik dan membimbing. Hal ini sesuai dengan program yang ada di Rumah BUMN Jogja seperti program pelatihan dan BRIncubator, sebab program ini memang bertujuan untuk memberikan edukasi terhadap UMKM mengenai bagaimana mengelola usaha agar dapat berkembang dan lainnya. Dan selanjutnya bentuk pesan persuasive dianggap sesuai dengan semua program yang ada di Rumah BUMN Jogja karna bentuk pesan ini bertujuan untuk membujuk dan mempengaruhi orang lain. Menurut zikri dan achmad (2017:95) proses komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila komunikator mampu menyampaikan pesan yang dapat merubah pengetahuan, sikap dan prilaku komunikan. Hal ini sejalan dengan pernyataan mbak condro yang merupakan narasumber di Rumah BUMN Jogja yang menyatakan bahwa pesan yang di sampaikan di Rumah BUMN Jogja sangat berpengaruh dan berefek pada para UMKM, sebab dengan pesan tersebut para UMKM dapat langsung mengaplikasikan ke dalam bisnisnya sehingga dapat berkembang. Pesan yang disampaikan pada Rumah BUMN Jogja dapat dikatakan berhasil karna dapat merubah para UMKM baik dari segi pengetahuan, sikap dan prilaku.

Dalam program pemberdayaan ini pesan yang disampaikan menggunakan beberapa cara agar dapat memudahkan para UMKM untuk menerima pesan. Cara pertama yang dilakukan adalah dengan komunikasi secara langsung pada saat pelaksanaan program, selanjutnya cara kedua adalah dengan menyebarkan informasi melalui media sosial, misal informasi mengenai kelas pelatihan. Walaupun cara penyampaian pesan ini telah dilakukan Rumah BUMN Jogja, namun masih sering adanya *miscommunication* antara fasilitator dengan

UMKM sebagai contoh pada program BRIncubator. Seringkali informasi yang disebarkan tidak sampai kepada beberapa UMKM yang lain sehingga proses mentoring hanya di ikuti oleh sebagian UMKM saja, keadaan ini terjadi karna kurangnya komunikasi antara mentor dengan para UMKM.

3. Media yang Digunakan Dalam Pemberdayaan Rumah BUMN Jogja

Media yang digunakan pada program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja adalah media tatap muka dan media online seperti website, Instagram dan Youtube. Pada program pemberdayaan ini media berfungsi untuk menjadi penghubung antara penerima pesan dengan fasilitator. Tak hanya itu saja media juga menjadi alat atau bahan yang digunakan agar dapat mempermudah penyampaian informasi. Selain itu sesuai dengan hasil observasi yang saya dapatkan media lain yang digunakan pada program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja berupa media seperti video, gambar dan lainnya . Biasanya untuk menampilkan materi dalam bentuk video atau gambar dibantu dengan menggunakan alat proyektor. Media tersebut digunakan untuk membantu dalam proses penyampaian pesan agar mudah dipahami oleh penerima pesan.

Selanjutnya pada hasil wawancara bersama mbak condro didapatkan bahwa dengan adanya media dapat menjangkau khalayak lebih luas dan membantu dalam proses penyampaian pesan serta memudahkan komunikasi antara sesama penerima pesan ataupun dengan fasilitator. Dengan adanya media juga membantu menunjang keberhasilan program yang ada di Rumah BUMN Jogja.

4. Penerima manfaat pada program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja

Pada program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja yang menjadi target sasaran adalah para pelaku UMKM. Walaupun targetnya adalah para pelaku UMKM namun masyarakat umum yang ingin belajar atau baru ingin merintis usaha dapat bergabung juga kedalam Rumah BUMN Jogja. Dalam pemberdayaan ini UMKM menjadi komunikan atau penerima pesan pada saat berlangsungnya program. Sesuai dengan hasil yang ditemukan pada pemberdayaan ini pemilihan target sasaran di dasari oleh banyaknya UMKM yang belum dapat mengelola usaha dengan baik, maka dari itu pemerintah

ingin membantu dan memfasilitaskan UMKM agar dapat berkembang dan naik kelas.

Sebagaimana dikutip dari (Mardikanto dan soebiato,2015), penerima manfaat memiliki beberapa karakteristik diantaranya adalah karakteristik pribadi, status sosial ekonomi, perilaku keinovatifan, dan moral ekonomi masyarakat. Hal ini sesuai dengan hasil yang ditemukan oleh peneliti mengenai karakteristik yang sangat terlihat di dalam penerima manfaat Rumah BUMN Jogja adalah mengenai status sosial ekonomi, yang meliputi tingkat pendapatan. Sebab masih banyak terdapat UMKM yang belum mengerti cara mengelola dan mengembangkan usahanya, sehingga pendapatan yang dihasilkan pun rendah. Maka dari itu salah satu tujuan dipilihnya target sasaran ini agar dapat meningkatkan pendapatan para UMKM serta membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain.

5. *Feedback* dalam program pemberdayaab Rumah BUMN Jogja

Pada saat program pemberdayaan dilaksanakan tentu adanya *feedback* yang akan diberikan. *Feedback* merupakan tanggapan atau timbal balik yang diberikan penerima pesan kepada komunikator. Dengan adanya *feedback* maka pesan yang disampaikan dapat dikatakan berhasil. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang didapatkan pada program pemberdayaan ini bahwa *Feedback* yang diberikan para UMKM pada program Rumah BUMN Jogja sangatlah bagus dan mendapat respon yang positif. Selain itu *feedback* yang diberikan adalah adanya perubahan pikiran dan perilaku UMKM terhadap usaha yang sedang dijalankan. Para UMKM berusaha menjadi lebih baik lagi agar usahanya dapat berkembang. Kemudian telah banyak UMKM yang menerapkan pengetahuan yang didapatkan pada saat pelaksanaan program terhadap usahanya, contohnya adalah seperti program pelatihan, dimana pada program ini sebelumnya masih banyak UMKM yang belum mengerti cara memasarkan usahanya melalui media sosial ataupun marketplace lainnya, namun setelah mengikuti program ini banyak UMKM yang dapat menggunakan dan mengaplikasikan media sosial ataupun marketplace untuk kebutuhan pemasaran bisnisnya. Selanjutnya *feedback* yang diberikan UMKM adalah dengan cara menceritakan pengalaman saat bergabung dan mengikuti

program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja kepada orang lain, sehingga banyak orang dan UMKM yang tertarik juga untuk bergabung menjadi anggota di Rumah BUMN Jogja agar dapat mengikuti program pemberdayaan ini. Selama program pemberdayaan berlangsung dengan adanya kesepahaman antara penerima pesan dengan fasilitator maka akan adanya feedback yang diberikan, tak hanya itu saja pesan yang disampaikan fasilitator kepada penerima pesan akan dapat lebih mudah diterima.

B. Analisis SWOT

Dengan melalui analisis SWOT dapat mengetahui lebih dalam komunikasi yang diterapkan pada program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja. Analisis SWOT difokuskan untuk menjelaskan kondisi yang disedang di hadapi sekarang ataupun kondisi yang akan dihadapi kedepannya. Untuk menjelaskan kondisi tersebut akan dilakukan analisis secara internal dan eksternal. Dalam menggunakan analisis SWOT proses analisis dilakukan dengan cara melihat kekuatan(*Strength*), kelemahan(*Weakness*), peluang (*Opportunity*), ancaman(*Threats*) di Rumah BUMN Jogja. Setelah melakukan analisis SWOT instansi atau perusahaan dapat mengetahui serta memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengetahui kelemahan dan ancaman agar dapat mencegah serta menyelesaikan masalah. Harapannya melalui analisis SWOT dapat mengevaluasi serta meningkatkan kinerja dari Rumah BUMN Jogja. Berikut analisis SWOT yang telah ditemukan pada Rumah BUMN Jogja:

SWOT	Rumah BUMN Jogja
Strength(Kekuatan)	<p>1. Adanya metode komunikasi yang diterapkan pada Rumah BUMN Jogja sebagai berikut:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Metode komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan karakter masing-masing UMKM, Sebab setiap UMKM memiliki karakter yang berbeda-beda. b. Metode komunikasi yang dilakukan dengan cara berdiskusi dan <i>sharing</i>. c. Menggunakan sistem komunikasi 2 arah, dimana UMKM dapat berperan aktif untuk bertanya dan memberikan pendapat. <p>2. Adanya Strength(kekuatan) pada fasilitator Rumah BUMN Jogja sebagai berikut:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Dengan peran fasilitator dapat membantu menunjang keberhasilan program. b. Fasilitator yang di pilih oleh Rumah BUMN Jogja memiliki kemampuan dan ahli pada bidangnya.

	<p>c. Fasilitator mampu menciptakan pendekatan yang baik kepada UMKM.</p> <p>3. Adanya Strength(kekuatan) pada pesan yang akan disampaikan pada program Rumah BUMN Jogja sebagai berikut:</p> <p>a. Pesan sudah disiapkan terlebih dahulu oleh fasilitator sebelum melaksanakan program, agar pesan dapat tersalurkan dengan baik dan menimalisir kesalahan yang terjadi pada saat proses penyampian pesan.</p> <p>b. Bentuk pesan yang disampaikan bersifat edukatif, informatif, dan persuasif.</p> <p>4. Menggunakan media visual untuk mempermudah proses komunikasi pada saat berjalannya program pemberdayaan.</p> <p>5. Pelatihan yang disediakan Rumah BUMN Jogja memiliki banyak pilihan sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan UMKM.</p> <p>6. Semua program pemberdayaan disini diberikan secara gratis atau tanpa biaya apapun.</p>
--	--

<p>Weakness(Kelemahan)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya Weakness(Kelemahan) pada fasilitator Rumah BUMN Jogja sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> a. Tidak semua fasilitator dapat mengemas pesan yang mampu menarik perhatian UMKM. b. Masih terdapat fasilitator yang menggunakan bahasa yang sulit dimengerti oleh UMKM. c. Tidak semua fasilitator menggunakan komunikasi 2 arah, sehingga banyak UMKM yang merasa bosan. 2. Kurangnya komunikasi antara mentor dengan UMKM pada program BRIncubator, yang menyebabkan terjadinya <i>miscommunication</i>. 3. Jadwal pelatihan yang dibuat oleh pihak Rumah BUMN tidak tetap atau berubah-ubah setiap minggunya, contoh pada minggu ini hari senin dilakukan pelatihan branding produk jam 10 pagi, namun minggu depannya pelatihan tersebut dilakukan hari kamis jam 1 siang.
<p>Opportunity(Peluang)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membantu membuka peluang kerjasama dengan pihak lain serta memperluas jangkauan pemasaran nasional maupun internasional.

	<ol style="list-style-type: none"> 2. UMKM dapat memasarkan produk secara online melalui <i>marketplace</i> ataupun <i>ecommerce</i>. 3. Ruang pelatihan yang <i>disetting</i> nonformal agar adanya kedekatan serta mempermudah interaksi antara UMKM dan fasilitator.
Threats(Ancaman)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pemberdayaan yang lain yang menerapkan metode komunikasi yang sama contohnya menggunakan metode komunikasi 2 arah serta adanya metode komunikasi dengan cara berdiskusi maupun <i>sharing</i>. 2. Masih banyak anggota yang tidak aktif mengikuti program pemberdayaan ini. 3. Masih banyak UMKM yang memiliki <i>mindset</i> hanya ingin mendapat akses pemasaran saja dan tidak memikirkan perkembangan usaha serta tidak memperhitungkan untung rugi. 4. Masih banyak UMKM yang hanya mengikuti proses pelatihan saja namun tidak mengaplikasikan pada bisnisnya.

Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT

1. Faktor Pendukung dan Penghambat pada Komunikasi Pemberdayaan Rumah BUMN Jogja

a. Faktor pendukung

- 1) Metode komunikasi yang diterapkan pada Rumah BUMN Jogja adalah sebagai berikut: metode komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan karakter masing-masing UMKM, dilakukan metode komunikasi dengan cara berdiskusi serta *sharing*, dan yang terakhir menggunakan sistem komunikasi 2 arah.
- 2) Adanya faktor pendukung pada unsur fasilitator pada Rumah BUMN Jogja sebagai berikut: Dengan adanya peran fasilitator dapat membantu menunjang keberhasilan program, kemudian Fasilitator yang dipilih oleh Rumah BUMN memiliki kemampuan dan ahli pada bidangnya serta fasilitator yang ada pada Rumah BUMN jogja mampu menciptakan pendekatan yang baik kepada UMKM.
- 3) Adanya faktor pendukung pada unsur pesan yang disampaikan pada program Rumah BUMN Jogja sebagai berikut: Pesan yang akan disampaikan sudah disiapkan terlebih dahulu oleh fasilitator sebelum melaksanakan program, agar nantinya pesan dapat tersalurkan dengan baik dan meminimalisir kesalahan yang terjadi pada saat proses penyampaian pesan dan bentuk pesan yang disampaikan bersifat edukatif, informatif, dan persuasif.
- 4) Menggunakan media visual untuk mempermudah proses komunikasi pada saat berjalannya program pemberdayaan.
- 5) Semua program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja diberikan secara gratis atau tanpa biaya apapun.
- 6) Membantu membuka peluang kerjasama dengan pihak lain serta memperluas jangkauan pemasaran nasional maupun internasional.
- 7) UMKM dapat memasarkan produk secara online melalui *marketplace* ataupun *ecommerce*.
- 8) Ruang pelatihan yang *disetting* nonformal agar adanya

kedekatan serta mempermudah interaksi antara UMKM dan fasilitator.

b. Faktor penghambat

- 1) Adanya faktor penghambat pada unsur fasilitator Rumah BUMN Jogja sebagai berikut: tidak semua fasilitator dapat mengemas pesan yang mampu menarik perhatian UMKM, masih terdapat fasilitator yang menggunakan bahasa yang sulit dimengerti UMKM, dan terakhir tidak semua fasilitator menerapkan komunikasi 2 arah.
- 2) Kurangnya komunikasi antara UMKM dengan mentor pada program BRIncubator sehingga sering terjadinya *miscommunication*.
- 3) Jadwal pelatihan yang dibuat oleh pihak Rumah BUMN tidak tetap atau berubah-ubah setiap minggunya, contoh pada minggu ini hari senin dilakukan pelatihan branding produk jam 10 pagi, namun minggu depannya pelatihan tersebut dilakukan hari kamis jam 1 siang.
- 4) Adanya pemberdayaan yang lain yang menerapkan metode komunikasi yang sama contohnya menggunakan metode komunikasi 2 arah serta adanya metode komunikasi dengan cara berdiskusi maupun *sharing*.
- 5) Masih banyak anggota yang tidak aktif mengikuti program pemberdayaan ini.
- 6) Masih banyak UMKM yang memiliki *mindset* hanya ingin mendapat akses pemasaran saja dan tidak memikirkan perkembangan usaha serta tidak memperhitungkan untung rugi.
- 7) Masih banyak UMKM yang hanya mengikuti proses pelatihan saja namun tidak mengaplikasikan pada bisnisnya.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sesuai dengan rumusan masalah serta tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemberdayaan yang terdapat di Rumah BUMN Jogja dan apa saja faktor pendukung serta penghambat dalam komunikasi pemberdayaan selama program pemberdayaan berlangsung, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Fasilitator yang dipilih dalam pemberdayaan Rumah BUMN Jogja adalah fasilitator yang memiliki kemampuan dan sudah ahli pada bidangnya. Selanjutnya fasilitator akan dilihat juga dari pengalaman yang dimiliki serta adanya bidang usaha yang dimiliki fasilitator tersebut untuk dijadikan sebagai contoh dan motivasi untuk para UMKM. Sebelum pelaksanaan program pemberdayaan, fasilitator di Rumah BUMN Jogja akan mencoba mengenal dan memahami karakteristik UMKM, sebab para UMKM tersebut mempunyai latar belakang yang berbeda-beda. Dengan adanya peran fasilitator dapat membantu berjalannya program pemberdayaan di Rumah BUMN Jogja.
2. Pesan yang disampaikan dalam program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan para UMKM. Adapun bentuk pesan yang digunakan berupa edukatif, informatif dan persuasif. Pesan yang disampaikan pada Rumah BUMN Jogja dapat dikatakan berhasil karena dapat merubah para UMKM baik dari segi pengetahuan, sikap dan prilaku. Selanjutnya pesan yang disampaikan menggunakan beberapa cara agar dapat memudahkan para UMKM untuk menerima pesan. Cara pertama yang dilakukan adalah dengan komunikasi secara langsung pada saat pelaksanaan program, selanjutnya cara kedua adalah dengan menyebarkan informasi melalui media sosial, misal informasi mengenai kelas pelatihan.
3. Media yang digunakan pada program Rumah BUMN Jogja adalah tatap muka dan media online seperti website, Instagram dan Youtube.

Selain itu media lain yang digunakan pada program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja berupa media seperti video, gambar dan lainnya. Biasanya untuk menampilkan materi pelatihan dalam bentuk video atau gambar dibantu dengan menggunakan alat proyektor. Media tersebut digunakan untuk membantu dalam proses penyampaian pesan agar mudah dipahami oleh UMKM.

4. Penerima manfaat Rumah BUMN Jogja adalah para pelaku UMKM, namun masyarakat umum yang ingin belajar atau baru ingin merintis usaha dapat bergabung juga kedalam Rumah BUMN Jogja. Pemilihan penerima pesan di dasari oleh banyak nya UMKM yang belum dapat mengelola usaha dengan baik, maka dari itu pemerintah ingin membantu dan memfasilitaskan UMKM agar dapat berkembang dan naik kelas. Selain itu tujuan dipilihnya target sasaran ini agar dapat meningkatkan pendapatan para UMKM serta membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain.
5. Feedback yang diberikan para UMKM pada program Rumah BUMN Jogja sangatlah bagus dan mendapat respon yang positif. Selain itu feedback yang diberikan adalah adanya perubahan pikiran dan perilaku UMKM terhadap usaha yang sedang dijalankan. Kemudian telah banyak UMKM yang menerapkan pengetahuan yang didapatkan pada saat pelaksanaan program terhadap usahanya.
6. Faktor pendukung pada komunikasi pemberdayaan Rumah BUMN Jogja diantaranya adalah metode komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan karakter masing-masing UMKM, metode komunikasi dengan cara berdiskusi serta *sharing*, menggunakan sistem komunikasi 2 arah, fasilitator yang dipilih oleh Rumah BUMN memiliki kemampuan dan ahli pada bidangnya, fasilitator yang ada pada Rumah BUMN jogja mampu menciptakan pendekatan yang baik kepada UMKM, pesan yang akan disampaikan sudah disiapkan terlebih dahulu oleh fasilitator sebelum melaksanakan program, bentuk pesan yang disampaikan bersifat edukatif, informatif, dan persuasif, menggunakan media visual, semua program diberikan secara gratis, membantu membuka peluang kerjasama dengan pihak, UMKM dapat

memasarkan produk secara online, ruang pelatihan yang *disetting* nonformal.

7. Faktor penghambat pada komunikasi pemberdayaan Rumah BUMN Jogja diantaranya adalah tidak semua fasilitator dapat mengemas pesan yang mampu menarik perhatian UMKM, masih terdapat fasilitator yang menggunakan bahasa yang sulit dimengerti UMKM, tidak semua fasilitator menerapkan komunikasi 2 arah, kurangnya komunikasi antara UMKM dengan mentor, jadwal pelatihan yang dibuat oleh pihak Rumah BUMN tidak tetap, adanya pemberdayaan yang lain yang menerapkan metode komunikasi yang sama, masih banyak anggota yang tidak aktif mengikuti program pemberdayaan ini, masih banyak UMKM yang memiliki *mindset* hanya ingin mendapat akses pemasaran saja dan tidak memikirkan perkembangan usaha, masih banyak UMKM yang hanya mengikuti proses pelatihan saja namun tidak mengaplikasikan pada usahanya.

B. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam penelitian ini adalah tidak dapat melakukan wawancara kepada seluruh pengurus yang ada di Rumah BUMN Jogja. Selanjutnya peneliti tidak dapat melakukan observasi secara langsung pada semua program yang ada di Rumah BUMN Jogja sebab saat ini sedang dalam kondisi pandemi covid-19 dan juga pada program Brilian Preneur dan BRIncubator dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu. Selain itu penulis juga belum dapat menguraikan secara baik mengenai komunikasi pemberdayaan setiap programnya, maka peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan pembahasan ini lebih jauh dan dapat mengambil pembahasan dari keterbatasan penelitian ini.

C. Saran peneliti

1. Saran untuk Mahasiswa

Dalam penelitian ini hanya berfokus pada komunikasi pemberdayaan pada program Rumah BUMN Jogja dan faktor pendukung serta penghambat saat komunikasi pemberdayaan ini berlangsung. Harapan peneliti kedepannya untuk peneliti selanjutnya dapat membahas analisis

ini lebih dalam atau membahas hal lain yang berhubungan dengan penelitian ini seperti membahas secara fokus peran fasilitator pada setiap program yang ada di Rumah BUMN Jogja.

2. Saran untuk program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja

Saran dari peneliti untuk program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja adalah dapat memberikan inovasi menarik untuk membantu menunjang keberhasilan program pemberdayaan agar para UMKM lebih semangat mengikuti program-program yang ada dan juga diharapkan agar dapat konsisten dalam memberikan pelatihan agar UMKM dapat berkembang dan naik kelas. Selanjutnya pada program BRIncubator komunikasi antara mentor dengan UMKM sebaiknya lebih dibangun agar pesan dapat tersampaikan dan tidak terjadinya *miscommunication*.

3. Saran untuk Pemerintah

Saran peneliti untuk pemerintah adalah peneliti berharap agar pemerintah selalu mendukung program pemberdayaan Rumah BUMN diseluruh Indonesia. Selanjutnya peneliti juga berharap agar pemerintah dapat membangun Rumah BUMN lebih banyak lagi yang tersebar di Indonesia terutama untuk daerah-daerah yang terpencil agar para UMKM dapat berkembang.

Daftar Pustaka

Buku

Dewi, Mutia. Komunikasi Pemberdayaan. Yogyakarta: Komunikasi UII, 2020.

<https://drive.google.com/file/d/1gxYm3QQrtueZVL0CpkEFWn-ucPjdYv3u/view> (diakses 5 Januari 2021)

Fatimh, Fajar Nur'aini Dwi. Teknik Analisis SWOT. Yogyakarta : Quadrant, 2016.

<https://books.google.co.id/books?id=CRL2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=analisis+swot&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjTp4iYkftvAhXadn0KHXmwBRgQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=analisis%20swot&f=false> (diakses 22 Desember 2020)

Indardi. 2016. Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat. Bandung: Unpad Press. <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/13644/BUKU-SEMUA%20BAB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. (diakses 5 November 2020)

Mardawani. Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif. Yogyakarta: Deepublish, 2020. <https://books.google.co.id/books?id=nn0GEAAAQBAJ&pg=PA50&dq=penelitian+kualitatif+wawancara&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjv-4PQ9NnvAhVOXSsKHYkKACQQ6AEwBnoECAgQAg#v=onepage&q&f=false> (diakses 10 Maret 2021)

Mardikanto, Totok. Poerwoko Soebiato. 2015. Pemberdayaan Masyarakat dalam perspektif kebijakan publik. Bandung: ALFABETA.

Maryani, Dedeh dan Ruth Roselin E Nainggolan. 2019. Pemberdayaan Masyarakat. Yogyakarta: Deepublish. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=67nHDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pemberdayaan+masyarakat+&ots=myj81nxbUm&sig=lluF4sX9fDfTrEo8Tfbf6rbGsoE&redir_esc=y#v=onepage&q=pemberdayaan%20masyarakat&f=false (diakses 2 Februari 2021)

Suharto, E. 2005. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian

Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial. PT Refika

Aditama. <https://difarepositories.uinsuka.ac.id/246/1/Membangun%20Masyarakat%20Memberdayakan%20Rakyat.pdf> (diakses 10 Februari 2021)

Sulistyowati, Fadjarini. Yuli Setyowati, dkk. 2005. Komunikasi Pemberdayaan. Yogyakarta: APMD Press.

Jurnal

Ansali, M.A., & Dewi, M. 2019. Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Pantai- Kelompok Swadaya Masyarakat Jiwa Laut. In Conference On Communication and News Media Studies (Vol. 1). <file:///C:/Users/WINDOWS/AppData/Local/Temp/1098-Article%20Text-2921-1-10-20190423.pdf> (diakses 20 Februari 2021)

Fatimah, S., Arifin, I. Z., & Sumpena, D. 2019. Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat melalui Kegiatan Program Keluarga Harapan. *Prophetica: Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 5(1), 63-80. <http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/prophetica/article/view/1308> (diakses 20 Februari 2021)

Kusumadinata, A. 2014. Analisis Model Komunikasi Kelompok Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Pada Pos Pelayanan Terpadu (Posyandu)). *Jurnal Sosial Humaniora*, 5(1). <file:///C:/Users/WINDOWS/AppData/Local/Temp/532-1406-2-PB-1.pdf> (diakses 5 April 2021)

Nurhadi, Zikri Fachrul. Achmad Wildan Kurniawan. 2017. KAJIAN TENTANG EFEKTIVITAS PESAN DALAM KOMUNIKASI. *jurnal Komunikasi* Volume. 3 No. 1. <https://core.ac.uk/download/pdf/249324577.pdf>

Rijali, Ahmad. 2018. Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*. Vol. 17 No. 33

Januari

–Juni.

<file:///C:/Users/WINDOWS/AppData/Local/Temp/2374-6594-1-SM.pdf>

(diakses 12 Januari 2021)

Setyowati, Y. 2019. Komunikasi pemberdayaan sebagai perspektif baru pengembangan pendidikan komunikasi pembangunan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 188-199. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/26849/17221> (diakses 20 Februari 2021)

Start, Daniel., Ingle Hovland. “ANALISIS SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Kesempatan, Ancaman)”. 2015. *Jurnal Tools for Policy Impact: A Handbook for Researchers*, hal. 1-3. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/197712152010122002/pendidikan/analisis-swot.pdf> (diakses 22 Desember 2020)

Sulaiman, A. I. 2018. Komunikasi Pembangunan melalui program pemberdayaan sebagai materi pembelajaran di pesantren. *Jurnal KMP (Jurnal Komunikasi Pembangunan)*, 16(2), 286-296.

<http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/26342/17052>

(diakses 20 Februari 2021)

Triwahyuni, N. A., Bey, A., & Husein, M. N. 2020. ANALISIS MODEL KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PESISIR MELALUI PROGRAM PEMBANGUNAN RUMAH LAYAK HUNI DI DESA LEPPE KECAMATAN SOROPIA. *Publica: Jurnal Administrasi Pembangunan dan Kebijakan Publik*, 11(1), 136-146.

<file:///C:/Users/WINDOWS/AppData/Local/Temp/13502-38541-1-SM.pdf>

(diakses 5 April 2021)

Website :

- Dinnata, Regi Yanuar W. 2020. <https://ayoyogya.com/read/2020/07/21/39854/59-persen-umkm-jogja-mati>

[-suri-karena-pandemi](#) diakses 27 April 2021.

- Dinkop UKM Sleman, 2018. <https://dinkopukm.slemankab.go.id/2018/12/12/apindo-diy-umkm-harus-manfaatkan-kemajuan-teknologi/> diakses 29 April 2021
- Radar Jogja, 2017. <https://radarjogja.jawapos.com/bisnis/2020/04/17/rumah-kreatif-dorong-umkm-goonline/> diakses 20 Januari 2021
- Media BUMN, 2019. <https://mediabumn.com/rumah-kreatif-bumn-nikmatiragam/> diakses 9 Desember 2020.
- Sitanggang, Laurensius Marshall. 2020. <https://keuangan.kontan.co.id/news/bni-perkenalkan-rumah-bumn-untuk-milenial> diakses 9 Desember 2020.
- <https://joedocenter.wixsite.com/rumahkreatifjogja/visi-misi> (diakses 9 Desember 2020).
- Tribunnews.com, 2019. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2019/12/20/umkm-export-brilian-preneur-2019-peluang-umkm-indonesia-ke-pasar-internasional> diakses 9 Desember 2020.
- Syarif, Rivai. 2020. <http://www.jamkridasulsel.co.id/info/brincubator-upaya-bri-menggenjot-pertumbuhan-umkm/> diakses 9 Desember 2020.
- Hendriani, Lis. 2019. <https://mix.co.id/corporate-social-initiative/brincubator/> diakses 9 Desember 2020
- Radar Jogja, 2020. <https://radarjogja.jawapos.com/bisnis/2020/04/17/rumah-kreatif-dorong-umkm-goonline/>. diakses 20 Januari 2021

TRANSKRIP WAWANCARA

Lampiran

Narasumber : S. Condro Rini
Tanggal : 2 Desember 2020 dan 11 Januari 2021
Lokasi : Rumah BUMN Jogja, Jalan sagan NO.123 Terban,
Gondokusuman, Yogyakarta.

1. Mengenai Rumah BUMN Jogja

1. Apa yang dimaksud dengan Rumah BUMN Jogja ?

Jawaban: oke, Jadi Rumah BUMN BRI ini tu dibawah kementerian BUMN, jadi kementerian BUMN itu bikin wadah karna kita fokusya UMKM gitu kan perekonomiannya Indonesia itu kan banyak UMKM, nah kementerian BUMN itu bikin suatu tempat wadah untuk nanti UMKM UMKM itu bisa mendapatkan pelatihan dan pendampingan, kita juga dibawah kementerian langsung. Dari perusahaan BUMN se-Indonesia itu dijogja pengelolanya di serahin ke BRI karna di Indonesia ini kan ga Cuma BRI aja kan ada dari perusahaan BUMN lain si jadi kayak Telkom, PLN, dan lain lain kayak gitu.

2. Bagaimana Sejarah berdirinya Rumah BUMN Jogja ?

Jawaban : Sejarah berdirinya ya 2017, kalo Gedung ini merupakan punya nya wisma BRI, ya nanti kalo liat rumah disamping RKB store itu ada rumah kan nah itu rumah wakil eeee kami, jadi sebenarnya ini tu rumah dinas disebelah itu rumah dinas nah disini ada bangunan nggak terpakai terus digunakan lah jadi Rumah BUMN ini.

3. Apa tujuan dari kegiatan program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja?

Jawaban : Tujuan nya eee tujuannya sama kayak visi misi si kementerian BUMN tadi ya kita mau mendidik, bukan mendidik si ya kalo medidik kesannya kita kayak eee otorital banget gitu ya hmmm, kita pengen nya tu mengarahkan membantulah membantu UMKM itu untuk mereka bisa naik kelas kayak gitu kan, karena kalo misalkan kita liat nya sekarang ee

banyak UMKM yang masih ee apa ya tradisional ya sedangkan prodaknya mereka bagus bagus ni kayak gitu kan, kita disini memfasilitasi kebutuhan mereka itu apa si, kek misal mereka tu minimnya di masalah manajemen keuangannya entah itu potensi prodaknya entah itu packingnya nah kita bantu menyediakan pelatihan pendampingan untuk mereka bisa naik kelas gitu.

4. Bagaimana bentuk kegiatan program pemberdayaan yang dilakukan Rumah BUMN Jogja?

Jawaban : Kita ada kayak kelas pelatihan mungkin bisa dilihat di instagram contoh contohnya, itu kita ada kelas pelatihan, kemudian pendampingan kayak gitu, kemudian konseling juga ada konsultasi maaf konsultasi kayak gitu juga. Oke, eee kalo disuruh jabarin berarti benar jadi pelatihan, pendampingan, konsultasi, pameran sama promosi berarti itu termasuk jadi ya benar kamu sampein tadi. Kalo untuk detailnya sebenarnya prosesnya sama kalo diurutin ya, mulai dari konsultasi kemudian pelatihan, pendampingan kemudian pameran sama pemasaran jadi kayak gitu kayak yang kamu bilang tadi Brilliantpreneur itu antara lain nanti ada pamerannya nah nanti pamerannya itu juga sekaligus memasarkan prodaknya mereka nih ke buyer luar negeri biasanya.

5. Bagaimana langkah penyusunan program yang ada di Rumah BUMN Jogja?

Jawaban : Langkah penyusunan program maksudnya untuk kelas pelatihannya atau yang kek program brikunbator, kalo yang BRIncubator itu kita dari kantor pusat biasanya jadi nanti kek satu tahun sekali itu pasti diadakan, jadi kek eee apa ya rutin gitu setiap satu tahun nanti kita lihat UMKM UMKM mana si yang memenuhi syarat kek gitu bisa ikut daftar ikut kurasi kayak gitu semua kantor pusat, kalo untuk pelatihannya itu di tanggung jawabkan masing-masing area ya jadi kalo misalkan jogja ya tergantung kita tapi biasanya kita udah ada target si jadi pertarget itu satu tahun, nah satu tahun itu ada berapa bulan ya kalo satu bulannya duapuluh nah 240 jadi sekitaran itulah ada targetnya. Untuk pembuatan ini pelatihannya kita lihat dari kebutuhan, jadi kayak misalnya kebutuhannya UMKM saat ini apa sih kek pandemi ini ya jadi kita juga admin tim tim

nya disini harus apa ya cepat tanggap kayak gitu ya, jadi misal kayak kemaren pandemic itu kan banyak banget yang gulung tukar kalo misalnya jualannya Cuma offline, nah gimana cara nya kita bantu mereka bisa bangkit itu gimana, saat ini yang laku rame online kan, kita bikin pelatihan pelatihan yang bisa ngajarin mereka lebih gampang. Brilliant preneur itu kan masing masing RB nya BRI, nah masing-masing RB BRI per area ya nanti ada proses kurasi sendiri masing masing area nanti dipilih kita setor kita ada rekomendasi kita nyari sendiri dari area, nanti area kita rekomendasikan ke kantor pusat.

6. Apa saja nama program yang dibuat oleh Rumah BUMN BRI Jogja?

Jawaban : BRincubator terus Brilian preneur terus hmmm pelatihan

7. Kapan saja program tersebut dilaksanakan ?

Jawaban : kalo pelatihan itu rutin ya minimal 1 minggu itu 4 kali minimal ya itu 1 minggu 4 kali, terus kalo misalkan Brilian preneur itu 1 tahun sekali, Brikunbator juga sama 1 tahun sekali.

8. Apakah ada peran pemerintah mengenai terbentuknya Rumah BUMN Jogja? Jika ada, bagaimana peran pemerintah dalam terbentuknya Rumah BUMN Jogja ?

Jawaban : Oke, kalo peran pemerintah Rumah BUMN itu kan dibawah kementerian BUMN langsung ya jadi hmmm kalo yang dimaksud dalam pemerintah pusat kita mungkin langsung dibawahnya kementerian BUMN ya, jadi bukan pemerintah daerah gitu, nah dari kementerian BUMN itu mereka hmmm kayak ngasih amanah gitu ya, jadi BUMN BUMN mana aja yang diserahkan tanggung jawab ni untuk ngelola rumah BUMN, nah untuk yang jogja itukan kita dibawah pengelolaan BRI ni, jadi tanggung jawab penuh pengelola nya RB Jogja itu eee dibawah BRI, BRI jogja cikditiro lebih tepatnya. Itu fasilitasnya antara lain apa aja kayak gitukan mah itu fasilitas tempat ya kantor nya itu juga kan punya BRI kan tempatnya itu, kemudian mulai dari operasional itu kemudian biaya biaya yang dikeluarkan untuk pembayaran narasumber nah itu masuk

operasional juga ya itu kemudian biaya biaya yang dikeluarkan misal untuk pameran untuk Brilliant preneur untuk peserta atau UMKM mereka diundang langsung ke JCC Jakarta ya yang 2019 itu, itu mereka untuk transportasi akomodasi dan lain lain itu semuanya ditanggung oleh BRI kek gitu.

9. Apa hal yang membedakan pemberdayaan ini dengan pemberdayaan lembaga lainnya?

Jawaban : Oke, nah kalo tempat pelatihan pelatihan kan banyak ya misalkan workshop workshop gitu kan, nah yang membedakan kita sama mereka yang jelas pertama kita free semuanya, semua free kalo untuk UMKM karna kita tadi tu kan dibawah kemnetriannya BUMN, dan ini dijalankan dengan dana CSR nya BRI. Jadi semua fasilitas yang ada disini semua free bisa digunakan oleh UMKM mulai dari pelatihannya kemudian proses kurasi eee kurasi apa untuk Brikunbator Brilian preneur itu semua free semuanya nya sedangkan kalo dilembaga pelatihan lain pemberdayaan lain mereka harus bayar setiap mau ikut workshop. Dan yang jelas kalo kita terbuka peluangnya tu ga cuma di lokal disini aja kayak gitu jadi misalkan mereka pelatihan disini naik kelas jadi progressnya ada jelas kemudian nanti kita bisa membuka peluang mereka bahkan untuk penjualan global juga ke internasional gitu ekspor.

2. Mengenai Pemberdayaan

A. Masalah dalam pemberdayaan Rumah BUMN Jogja

1. Permasalahan atau kendala apa saja yang dialami selama berjalannya program pemberdayaan Rumah Jogja ?

Jawaban : Oke yang kendala ya kita mulai dari yang pelatihan dulu, kalo untuk yang pelatihan itu seperti yang aku jelaskan hmm kendala nya adalah mengubah mindset UMKM kek gitu, karna mereka kan selama ini mikirnya kalo jualan yaudah yang penting laku tapi mereka ga pernah mikir eeee pentingnya menghitung laba rugi jadi berapa sih eee biaya yang kita keluarkan untuk memproduksi prodak itu kemudian harga jual nya itu berapa biar kita bisa dapat untung kek gitu

kan, karna kan mereka apa yaa pokoknya payu yang penting laku. Mengubah mindset itu yang masih susah untuk UMKM UMKM RB Jogja. Terus kalo untuk yang mindset itu berarti lari nya ke manajemen keuangan, nah itu susah untuk menarik minat UMKM itu agar mereka itu mau belajar pentingnya manajemen keuangan kek gitu kalo mereka mau mengembangkan bisnis nya mereka kek gitu loh, jadi misalkan mereka cuma penting payu penting payu yah usaha mereka disitu situ aja karna mereka gatau bisa dapat untungnya itu darimana dan seberapa. Terus yang masih susah kendala nya antara lain, ada menyadarkan UMKM itu penting nya untuk melek digital kek gitu, nah itu yang masih sedang kita perjuangkan karna itu salah satu goals nya RB agar UMKM itu bisa Go digital itu, nah sedangkan UMKM itu ketika kita ajak untuk kelas marketplace atau misalkan untuk belajar digitalisasi itu mereka masih kek ogah ogahan kek gituloh karna memang UMKM dikita itu masih ga semuanya usia produktif maksudnya mereka yang masih muda muda kek gitu kan kebanyakan memang sudah senior nah itu yang susah kita masih memperjuangkan itu untuk mereka yang senior senior agar bisa paham digital kayak gitu. Nih yang UMKM itu mereka banyak yang Cuma ikut ya ikut aja misal ikut pelatihan ya ikut pelatihan tapi ketika mereka kita kasih tugas ni atau target ni untuk mereka sendiri ya sebenarnya itu mereka kayak eee apa ya kayak ogah ogahan males malesan ngerasa berat ketika misalkan ada kelas untuk videografi ataupun fotografi mereka padahal Cuma disuruh bikin video promo untuk prodak kalian sendiri loh kalo udah nanti kirim aja ke email mentornya biar direvisi nah itu aja mereka susah banget untuk memperaktekannya padahal itu juga untuk kepentingannya mereka. Kalo untuk kendala yang di BRIncubator, kalo untuk BRIncubator kita memantaunya ga bisa langsung terpantau gitu ya, karna kita juga mendapatkan laporan dari pihak ketiga yaitu mentornya mereka. Sejauh yang kita dapatkan laporannya itu adalah kendalanya UMKM itu banyak yang masih belum memiliki catatan keuangan perusahaan terus jadi itu banyak yang dikeluhkan oleh mentor mentor nya mereka gitu oh mereka udah UMKM loh udah jalan 2 tahun 3 tahun 4 tahun 5 tahun bahkan udah

tahunan tapi ternyata mereka belum ada catatan pembukuan kek gitu kendala nya. Terus karna kalo BRIncubator mereka lebih apa ya lebih hmm focus gitu kayak 1 mentor pesertanya Cuma 4 atau 5 UMKM kek gitu, jadi mereka nanti biasanya janji sendiri ditempat atau waktu menyesuaikan dengan UMKM UMKM lain, nah kendalanya yang aku dapat 2019 kemaren itu juga kurangnya komunikasi antar temen temen UMKM sendiri dan mentornya jadi sering nih pernah nih satu grup kek gitu ketika mereka harusnya ketemu untuk proses mentoring ternyata ga semua orang yang digrup itu dapat infonya. Jadi apa ya masih kurangnya komunikasi antara mentor dan peserta itu kemaren kendala yang di 2019 nya. Oke, selanjutnya kendala di BRiliant preneur, nah kalo untuk di BRiliant preneur sejauh ini kita udah ga ada kendala kalo misalkan eee untuk yang packaging dan lain lain itu udah ga, jadi ketika mereka udah lolos BRiliant preneur ni mereka udah masuk ke BRiliant preneur otomatis mereka itu bener bener orang-orang yang sudah layak dan sudah melalui proses saringan saringan eee dari yang sebelumnya yang lainnya gitu. Jadi untuk yang packaging kemudian surat surat itu mereka sudah dilengkapi di BRiliant preneur ketika proses kurasi proses dicabang atau proses di area di Rumah BUMN di RB nya sendiri itu kita udah nyaring sendiri nih eeee kira kira kalo misalkan kuliner itu apa aja sih kek gitu kan, nah yang dibutuhkan nah nanti kita rekomendasikan kepada pusat kan nah nanti pusat yang menyaring sendiri nih misalkan untuk kuliner tu dibutuhkan apa si BPOM kemudian halal kemudian dan lain lain dinkes gitu. Nah ketika semua terpenuhi nah nama nama yang sudah masuk ke Briliant preneur itu berarti mereka sudah lolos semua kebutuhannya itu semua yang diperlukan itu, mungkin mulai dari izin kemudian apa ya kalo ada yang dari fashion itu savage kek gitu.

2. Apakah untuk mengumpulkan anggota untuk mengikuti program yang diadakan Rumah BUMN Jogja menjadi kendala juga ?

Jawaban : oke, kalo untuk misalkan dari mana mereka tau Rumah BUMN kayak gitu kan untuk bergabung disini sejauh ini malah dari getok tular jadi banyak dari yang di jogja kita kan ada Rumah BUMN 3 RB nya ada 3 tapi

yang dari BRI Cuma sini, yang 2 ini sleman sama gunung kidul mereka malah banyak anggotanya lari kesini karna mereka udah tau kalo pelatihannya disini itu lebih banyak gitu pilihannya dan lebih jalan disini. Nah biasanya dari anggota anggota yang udah di sini mereka getok tular ni ketemen temennya ohh disana loh.

3. Apakah untuk menentukan jadwal setiap diadakannya pelatihan menjadi permasalahan juga ?

Jawaban : Kalau itu awal dulu waktu saya pernah masuk ya, saya juga ngeliatnya dari awal masuk, dulu waktu masih offline sempat ada masalah ketika kelas pelatihan karna kelas pelatihannya dulu sempat ada jam 9 pagi sampai jam 2 siang kita ada 2 sesi Cuma ketika jam 9 pagi mereka banyak nih banyak yang ngeluh itu jam aktifitasnya mereka nih ke pasar lah lsg produksi, oke kita biasa menampung nih kalo mereka ada apa ya unek unek kek gitu ya biasanya nanti nyampein digrup ni jangan jam segitu kek gini kek gini atau kita ngeliatnya dari jumlah kehadiran peserta misalkan yang jam 9 itu kita lihat ni datangnya kok dikit banget ni yang ikut, oke otomatis kita harus evaluasi kan dari situ biasanya kita putuskan jam 9 ga usah itu ga efektif buat mereka, jadi tetap evaluasi ya untuk menyesuaikan.

4. Menurut mbak/mas apa yang menjadi permasalahan utama dalam Rumah BUMN Jogja ?

Jawaban: Masalah utamanya yang pertama masih sama mindset nya membangun mindser mengubah mindset itu kan paling susah mengubah mindsetnya UMKM itu tadi. Kemudian yang kedua mereka itu apa ya terlalu dimanjakan lah, terlalu dimanjakan tu mereka niatnya awal masuk kesini tu cuma mau pembiayaan aja karna mungkin fokusnya kita dari BRI jadi mikirnya kalo masuk sini otomatis langsung dapat pembiayaan soalnya kita ga bisa kayak gitu, nah itu juga susah mengubah pola pikirnya sudut pandang mereka, padahal bisa nanti bisa mereka dapat pinjaman tanpa agunan.

5. Berarti misal mereka ikut pelatihan kemungkinan bisa dapat pinjaman gitu?

Jawaban: Enggak, eeee bisa cuma prosesnya ga langsung kesitu itu masih lama banget, kayak misalkan mereka harus bener bener ada progressnya nih harus bisa ikut brincubator dan lain lain itu tadi, terus misalkan otomatisasi BRI juga lihat ni UMKM nya ini dari RB ni, terus udah ada catatan pembukuannya. Nah dari situ kan untuk proses kesana itu ga sebentar lama mungkin 1 tahun. Kebanyakan yang dari UMKM itu yang ga bisa mereka terima, mereka taunya kalo gabung kesini bisa dapat pinjaman kayak gitu, itu yang susah buat kita mengubah pola pikirnya mereka.

6. Bagaimana cara menghadapi permasalahan selama program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja berlangsung?

Jawaban: Oke, untuk menyelesaikan masalah ya yang dihadapi Rumah BUMN ya, kalo untuk masalah pelatihan seperti mengubah mindset tadi atau UMKM yang cuma mau belajar doang tapi gamau praktekin kayak gitu kan, kalo yang kayak gitu kita biasanya kita evaluasi ni jadi kayak misalkan yang manajemen keuangan ya pas manajemen keuangan kita lihat ni kenapa si UMKM kok ogah ogahan pelatihan itu padahal itu penting untuk mereka loh itu kan kita cari tahu disitu tu evaluasi dulu, oh bisa jadi mentornya ga asik oke kita bisa kita turunin dulu ni untuk pelatihan itu kan kita cari mentor yang lain ni dimana yang penyampaian materinya itu bisa menarik peserta ni biar mereka penasaran biar mereka bisa ikut kayak gitu, terus kalo misalkan untuk yang mengubah mindset ni nah untuk yang mengubah mindset atau yang misalkan mereka cuma disitu situ aja ga naik kelas dia cuma stalk disitu aja kek gitu biasanya kita kayak kita pemerin ni, ini loh liat dong pencapaiannya anggota baru bisa ikut BRiliant preneur masa kamu ga pengen sih yang udah 2 tahun 3 tahun di Rumah BUMN kok disitu situ aja cari tau dong mereka ini bisa sampe sini karna ngelakuin apa aja si, jadi biasanya kita pamerin dengan keberhasilan keberhasilan.

7. Kalo untuk permasalahan mindset itu bagaimana solusinya?

Jawaban: Kalo untuk mindset sejauh ini apa yaa,hmm seleksi alam. Jadi bener. Jadi yang awal awal memang masuk terus niatnya cuma jualan laku jualan laku ya itu ga bisa ikut langsung aktif disini. Tapi kalau memang mereka yang mindset nya itu udah terbentuk lama lama ketularan bisa teratur ya mereka ada progress.

B. Strategi yang digunakan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi Rumah BUMN Jogja

1. Dalam menghadapi serta menyelesaikan permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, sehingga strategi apa yang digunakan oleh Rumah BUMN Jogja?

Jawaban: Kalo untuk strateginya dari kita tetap ngasih pelatihan menyesuaikan kebutuhan mereka kita tetap membantu kekurangan mereka, maksudnya mereka perlu ditingkatkan dibidang apa. Nah tapi ketika mereka tetap mindsetnya tetap cuma sing penting dodolan payu terus gamau ikut kita sesuai aturannya kita oke yaudah terserah kayak gitu. Niatnya kita membantu kalian tapi kalo kalian gamau dibantu terserah kita gamau maksain karna sesuatu yang dipaksain ga bagus juga nanti mereka belajarnya setengah setengah, jadi ya tadi kembali lagi ke seleksi alam, jadi ketika mereka ga bisa ngikutin aturan kita, bukan aturan ya apa yang kita berikan untuk mereka yaudah silahkan kalian kalo mau gitu gitu aja. Untuk strategi dari masalah yang dihadapi tadi, biasanya ketika kita sudah mencoba melakukan solusi jadi kayak tadi solusinya kita menurunkan kita ganti pematilah eee ganti pateri yang lebih menarik kemudian hmmm yang tadi kita udah pamerin nih UMKM UMKM yang sudah berhasil kayak gitu kan, masa kamu ga pengen si kek gitu kan. Ketika yang itu pun mereka masih pasif pasif aja eee yah dari situ kita ya mulai nih melakukan strategi pendekatan personal biasanya kita kek gitu, eee kalo cuma yang bermasalah katakanlah beberapa UMKM aja biasanya kita pendekatan personal, jadi kita chatlah permasalahannya apa sih bu atau permasalahannya apa si kak kek gitu kan kok kek gini kek gini kita cari tau ni konsultasi jadi kita deketin UMKM nya, nah ketika atau

biasanya kita buka sesi diskusi jadi apa ya sesi diskusi terbuka apa sih yang selama ini menjadi kendala yang kalian alami kayak gitu kok kalian ini maunya pelatihan kek gini kek gini tapi ketika kita udah nurutin kok kalian cuma anteng anteng aja ga ada apa ya ga ada efeknya buat kalian, padahal ini tu buat kebaikan kalian juga loh kita menyadarkan mereka sih bahwa kalo program ini tu berhasil ya buat kalian bukan buat kita.

2. Apakah ada strategi untuk menambah anggota melalui media sosial?
Jawaban: Kalo sejauh ini sih kita ga nyari anggota tapi mereka yang nyari kita, maksudnya kita ga mengiklankan gitu kan kita ga pernah gitu karna ya alhamdulillah setiap hari kita minimal ada yang daftar.

3. Selanjutnya apa alasan dari pemilihan strategi yang digunakan oleh Rumah BUMN Jogja?
Jawaban: Oke ini untuk alasan memilih strategi tersebut gitu ya eee kita memilih strategi yang memang sesuai dengan kondisi karakter dan kebutuhan dari UMKM tersebut, karna kan kita ga bisa memperlakukan semua UMKM itu dengan sama rata gitu kan pasti kan ada yang oh yang ini kok dikasih tau tu harus pelan pelan oh yang ini tu meski pun kita ngasih tau nya pelan pelan tapi dia ga bakal mudeng berarti kita harus tegas lagi gitu kan beda beda kita harus memperlakukan UMKM sesuai dengan kebutuhan karakter dari mereka masing masing kayak gitu.

4. Apakah strategi yang digunakan tersebut di rasa tepat dan efisien untuk menghadapi serta menyelesaikan masalah yang ada?
awaban: ehmmm yap kalo sejauh ini strategi tersebut sudah cukup eee untuk menyelesaikan masalah yang ada di UMKM RB Jogja, ya kalo memang mereka mau naik kelas mereka mau usahanya itu berkembang nah mereka mau gamau juga harus beranjak kek gitu kalo mereka mau tetep disitu situ aja mereka bakal ini kok seleksi alam sendiri kek gitu kan mereka juga bisa tetep disitu digantikan dengan anggota anggota baru yang akan apa ya naik kelas deluan.

3. Mengenai komunikasi pemberdayaan Rumah BUMN Jogja

A. Mengenai Komunikasi pemberdayaan

1. Bagaimana cara komunikasi yang digunakan pada saat berjalannya program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja ?

Jawaban: Kita balik lagi yang dihadapi disini UMKM ya, dan UMKM disini kan mohon maaf ga semuanya berpendidikan otomatis cara penyampain kita juga entah itu dipelatihan entah itu ketika kita menyampaikan misal kita mau ngasih tau kalo ada pendaftaran ni buat kurasi buat seleksi RB store dibawah atau buat acara brincubator, kita ga bisa menggunakan bahasa bahasa yang akademis atau sulit dimengerti oleh mereka karna banyak anggota kita yang senior senior. Nah kalo disitu kita juga harus menyepadankan jadi kek kita menggunakan bahasa yang mereka juga paham ni, biasanya misalkan ni masih digrup kita masih cuma menggunakan bahasa yang normal standar kayak gitu, tapi ketika nanti kita harus follow up atau ngasih info ke UMKM yang eee karna kita ada ni UMKM yang dia dijelaskan itu bener bener kamu harus menjelaskan satu persatu dan pelan pelan gitu jadi kita harus menggunakan komunikasi yang sesuai karakter mereka ni dan kita juga harus kenal dulu mangkanya harus kenal karakter UMKM UMKM nya kita.

2. Sistem komunikasi seperti apa yang digunakan untuk berkomunikasi dengan target pemberdayaan ? apakah bersifat satu arah atau timbal balik?

Jawaban: oke, kalo kita disini 2 arah ya jadi timbal balik, kalo satu arah kan kayak kesannya tu kita cuma ngomong terus yaudah sampe disitu. Kalo kita disini 2 arah jadi ada timbal balik. Jadi kita disini lebih ke bukan kayak sesi kelas gitu tapi lebih kayak diskusi jadi ketika selesai penyampaian materi. oke ayo diskusi bareng ada masalah apa sih kalo misakan dari bisnisnya UMKM si A ini, oh aku lagi ada kendala ini ini kita pecahkan bareng ni karna disana nanti ada diskusi ada UMKM UMKM yang lainkan misalkan nanti ada yang punya

masalah yang sama atau apa mereka bisa kasih solusi juga.

3. Bagaimana bentuk komunikasi yang disampaikan dalam program Rumah BUMN Jogja, Apakah menggunakan komunikasi verbal, non verbal, tulisan, lisan?

Jawaban: Kita mungkin menggunakan ke empat empatnya ya jadi verbal non verbal jadi kita berbicara langsung atau menggunakan bahasa tubuh baik yang langsung atau ga langsung jadi tergantung situasi yang memang diperlukan jadi kondisional.

4. Apakah terdapat faktor pendukung dalam menggunakan sistem komunikasi tersebut pada saat berjalannya program ?

Jawaban: Kalo sejauh ini ya lebih jalan kayak gitu, jadi untuk UMKM komunikasi 2 arah itu lebih masuk ke mereka dari pada yang 1 arah, jadi kayak mereka masuknya ilmu itu juga lebih ngerti ketika 2 arah dari pada hanya sekedar formal, mangkanya kan kita juga ruang pelatihnnya di setting non formal jadi mungkin bisa santai ilmu masuk juga kayak gitu.

5. Apakah terdapat faktor penghambat dalam menggunakan sistem komunikasi tersebut pada saat berjalannya program ?

Jawaban: Dari kayak gitu ada kendala nya ketika narasumbernya itu menggunakan bahasa yang kurang di mengerti oleh UMKM, nah karna kalo misalkan yang UMKM pematerynya dari jogja misalkan yang dari kita mereka yang sering ngadain kelas rutin gitu mereka otomatis sudah tau karakternya anggota RB Jogja kayak apa, cuma ketika suwaktu waktu kita ada narasumber yang katakan lah tamu dari Jakarta mungkin atau yang sudah terkenal kayak gitu nah mereka yang menyampaikannya mungkin terbiasa ngomong dengan pengusaha mikro menengah ya bukan mikro bawah, jadi penggunaan bahasanya tu susah diterima oleh UMKMnya kita disitu kadang kayak yang krik krik krik. Mereka juga mau nanya bingung.

B. Fasilitator atau narasumber dalam program Rumah BUMN Jogja

1. bagaimana proses penentuan narasumber pada program Rumah BUMN Jogja?

Jawaban: Oke, untuk narasumbernya kita biasanya ngambil dari praktisi yang udah memang ahli dibidangnya kayak gitu, contohnya kecuali yang untuk manajemen ya. Untuk manajemen keuangan kita ada kerja sama dengan dosen admajaya, gimana nyarinya kayak gitu kan, kita biasanya atasanya kita kebetulan punya relasi juga ada beberapa dari fasilitatornya kita ngambil dari kenalannya beliau jadi koneksi kayak gitu, nah selain itu kita biasanya ngambil dari anggotanya yang terkabung di RB itu kan ga semuanya masih tradisional ya kadang memang ada mereka bener bener sudah ekspert ni nah kita kerja sama bareng mereka.

2. Apa saja syarat menjadi fasilitator?

Jawaban: Kalo syaratnya yang jelas mereka harus paham dulu bidang apa yang mau mereka ajarkan ni, terus dan mereka punya bidang usahanya itu sendiri jadi praktisi lah ketika kita mau ngadain kelas fotografi otomatis praktisinya juga mereka harus sudah ekpert di bidang fotografi udah punya studionya sendiri.

3. Pelatihan apa saja yang diadakan oleh Rumah BUMN Jogja?

Jawaban: Pelatihannya kita ada banyak ya antara lain itu, manajemen keuangan kemudian ada mindset bisnis atau strategi bisnis kemudian ada branding kemudian ada videografi ada digital marketing ada marketplace atau ecommerce. Dan itu juga bisa berubah ketika banyak yang belum paham, kan kita pernah tu ngadain kelas soal hukum jadi kek misalkan apa aja si hak hak UMKM itu nah kita pernah ngadain kelas itu.

4. Bagaimana penentuan jadwal fasilitator dalam memberikan materi di setiap programnya ?

Jawaban: Biasanya kita negoisasi, jadi kalo aku selama ini ya sebelum akhirnya menentukan oh si A ini jadwalnya memang setiap hari rabu,

biasanya kita setelah menentukan hari apa aja yang kita mau ngadain kelas kita info ke fasilitatornya dulu misalkan kita ada prioritas, misal narasumber A,B,C kayak gitu kan. Oke yang hari ini keliatannya kalo hari senin kita ngasih terlalu berat misalkan hari selasa kita kasih terlalu berat kek nya belum bisa ya. Kita nanti info ke narasumbernya dulu terus hari ini sampai ini bisa nya hari apa mas aku biasanya kayak gitu terus misalkan dia milihnya hari rabu kek kita ada kelas pelatihan dihari rabu, oke berarti kelas di rabu aja ya mas, berarti langsung aku kunci biar dia ga ganti ganti juga kek gitu kan. Setiap rabu bisa ya, soalnya biasanya mereka kek udah ada jadwalnya juga kalo misal setiap selasa katakanlah dia mau ngantar istrinya shopping atau apa atau misal kek yang lainnya aku nanya free hari apa mas kalo misalkan dia bilangya rabu aduh padahal rabu udah ada ni udah ada janji deluan kan udah di keep dulu, nah aku tanyain setiap rabu bisa ga kalo misalkan dia bilang selain rabu dia bilang gabisa, oke kalo misalkan rabu kita udah janjian kan sama pemateri satunya nah kita biasanya nego di jamnya kalo emang dia mau dihari yang sama kita nego di jamnya ni kalo misalkan yang pertama tadi udah dapat jam 2 yang baru ini tadi kita tawarin misal bisa ga kalo jam 11 ni atau jam 10 kalo misalkan aku mau ngambil dijam 9 pagi kan masih kepagian. Jadi apa ya tetap dibicarakan sih.

5. Siapa yang menjadi fasilitator utama dalam program Rumah BUMN Jogja?

Jawaban: Kita ga punya utama ya karna semuanya utama, tapi kalo misalkan siapa yang favorit itu ada. Yang favorit itu ada 2, yang satu mas yoki sembodo itu ada jadwal nya hari ini jam 2 yang satunya fotografi mas rio pharaoh, Cuma yang mas rio ini masih kita off sih untuk sementara ini.

6. Bagaimana cara menentukan tema materi pada setiap program ?

Jawaban: Biasanya kita dari fasilitator, jadi tadi kan kita udah nembak ni fasilitator yang A ini di bidang apa dia ekpert nya misalkan dia dibidang digital marketing otomatis dia udah tau ni kek gitu kecuali

kalo misalkan ada yang baru kek kemaren aku lagi nyari yang pemateri untuk canva, canva kalo kita kan udah familiar untuk yang masih muda gitu kan tapi kan kalo UMKM ga semuanya tau, nah dari situ kemaren aku nyari yang khusus canva, dia digital marketing tapi aku langsung nembaknya bisa ga canva karna saat ini yang dibutuhkan adalah canva.

7. Apakah melalui peran fasilitator proses pemberdayaan yang dilakukan kepada semua program dapat terlaksana secara efektif dan dikatakan berhasil?

Jawaban: Kalo sejauh ini sih bisa dibilang berhasil.

C. Pesan yang disampaikan dalam program Rumah BUMN Jogja

1. Apa isi pesan yang disampaikan dalam program Rumah BUMN Jogja?

Jawaban: Kayak misalkan goals nya gitu ga sih kayak visi misi nya gitu ga. Kita selalu punya 4 ni, Go digital, Go modern, Go Online, Go global. Selalu itu yang jadi setiap pelatihan setiap program ya kita disitu pesan nya disitu. Jadi selalu kita mendidik mereka itu dari online, digital, modern biar mereka bisa global ni, kita datangkan buyer dari luar negri buat kalian.

2. Bagaimana bentuk pesan yang disampaikan dalam program Rumah BUMN Jogja?

Jawaban: Bentuk pesan nya itu mungkin kita menggabungkan antara ketiga nya ya jadi kembali lagi ke melihat kebutuhannya dimana kondisional ya jadi kalo misalkan eee memang diperlukan untuk yang share edukatif ya kita edukatif gitu kalo misalkan kita perlu untuk membujuk mereka ya kita persuasif mereka gitu kan kita bujuk mereka untuk kita tarik mereka biar mereka itu tertarik kek gitu biar mereka minat nih dengan kelas pelatihan yang kita tawarkan.

3. Cara apa saja yang digunakan Rumah BUMN Jogja dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada anggotanya?

Jawaban: Yang pertama jelas secara langsung ya kita nyampeinnya kalo misalkan mereka kesini atau misalkan ada kunjungan atau pas kelas pelatihan offline kita biasanya ngomong disitu langsung, atau kalo nggak kita hmm

media sosial. Jadi kita kan ada Instagram juga disitu kita juga biar mereka yang selama ini ga aktif tu tau ni kita ada aktifitas kayak gini ni kalo misalkan kelas pelatihannya tadi kita habis ada resume nya kayak gitu kan nah akhirnya kita posting posting jadi mereka juga tau jadi menarik mereka juga gitu kan kalo misalkan oh disini ternyata ada pelatihan ini ni.

4. Bagaimana respon masyarakat setelah menerima pesan atau informasi yang disampaikan? Apakah memberikan efek besar ke masyarakat?

Jawaban: Kalo sejauh ini ada efeknya jadi misalkan kayak kelas pelatihannya apa nah itu balik lagi mungkin ke pertama yang balik lagi ke soal seleksi alam tadi ya, jadi yaitu masuk untuk mereka yang memang mereka niatnya itu memperbaiki bisnisnya mereka kayak gitu mereka bisa menerima dan bisa melakukannya mengaplikasikannya ke bisnisnya mereka, tapi kalo yang cuma sekedar ikut masuk telinga kanan keluar telinga kiri yaudah mau sampe 5 tahun 10 tahun juga bakal kek gitu gitu aja. Kita punya anggota 700an, biasanya mereka secara aktif kek sadar diri gitu malah ngasih tau sendiri ni, “eh aku kemaren ini mbak ada undangan ke cina misalkan kek gitu, atau misalkan aku ada pesenan untuk ke rusia”.

D. Media yang digunakan dalam program Rumah BUMN Jogja

1. Media apa saja yang digunakan dalam pelaksanaan program Rumah BUMN Jogja ?

Jawaban: Oke, media sosialnya kita ada youtube, tapi youtube ga jalan, Instagram kemudian web nya di RumahBUMN.id.

2. Apakah dengan menggunakan media akan lebih membantu dan mempermudah pelaksanaan program Rumah BUMN Jogja ?

Jawaban: Iya, karna lebih banyak bisa memjangkaukan jadi jangkauannya lebih luas kayak kemaren itu kita ada lomba atau kurasi dari acaranya BRI lah, itu kita bisa lebih menjangkau mereka yang ga setiap hari kesini kek gitu ada di instagram oh ya kita ada facebook juga ngelink ke instagram si.

E. Penerima manfaat atau komunikasi dalam program Rumah BUMN Jogja

1. Siapa saja yang menjadi target sasaran dalam program Rumah BUMN BRI Jogja?

Jawaban: Hmm, mereka UMKM yang memang mau naik kelas

2. Apa saja syarat untuk mengikuti program Rumah BUMN Jogja?

Jawaban: Kalo untuk syarat dari ketiga program itu ada syarat yang sama untuk ketiga program yaitu mereka harus terdaftar sebagai anggota aktif di Rumah BUMN Jogja nah ketika mereka sudah terdaftar menjadi anggota aktif itu mereka dapat peluang untuk ikut pelatihan kemudian BRIncubator kemudian BRilian preneur juga, itu yang syarat utama ya kalo mau dipecah pecah untuk detailnya ya kalo untuk pelatihan jelas mereka harus terdaftar sebagai anggota Rumah BUMN yang dibuktikan dengan mengisi formulir kegiatan kemudian mendaftar kelas pelatihan. Kemudian syarat untuk mengikuti BRIncubator, oke itu kan proses inkubasi dari BRI ya kalo yang untuk BRIncubator syaratnya itu biasanya kurasi lagi, jadi sebenarnya mereka cuma ngisi ini aja si kita lihat dari keaktifan anggota nya dulu kan dari UMKM UMKM itu kan nah nanti data data nya UMKM itu kita ajukan ni ke pusat ni, nah nanti pusat nyeleksi sendiri nih mana aja yang eee lolos misalkan minimal harus memiliki catatan keuangan selama 1 tahun terakhir atau 6 bulan terakhir kek gitu itu antara lain. Terus kalo yang untuk syarat BRilian preneur, nah kalo yang BRilian preneur berarti puncaknya kan. Kalo untuk syarat BRilian preneur mereka biasanya yang memang sudah benar benar siap untuk ekspor, jadi kalo kamu merasa UMKM mu itu belum mampu untuk ekspor ya kalian jangan daftar kek gitu kan, misalkan ni untuk kesiapan surat suratnya ni hmmm kayak misalnya dokumennya mulai dari yang catatan pembukuan kemudian izin izinnya, packaging dan lain lain, karna nanti untuk proses seleksi nya lebih ketat yang di BRilian preneur itu

3. Apakah selama ini target sasaran sudah memenuhi kebutuhan dalam program Rumah BUMN Jogja ?

Jawaban: Iya, sudah memenuhi.

4. Alasan memilih target sasaran tersebut ?

Jawaban: Jadi membantu UMKM untuk bisa naik kelas kek gitu, kenapa? Karna ya memang Rumah BUMN itu ada untuk memfasilitasi

UMKM UMKM, jadi biar mereka ga disitu situ aja ketika UMKM itu sudah naik kelas mereka bisa menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain untuk warga sekitar untuk masyarakat sekitar kek gitu agar membangun pertumbuhan ekonomi Indonesia.

5. Bagaimana kondisi target pemberdayaan sebelum adanya program pemberdayaan ini?

Jawaban: Kebanyakan kalo dari yang kemaren kemaren mereka masih tradisional ya, jadi sistem penjualannya kemudian manajemennya mereka masih yang ala kadarnya lah ala kadarnya tu kayak penjualannya juga offline door to door mulut ke mulut doang kek gitu.

F. Feedback dan evaluasi dalam program Rumah BUMN Jogja

1. Bagaimana Feedback yang diberikan masyarakat setelah mengikuti program pemberdayaan Rumah BUMN Jogja?

Jawaban: Sejauh ini sih bagus dan mereka apa ya mereka sangat berterimakasih ini untuk mereka yang bener bener progress nya memang ada dan memang sudah berhasil, mereka sangat bersyukur dan berterimakasih ni ketika bergabung disini memang awalnya mereka harus bener bener katakanlah kalo kita lagi diet kayak gitu, mereka harus bener bener disiplin kayak misalkan semua keuangan harus dipisah, tapi ketika mereka bener bener mengikuti apa yang kita buat untuk mereka hasilnya mereka udah keliatan maksudnya mereka sudah merasakan hasil perjuangan mereka selama ini dan feedbacknya mereka sangat bersyukur berterima kasih dan itu mereka sampaikan ke orang orang, nah dari orang orang itulah mereka yang mungkin jadi ikut gabung kesini juga.

2. Apakah pernah mengalami kegagalan ketika menjalankan program di Rumah BUMN Jogja?

Jawaban: Pernah, satu hal itu di bidang hukum kita pernah ngasih, itu salahnya kita juga ya maksudnya kita selama ini kan kita ngadain kelas pelatihan sesuai kebutuhan mereka ni apa yang mereka butuhkan, nah

disitu mereka butuhnya soal pendampingan misalnya pembuatan UMK seperti apa BPOM seperti itu kita cari pemateri dan ternyata ketika prakteknya itu mereka ngadainnya kayak kuliah dan itu ga masuk kan kalo untuk UMKMnya kita karna UMKMnya kita terbiasa dengan komunikasi 2 arah bukan 1 arah, itu yang saya lihat satu satunya pelatihan yang gagal setelah itu saya cut saya gamau ngadain pelatihan kayak gitu.

3. Apakah setelah melakukan program, pihak Rumah BUMN Jogja akan melakukan evaluasi ?

Jawaban: Pasti, kalo setiap program misalkan untuk pelatihan ya kalo untuk yang pelatihan seperti pelatihan pelatihan rutin yang kita lakukan ni itu pasti kita melakukan evaluasi ni karna apa ya ga semuanya berhasil, kayak sebelumnya ni kelas fashion ni kita pernah pake narasumbernya si A kita lihat ni oh awalnya rame tapi kok lama lama ga ada yang ikut ni kita evaluasi kayak gitu apa masalahnya disini oh ternyata dia nyampein materinya kok itu itu terus bosankan kita kasih ni pilihan bisa ga dirubah materinya, ketika dia ngasih materinya sama lagi cuma ganti judul tapi isinya sama kita lihat oh ternyata setelah persertanya tau dan Cuma diganti judul hasilnya sama ni semakin menurun, oke berarti kita harus evaluasi gimana kita solusinya kalo dia gabisa ngubah isi materi dan judulnya kita terpaksa cut juga, dan memang evaluasi itu sangat penting dan kita selalu lakukan itu.