



Strategi Komunikasi Bumdes Dalam Memberdayakan Pelaku UMKM Di Desa Malangaten

Suwanto ¹⁾; Romi Iriandi Putra ²⁾

^{1,2)}Department of Communication, Faculty of Communication and Business, Universitas Muhammadiyah Karanganyar

¹⁾onetomustang@gmail.com, ²⁾romiiriandi@umuka.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [15 Mei 2026]

Revised [24 Juni 2026]

Accepted [26 Juni 2026]

KEYWORDS

Strategi Komunikasi, BUMDes, Pemberdayaan UMKM.

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa. Keberhasilan proses pemberdayaan sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang diterapkan oleh lembaga penggerak ekonomi desa, termasuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi BUMDes dalam memberdayakan pelaku UMKM di Desa Malangaten. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas direktur BUMDes, pengawas BUMDes, serta pelaku UMKM yang terlibat dalam program pemberdayaan. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi BUMDes dilakukan melalui pemahaman kebutuhan pelaku UMKM, penyampaian informasi secara partisipatif, pelaksanaan pendampingan dan pelatihan, serta pemanfaatan media komunikasi tatap muka dan digital. Penggunaan pendekatan persuasif, kekeluargaan, dan berbasis budaya lokal mampu meningkatkan keterlibatan pelaku UMKM dalam berbagai program pemberdayaan. Pendampingan yang berkelanjutan berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas usaha, sedangkan pemanfaatan media digital mempercepat penyebaran informasi dan koordinasi kegiatan. Temuan penelitian menegaskan bahwa strategi komunikasi yang partisipatif, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat berperan penting dalam mendukung pemberdayaan UMKM dan pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan.

ABSTRACT

Empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) is a crucial step in improving the rural economy. The success of the empowerment process is heavily influenced by the communication strategies implemented by village economic institutions, including Village-Owned Enterprises (BUMDes). This study aims to describe and analyse the communication strategies employed by BUMDes to empower UMKM in Malangaten Village. The study employed a qualitative approach with a descriptive design. Data were obtained through in-depth interviews, observation, and documentation. The informants included BUMDes directors, BUMDes supervisors, and UMKM involved in the empowerment program. Data validity was tested using source triangulation and technical triangulation. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman interactive model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that BUMDes communication strategies are implemented by understanding UMKM needs, delivering information in a participatory manner, providing mentoring and training, and utilising face-to-face and digital communication media. The use of persuasive, familial, and locally culture-based approaches can increase UMKM ' involvement in various empowerment programs. Ongoing mentoring increases business capacity, while the use of digital media accelerates information dissemination and coordination of activities. Research findings confirm that participatory, adaptive, and community-focused communication strategies play a critical role in supporting UMKM empowerment and sustainable economic development in villages.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ketahanan ekonomi pada tingkat lokal maupun nasional (Safitri & Widiyowati, 2025). Kontribusi UMKM tidak hanya terlihat dari jumlah unit usaha yang mendominasi struktur perekonomian Indonesia, tetapi juga dari kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dan mendorong aktivitas ekonomi masyarakat hingga ke wilayah perdesaan (Elsan et al., 2025). Keberadaan UMKM menjadi salah satu pilar utama pembangunan ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat

secara berkelanjutan (Rahmawati et al., 2024). Posisi strategis tersebut menempatkan UMKM sebagai sektor yang perlu memperoleh perhatian melalui berbagai program penguatan kapasitas, akses informasi, pengembangan jaringan usaha, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia (Safitri & Widiyowati, 2025). Tantangan yang dihadapi pelaku UMKM semakin kompleks seiring dengan perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan meningkatnya persaingan usaha pada berbagai sektor ekonomi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya membutuhkan dukungan finansial, tetapi juga memerlukan proses pemberdayaan yang mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan usahanya secara mandiri (Sulistiani, 2020).

Pemberdayaan UMKM pada dasarnya merupakan proses yang bertujuan meningkatkan kapasitas individu maupun kelompok agar mampu mengidentifikasi potensi, mengatasi permasalahan, dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan (Morisson & Fikri, 2025). Proses pemberdayaan tidak dapat dilepaskan dari peran komunikasi karena komunikasi menjadi sarana utama dalam penyampaian informasi, transfer pengetahuan, pembentukan pemahaman, serta pembangunan hubungan antara lembaga pemberdaya dan masyarakat (Rismawati, Suyitna, et al., 2025). Komunikasi yang efektif memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara dua arah sehingga kebutuhan masyarakat dapat dipahami dengan baik oleh pelaksana program. Kualitas komunikasi yang baik juga berperan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan pemberdayaan. Keberhasilan suatu program pemberdayaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga dalam membangun komunikasi yang partisipatif, terbuka, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat sasaran (Rismawati et al., 2024). Perspektif komunikasi pembangunan menjelaskan bahwa masyarakat tidak hanya diposisikan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai mitra yang terlibat aktif dalam setiap tahapan pembangunan dan pemberdayaan (Rasenda et al., 2025).

Peran komunikasi menjadi semakin penting dalam konteks pembangunan desa karena masyarakat perdesaan memiliki karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi yang beragam (Elsan et al., 2025). Perbedaan tingkat pendidikan, pengalaman usaha, akses teknologi, serta kemampuan menerima informasi menyebabkan setiap kelompok masyarakat membutuhkan pendekatan komunikasi yang berbeda. Strategi komunikasi yang tidak sesuai dengan kondisi masyarakat berpotensi menghambat proses penyampaian informasi dan mengurangi efektivitas program pemberdayaan (Muntholip & Setiawan, 2025). Pendekatan komunikasi yang bersifat partisipatif, persuasif, dan berbasis budaya lokal dinilai lebih mampu membangun kedekatan sosial serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pembangunan. Pemanfaatan komunikasi interpersonal melalui dialog langsung juga menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pemberdayaan. Situasi tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi merupakan aspek fundamental yang menentukan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat pada tingkat desa (Achsa et al., 2026).

Salah satu lembaga yang memiliki peran penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) (Indah et al., 2025). Kehadiran BUMDes tidak hanya berfungsi sebagai pengelola kegiatan ekonomi desa, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan potensi lokal (Pakapahan, 2026). BUMDes memiliki posisi strategis karena berinteraksi secara langsung dengan masyarakat dan memahami kondisi sosial ekonomi yang berkembang di lingkungan desa. Pelaksanaan berbagai program pemberdayaan yang dilakukan oleh BUMDes memerlukan strategi komunikasi yang efektif agar tujuan program dapat tercapai secara optimal. Kemampuan BUMDes dalam membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat akan memengaruhi tingkat partisipasi, penerimaan program, serta keberlanjutan kegiatan pemberdayaan yang dilaksanakan. Keberadaan BUMDes sebagai lembaga ekonomi sekaligus agen pembangunan sosial menjadikan aspek komunikasi sebagai elemen penting dalam setiap kegiatan yang dilakukan (Gunawan et al., 2026).

Desa Malangaten merupakan salah satu desa yang memiliki berbagai pelaku UMKM dengan karakteristik usaha yang beragam. Aktivitas usaha yang berkembang di desa tersebut menjadi potensi ekonomi yang dapat mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat apabila dikelola dan diberdayakan secara optimal (Nurapriani et al., 2025). Berbagai pelaku UMKM di Desa Malangaten masih menghadapi sejumlah kendala yang berkaitan dengan pengelolaan usaha, pemasaran produk, keterbatasan akses informasi, serta kemampuan pemanfaatan teknologi (Sukarelawati et al., 2023). Kondisi tersebut menuntut adanya peran aktif BUMDes dalam memberikan pendampingan, edukasi, dan fasilitasi kepada pelaku usaha agar mampu meningkatkan daya saing usaha yang dimiliki (Nufrijal et al., 2025). Pelaksanaan program pemberdayaan yang dilakukan BUMDes membutuhkan strategi komunikasi yang mampu menjangkau seluruh pelaku UMKM dengan karakteristik yang berbeda-beda. Keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh bentuk bantuan yang diberikan, tetapi juga oleh efektivitas komunikasi yang dibangun antara pengurus BUMDes dan masyarakat sebagai sasaran program (Adzkia et al., 2025).



Hasil pengamatan awal menunjukkan bahwa BUMDes Desa Malanggaten telah melaksanakan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pemberdayaan UMKM melalui sosialisasi, pendampingan usaha, pelatihan, serta pemanfaatan media komunikasi digital. Interaksi yang terjalin antara pengurus BUMDes dan pelaku UMKM menunjukkan adanya proses komunikasi yang berlangsung secara berkelanjutan dalam mendukung pengembangan usaha masyarakat. Pemanfaatan komunikasi tatap muka dan media digital seperti WhatsApp menjadi sarana utama dalam penyampaian informasi serta koordinasi kegiatan pemberdayaan. Kehadiran berbagai bentuk komunikasi tersebut menunjukkan adanya upaya BUMDes untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelaku usaha. Realitas tersebut menarik untuk dikaji lebih lanjut karena strategi komunikasi yang diterapkan berpotensi menjadi faktor utama yang menentukan efektivitas program pemberdayaan UMKM di tingkat desa. Kajian yang mendalam diperlukan untuk memahami bagaimana komunikasi digunakan sebagai instrumen pemberdayaan dan bagaimana pelaku UMKM memaknai proses komunikasi yang dibangun oleh BUMDes (Laia et al., 2024).

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji pemberdayaan UMKM dan peran BUMDes dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Sebagian besar penelitian berfokus pada aspek pengelolaan usaha, kontribusi ekonomi, pengembangan kelembagaan, serta efektivitas program pemberdayaan yang dijalankan oleh BUMDes (Susanto & Pandrianto, 2025). Kajian mengenai strategi komunikasi BUMDes dalam konteks pemberdayaan UMKM masih relatif terbatas, khususnya yang menelaah secara mendalam proses komunikasi yang terjadi antara pengurus BUMDes dan pelaku usaha pada tingkat desa. Keterbatasan penelitian tersebut menunjukkan adanya ruang akademik yang perlu dikembangkan untuk memahami peran komunikasi sebagai faktor yang memengaruhi keberhasilan pemberdayaan masyarakat. Analisis mengenai bentuk komunikasi, pendekatan komunikasi, media komunikasi, serta hambatan komunikasi yang muncul dalam proses pemberdayaan menjadi penting untuk dilakukan (Pratama et al., 2025). Pemahaman yang lebih komprehensif mengenai aspek tersebut dapat memberikan kontribusi teoretis maupun praktis dalam pengembangan model komunikasi pemberdayaan masyarakat berbasis desa.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis strategi komunikasi BUMDes yang dikaji secara komprehensif melalui perspektif pengurus BUMDes dan pelaku UMKM sebagai penerima manfaat program pemberdayaan (Pratama et al., 2025). Penelitian tidak hanya mengidentifikasi bentuk komunikasi yang digunakan, tetapi juga menganalisis proses pemahaman kebutuhan masyarakat, pendekatan komunikasi yang diterapkan, pelaksanaan pendampingan dan pelatihan, pemanfaatan media komunikasi, serta berbagai hambatan yang muncul dalam pelaksanaan program pemberdayaan. Pendekatan tersebut memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai praktik komunikasi pemberdayaan yang terjadi pada tingkat desa (Wijayanti et al., 2025). Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi pembangunan dan pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam konteks penguatan UMKM melalui peran BUMDes. Temuan penelitian juga diharapkan menjadi referensi bagi pemerintah desa, pengelola BUMDes, serta pemangku kepentingan lainnya dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk mendukung pengembangan UMKM. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan secara mendalam strategi komunikasi BUMDes dalam memberdayakan pelaku UMKM di Desa Malanggaten.

LANDASAN TEORI

Teori Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan merupakan proses penyampaian informasi, gagasan, dan inovasi yang bertujuan mendorong perubahan sosial, ekonomi, maupun budaya menuju kondisi yang lebih baik. Perspektif komunikasi pembangunan menempatkan masyarakat sebagai subjek yang terlibat aktif dalam setiap tahapan pembangunan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan program, pelaksanaan, hingga evaluasi hasil. Keberhasilan pembangunan tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan sumber daya, tetapi juga oleh efektivitas komunikasi yang mampu membangun pemahaman, partisipasi, dan kesadaran masyarakat terhadap tujuan pembangunan. Komunikasi pembangunan berfungsi sebagai jembatan antara lembaga pelaksana program dan masyarakat penerima manfaat sehingga tercipta hubungan yang saling mendukung dalam mencapai tujuan bersama. Pendekatan ini menekankan pentingnya dialog, partisipasi, dan pemberian ruang kepada masyarakat untuk menyampaikan kebutuhan serta aspirasinya. Penelitian (Putra et al., 2025) menunjukkan bahwa komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan UMKM dapat berjalan efektif ketika masyarakat dilibatkan dalam tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pemanfaatan hasil program.

Pandangan komunikasi pembangunan modern tidak lagi menempatkan masyarakat sebagai penerima pesan secara pasif, melainkan sebagai mitra yang memiliki pengetahuan dan pengalaman

yang perlu dihargai dalam proses pembangunan. Pendekatan tersebut menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara setara antara pelaksana program dan masyarakat (Candra & Winayanti, 2025). Hubungan komunikasi yang dialogis mampu meningkatkan rasa memiliki terhadap program sehingga masyarakat lebih terdorong untuk berpartisipasi secara aktif. Implementasi komunikasi pembangunan juga berperan dalam meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mengambil keputusan secara mandiri dan berkelanjutan (Rismawati, Rahmawati, et al., 2025). Efektivitas komunikasi pembangunan sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam memahami karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat yang menjadi sasaran program. Kondisi tersebut menjadikan komunikasi sebagai instrumen strategis dalam mendukung keberhasilan pemberdayaan masyarakat dan pembangunan desa.

Teori Komunikasi Partisipatif

Komunikasi partisipatif merupakan pendekatan komunikasi yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pertukaran informasi dan pengambilan keputusan. Konsep ini berkembang sebagai kritik terhadap model komunikasi linear yang hanya menempatkan masyarakat sebagai penerima pesan. Komunikasi partisipatif mendorong terjadinya dialog yang memungkinkan masyarakat menyampaikan kebutuhan, aspirasi, pengalaman, serta solusi terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi. Keberhasilan suatu program pemberdayaan sangat dipengaruhi oleh tingkat partisipasi masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan partisipatif memungkinkan terciptanya rasa memiliki terhadap program sehingga hasil yang diperoleh lebih berkelanjutan. Komunikasi partisipatif juga mampu meningkatkan kepercayaan antara lembaga pelaksana program dan masyarakat yang menjadi sasaran pemberdayaan. Menurut (Rismawati et al., 2020), komunikasi partisipatif menitikberatkan keterlibatan aktif masyarakat dalam mengidentifikasi masalah, merumuskan solusi, serta mengambil keputusan yang berkaitan dengan pembangunan masyarakat.

Implementasi komunikasi partisipatif dalam pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui forum diskusi, musyawarah, konsultasi, pendampingan, dan berbagai bentuk komunikasi interpersonal lainnya. Pendekatan tersebut memungkinkan masyarakat memperoleh kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam proses pembangunan sehingga kebutuhan yang muncul benar-benar berasal dari masyarakat itu sendiri (Rismawati, Sunanda, et al., 2025). Keterlibatan masyarakat dalam proses komunikasi dapat meningkatkan efektivitas program karena setiap keputusan didasarkan pada kondisi nyata yang terjadi di lapangan. Penelitian mengenai komunikasi pembangunan partisipatif menunjukkan bahwa pendekatan dialogis mampu meningkatkan keberhasilan program pemberdayaan karena masyarakat berperan sebagai pelaku utama perubahan sosial. Hubungan komunikasi yang terbuka dan setara juga berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi. Kondisi tersebut menjadikan komunikasi partisipatif sebagai salah satu pendekatan yang relevan dalam menganalisis strategi komunikasi BUMDes dalam memberdayakan pelaku UMKM (Rismawati et al., 2024).

Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses meningkatkan kemampuan individu maupun kelompok agar memiliki akses, kapasitas, dan kemandirian dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Pemberdayaan tidak hanya berorientasi pada pemberian bantuan ekonomi, tetapi juga mencakup peningkatan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan kemampuan masyarakat dalam mengelola sumber daya yang dimiliki (Hapsari & Kinseng, 2018). Tujuan utama pemberdayaan adalah menciptakan masyarakat yang mandiri dan mampu mengambil keputusan secara tepat dalam menghadapi berbagai tantangan sosial maupun ekonomi. Proses pemberdayaan berlangsung melalui berbagai kegiatan seperti pendampingan, pelatihan, konsultasi, penguatan kelembagaan, dan pengembangan jaringan usaha. Keberhasilan pemberdayaan sangat dipengaruhi oleh tingkat partisipasi masyarakat serta dukungan dari berbagai pemangku kepentingan. Pemberdayaan yang efektif harus mampu menciptakan perubahan yang berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh.

Perspektif pemberdayaan menekankan bahwa masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan apabila memperoleh akses terhadap informasi, pengetahuan, dan kesempatan untuk berkembang (Prabantoro et al., 2026). Peran lembaga pemberdayaan menjadi penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung proses peningkatan kapasitas masyarakat. Kegiatan pendampingan dan pelatihan merupakan bentuk intervensi yang sering digunakan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola usaha dan memanfaatkan peluang ekonomi yang tersedia. Pendekatan pemberdayaan berbasis komunitas juga dinilai efektif karena mendorong terjadinya pembelajaran bersama dan penguatan jejaring sosial antaranggota masyarakat (Morisson & Fikri, 2025). Pengembangan kapasitas yang dilakukan secara berkelanjutan mampu meningkatkan daya saing masyarakat dalam menghadapi perubahan lingkungan ekonomi. Konsep tersebut menjadi dasar dalam



memahami peran BUMDes sebagai lembaga yang menjalankan fungsi pemberdayaan terhadap pelaku UMKM di tingkat desa.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan lembaga ekonomi desa yang dibentuk untuk mengelola potensi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan usaha yang produktif. Keberadaan BUMDes tidak hanya berfungsi sebagai unit bisnis desa, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan yang berperan dalam memperkuat ekonomi masyarakat. BUMDes memiliki kedekatan sosial dengan masyarakat sehingga mampu memahami kebutuhan dan potensi yang dimiliki desa secara lebih mendalam. Fungsi BUMDes mencakup pengembangan usaha ekonomi masyarakat, penyediaan layanan yang mendukung aktivitas ekonomi, serta pelaksanaan program pemberdayaan yang bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat desa (Elsan et al., 2025). Peran tersebut menempatkan BUMDes sebagai aktor penting dalam pembangunan ekonomi berbasis masyarakat. Keberhasilan BUMDes dalam menjalankan fungsinya sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga dalam membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat sebagai penerima manfaat program.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh BUMDes menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan program pemberdayaan. Penyampaian informasi yang jelas, penggunaan media komunikasi yang sesuai, serta pendekatan yang partisipatif dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam berbagai program yang dilaksanakan (Wardani et al., 2023). Hubungan komunikasi yang baik juga mampu membangun kepercayaan masyarakat terhadap BUMDes sehingga mempermudah proses implementasi program (Rahmawati et al., 2024). Peran BUMDes sebagai fasilitator, mediator, dan pendamping masyarakat menunjukkan bahwa komunikasi menjadi salah satu instrumen utama dalam menjalankan fungsi kelembagaan. Efektivitas komunikasi yang dibangun akan berpengaruh terhadap tingkat partisipasi, penerimaan program, dan keberlanjutan hasil pemberdayaan. Kondisi tersebut menjadikan BUMDes sebagai lembaga yang relevan untuk dikaji dalam perspektif komunikasi pembangunan dan pemberdayaan masyarakat.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Karakteristik UMKM yang fleksibel memungkinkan sektor ini berkembang hingga ke wilayah perdesaan dan menjadi sumber penghasilan utama bagi banyak rumah tangga (Sulistiani, 2020). Tantangan yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan modal, akses pasar, pemanfaatan teknologi, kapasitas manajerial, dan kemampuan pemasaran produk. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku UMKM membutuhkan dukungan dari berbagai pihak untuk meningkatkan daya saing usaha yang dimiliki. Program pemberdayaan yang dilakukan melalui pendampingan, pelatihan, dan penguatan jaringan usaha menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan untuk mendukung perkembangan UMKM (Rakhmadani, 2021). Keberhasilan program tersebut sangat dipengaruhi oleh efektivitas komunikasi yang mampu menjembatani kebutuhan pelaku usaha dengan sumber daya yang tersedia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi yang diterapkan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Malanggaten. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena sosial secara komprehensif berdasarkan pengalaman, persepsi, serta interaksi yang terjadi antara pengurus BUMDes dan pelaku UMKM sebagai subjek penelitian (Safitri & Widiyowati, 2025). Fokus penelitian diarahkan pada bentuk komunikasi yang dilakukan BUMDes, proses penyampaian informasi kepada masyarakat, pola interaksi yang terbentuk dalam kegiatan pemberdayaan, serta berbagai faktor yang mendukung maupun menghambat efektivitas komunikasi dalam pelaksanaan program pemberdayaan ekonomi desa. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai realitas sosial yang terjadi di lapangan melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas pemberdayaan yang dilaksanakan oleh BUMDes. Pemilihan metode kualitatif juga didasarkan pada kebutuhan untuk mengungkap makna, interpretasi, dan pengalaman informan yang tidak dapat dijelaskan secara memadai melalui pendekatan kuantitatif (Astuti et al., 2025). Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai implementasi strategi komunikasi BUMDes dalam mendukung pengembangan UMKM di tingkat desa.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder yang saling melengkapi untuk menghasilkan informasi yang komprehensif (Mei et al., 2023). Data primer diperoleh secara langsung dari

informan melalui kegiatan wawancara mendalam dan observasi lapangan. Informan penelitian meliputi direktur BUMDes, pengurus BUMDes, serta beberapa pelaku UMKM yang terlibat dalam program pemberdayaan yang diselenggarakan oleh BUMDes Desa Malanggeaten. Pemilihan informan dilakukan secara purposive berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan mereka terhadap pelaksanaan program pemberdayaan UMKM. Informasi yang dicari mencakup strategi komunikasi yang digunakan, bentuk penyampaian pesan, media komunikasi yang dimanfaatkan, pola hubungan antara BUMDes dan pelaku UMKM, serta persepsi informan terhadap efektivitas program pemberdayaan. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi yang meliputi profil dan struktur organisasi BUMDes, data pelaku UMKM, laporan kegiatan, arsip kelembagaan, buku, artikel ilmiah, jurnal, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan tema strategi komunikasi dan pemberdayaan masyarakat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur sehingga memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang mendalam sekaligus memberikan keleluasaan kepada informan dalam menjelaskan pengalaman dan pandangannya (Hamzah & Nugroho, 2025). Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung proses komunikasi yang terjadi dalam kegiatan pemberdayaan UMKM, termasuk interaksi antara pengurus BUMDes dan pelaku usaha. Dokumentasi dimanfaatkan untuk memperoleh data pendukung yang berkaitan dengan program pemberdayaan, aktivitas kelembagaan, serta bukti-bukti administratif yang relevan dengan penelitian (Putri et al., 2025). Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Candra & Winayanti, 2025). Tahapan reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif yang sistematis sehingga memudahkan proses interpretasi (Putra et al., 2025). Penarikan kesimpulan dilakukan secara berkelanjutan selama proses penelitian dengan mengidentifikasi pola, tema, serta hubungan antarkategori yang muncul dari data lapangan sehingga menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Strategi Komunikasi BUMDes dalam Memahami Kebutuhan Pelaku UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh BUMDes Desa Malanggeaten diawali dengan upaya memahami karakteristik, kebutuhan, dan permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM. Proses identifikasi dilakukan melalui pendataan, kunjungan lapangan, pengamatan langsung, serta komunikasi rutin dengan masyarakat (Nufrijal et al., 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa BUMDes tidak hanya berfungsi sebagai lembaga ekonomi desa, tetapi juga berperan sebagai fasilitator yang berusaha membangun pemahaman mendalam terhadap kondisi usaha masyarakat sebelum merancang program pemberdayaan. Informasi yang diperoleh dari pelaku UMKM digunakan sebagai dasar dalam menentukan bentuk pendampingan, pelatihan, dan dukungan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing pelaku usaha. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya pendekatan komunikasi berbasis kebutuhan (*needs-based communication*) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pemberdayaan. Pendekatan tersebut memungkinkan program yang dilaksanakan menjadi lebih relevan dengan kondisi nyata yang dihadapi pelaku usaha di tingkat desa (Sukarelawati et al., 2023).

Direktur BUMDes menjelaskan bahwa proses identifikasi kebutuhan dilakukan melalui pendataan langsung dan komunikasi yang berkelanjutan dengan masyarakat. Pernyataan tersebut tercermin dalam kutipan berikut:

"...kami mengenali karakteristik pelaku UMKM melalui pendataan langsung dan komunikasi rutin dengan masyarakat. Setiap pelaku usaha memiliki jenis usaha, tingkat pengalaman, dan kemampuan yang berbeda-beda..." (A1.W1)

Temuan serupa juga diperkuat oleh pengawas BUMDes yang menyatakan bahwa pengamatan lapangan menjadi sarana penting untuk mengetahui berbagai persoalan usaha yang dihadapi masyarakat.

"...kendala yang sering dihadapi antara lain keterbatasan pemasaran, persaingan usaha, serta kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan usaha..." (A2.W2)



Perspektif pelaku UMKM menunjukkan bahwa pendekatan tersebut dirasakan secara langsung melalui kunjungan pengurus BUMDes ke lokasi usaha. Pelaku usaha menilai bahwa perhatian yang diberikan oleh pengurus menciptakan hubungan komunikasi yang lebih dekat dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program pemberdayaan yang dijalankan. Hubungan yang terbentuk melalui komunikasi interpersonal tersebut menjadi modal sosial yang penting dalam mendukung keberhasilan program pengembangan UMKM di Desa Malangaten.

Penyampaian Informasi dan Pendekatan Komunikasi BUMDes

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyampaian informasi kepada pelaku UMKM dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat desa. BUMDes menggunakan kombinasi komunikasi tatap muka, sosialisasi, forum pertemuan, komunikasi personal, serta media digital untuk memastikan informasi dapat diterima oleh seluruh pelaku usaha. Strategi komunikasi yang diterapkan menekankan penggunaan bahasa yang sederhana, mudah dipahami, dan dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari (Laia et al., 2024). Penggunaan Bahasa Indonesia dan bahasa Jawa secara bergantian menjadi salah satu bentuk adaptasi komunikasi yang dilakukan agar pesan lebih mudah diterima oleh penerima informasi. Situasi tersebut menunjukkan adanya penerapan prinsip komunikasi partisipatif yang mempertimbangkan aspek budaya lokal dalam proses penyampaian pesan (Adzkia et al., 2025). Kondisi tersebut juga memperlihatkan bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam menyesuaikan bahasa dan pendekatan dengan karakteristik audiens.

Direktur BUMDes menjelaskan bahwa penyampaian informasi dilakukan dengan bahasa yang sederhana agar mudah dipahami oleh masyarakat.

"...dalam menyampaikan informasi, kami menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat..." (A1.W3)

Pendekatan komunikasi yang digunakan tidak bersifat instruktif, melainkan mengedepankan suasana kekeluargaan dan persuasi. Pengawas BUMDes menegaskan bahwa komunikasi yang dibangun memberikan ruang kepada pelaku UMKM untuk menyampaikan aspirasi dan berbagai kendala yang mereka hadapi.

"...BUMDes lebih mengedepankan pendekatan persuasif dan partisipatif. Pengurus tidak hanya memberikan arahan, tetapi juga mendengarkan masukan dari pelaku UMKM..." (A2.W4)

Pandangan tersebut diperkuat oleh pelaku UMKM yang menilai bahwa pengurus BUMDes menyampaikan informasi secara ramah dan tidak menggurui sehingga menciptakan suasana komunikasi yang nyaman. Interaksi yang berlangsung secara terbuka mendorong terjadinya pertukaran informasi dua arah yang lebih efektif. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi yang bersifat partisipatif mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam setiap kegiatan pemberdayaan yang dilaksanakan.

Pendampingan dan Pelatihan sebagai Strategi Pemberdayaan UMKM

Temuan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi BUMDes tidak berhenti pada penyebaran informasi, tetapi diwujudkan dalam bentuk pendampingan dan pelatihan yang berkelanjutan. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi langsung, kunjungan ke lokasi usaha, monitoring perkembangan usaha, serta pemberian arahan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pelaku UMKM. Fokus pendampingan meliputi peningkatan kualitas produk, pengelolaan usaha, pelayanan kepada pelanggan, dan strategi pemasaran (Kusumah, 2020). Pelaksanaan pendampingan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang diterapkan oleh BUMDes bersifat edukatif dan transformatif karena bertujuan meningkatkan kapasitas usaha masyarakat. Kehadiran pendampingan secara langsung memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk memperoleh solusi terhadap berbagai persoalan yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi berfungsi sebagai instrumen pemberdayaan yang mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri pelaku usaha.

Direktur BUMDes menyampaikan bahwa pendampingan dilakukan secara langsung melalui konsultasi dengan pelaku usaha.

"...kami memberikan arahan mengenai cara mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memperluas pemasaran produk..." (A1.W5)

Pelaku UMKM juga mengakui manfaat pendampingan dan pelatihan yang diberikan oleh BUMDes.

"...kami mendapatkan tambahan pengetahuan tentang cara mengembangkan usaha, pemasaran produk, dan pengelolaan usaha yang lebih baik..." (A3.W6)

Pelatihan yang dilaksanakan tidak hanya meningkatkan kapasitas individu pelaku usaha, tetapi juga menciptakan ruang interaksi antar pelaku UMKM untuk saling bertukar pengalaman. Situasi tersebut mendorong terbentuknya jejaring sosial dan kolaborasi yang dapat mendukung perkembangan usaha masyarakat secara berkelanjutan.

Pemanfaatan Media Komunikasi dan Hambatan dalam Pemberdayaan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BUMDes memanfaatkan berbagai media komunikasi untuk mendukung penyebaran informasi kepada pelaku UMKM. Media yang digunakan meliputi komunikasi tatap muka, forum diskusi, telepon, kegiatan desa, dan grup WhatsApp yang berfungsi sebagai sarana koordinasi serta penyebaran informasi secara cepat. Pemanfaatan media digital dinilai mampu mempercepat distribusi informasi kepada pelaku usaha (Safitri & Widiyowati, 2025), terutama terkait kegiatan pelatihan, program pemberdayaan, dan informasi usaha lainnya. Keberadaan grup WhatsApp menjadi media yang paling sering digunakan karena praktis, mudah diakses, dan memungkinkan komunikasi berlangsung secara berkelanjutan. Efektivitas penggunaan media digital semakin meningkat ketika dikombinasikan dengan komunikasi tatap muka yang memungkinkan klarifikasi informasi secara langsung. Kombinasi kedua bentuk komunikasi tersebut menghasilkan pola komunikasi yang lebih adaptif terhadap kebutuhan masyarakat desa.

Pelaku UMKM menjelaskan bahwa WhatsApp menjadi media utama dalam memperoleh informasi dari BUMDes.

"...media yang paling sering digunakan adalah WhatsApp karena lebih praktis dan cepat..."
(A3.W7)

Meskipun demikian, penelitian menemukan beberapa hambatan komunikasi yang masih dihadapi dalam pelaksanaan program pemberdayaan. Kesibukan pelaku usaha menyebabkan sebagian masyarakat tidak selalu dapat mengikuti kegiatan maupun membaca informasi yang disampaikan melalui media digital. Kondisi tersebut mengakibatkan adanya perbedaan tingkat partisipasi dalam berbagai program yang dilaksanakan (Susanto & Pandrianto, 2025). BUMDes merespons hambatan tersebut dengan mengombinasikan berbagai media komunikasi serta memperkuat komunikasi langsung melalui kegiatan desa dan kunjungan lapangan. Strategi tersebut menunjukkan adanya upaya adaptif dari BUMDes untuk memastikan informasi dapat diterima secara merata oleh seluruh pelaku UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan strategi komunikasi dalam pemberdayaan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga dalam menyesuaikan media komunikasi dengan karakteristik dan aktivitas masyarakat yang menjadi sasaran program.

Pembahasan

Strategi Komunikasi BUMDes dalam Memahami Kebutuhan Pelaku UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh BUMDes Desa Malanggen diawali dengan upaya memahami karakteristik, kebutuhan, dan permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM. Proses identifikasi dilakukan melalui pendataan, kunjungan lapangan, observasi langsung, serta komunikasi yang berlangsung secara rutin antara pengurus BUMDes dan masyarakat. Temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang diterapkan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen pengumpulan informasi yang digunakan untuk memahami kondisi sosial dan ekonomi masyarakat. Proses komunikasi dua arah tersebut memungkinkan BUMDes memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai kebutuhan pelaku usaha sehingga program yang disusun menjadi lebih tepat sasaran. Kehadiran pengurus BUMDes di lokasi usaha turut memperkuat hubungan interpersonal yang mendorong tumbuhnya rasa percaya antara lembaga dan masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga dalam memahami kebutuhan riil masyarakat sebelum melaksanakan intervensi program.

Perspektif teori komunikasi pembangunan menjelaskan bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat sangat ditentukan oleh kemampuan lembaga dalam membangun komunikasi partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai subjek pembangunan. Pendekatan tersebut menekankan pentingnya proses mendengar, memahami, dan melibatkan masyarakat dalam setiap tahapan program. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurapriani et al., 2025) yang menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat akan lebih efektif apabila diawali dengan identifikasi kebutuhan masyarakat secara partisipatif. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan (Gunawan et al., 2026) yang menjelaskan bahwa proses pemberdayaan harus didasarkan pada kebutuhan nyata



masyarakat agar program yang dijalankan mampu menghasilkan perubahan yang berkelanjutan. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pemahaman terhadap kebutuhan masyarakat merupakan fondasi utama dalam membangun strategi komunikasi pemberdayaan yang efektif. Keberadaan komunikasi interpersonal antara pengurus BUMDes dan pelaku UMKM menjadi faktor penting dalam menciptakan kedekatan sosial yang mendukung keberhasilan program pemberdayaan ekonomi desa.

Penyampaian Informasi dan Pendekatan Komunikasi BUMDes

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BUMDes menggunakan berbagai pendekatan komunikasi dalam menyampaikan informasi kepada pelaku UMKM. Penyampaian pesan dilakukan melalui pertemuan langsung, sosialisasi, komunikasi personal, serta media digital yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat desa. Penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami menjadi strategi utama agar informasi dapat diterima secara efektif oleh seluruh pelaku UMKM. Penggunaan Bahasa Indonesia yang dipadukan dengan bahasa Jawa menunjukkan adanya penyesuaian komunikasi terhadap budaya lokal masyarakat setempat. Pendekatan komunikasi yang bersifat kekeluargaan, persuasif, dan partisipatif menciptakan suasana komunikasi yang lebih terbuka sehingga masyarakat merasa nyaman dalam menyampaikan pendapat maupun permasalahan yang dihadapi. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui teori komunikasi partisipatif yang menempatkan dialog sebagai elemen utama dalam proses penyampaian informasi. Komunikasi partisipatif menekankan pentingnya keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pertukaran informasi sehingga komunikasi berlangsung secara dua arah. Pendekatan yang diterapkan BUMDes menunjukkan karakteristik komunikasi partisipatif karena pengurus tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mendengarkan aspirasi dan kebutuhan pelaku UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Putra et al., 2025) yang menemukan bahwa komunikasi berbasis budaya lokal mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dalam program pemberdayaan masyarakat. Temuan ini juga mendukung penelitian (Hamzah & Nugroho, 2025) yang menyatakan bahwa penggunaan bahasa lokal dan pendekatan interpersonal dapat meningkatkan tingkat penerimaan masyarakat terhadap program pembangunan. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa adaptasi bahasa dan budaya lokal merupakan strategi komunikasi yang efektif dalam mendukung pemberdayaan masyarakat di tingkat desa.

Pendampingan dan Pelatihan sebagai Strategi Pemberdayaan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendampingan dan pelatihan merupakan bagian penting dari strategi komunikasi BUMDes dalam memberdayakan pelaku UMKM. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi langsung, kunjungan usaha, monitoring perkembangan usaha, serta pemberian arahan yang berkaitan dengan pengelolaan usaha dan pemasaran produk. Pelaksanaan pendampingan menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan BUMDes tidak berhenti pada tahap penyampaian informasi, melainkan berlanjut pada proses pembelajaran yang bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku usaha. Pelatihan yang diberikan mencakup pengembangan usaha, pemasaran produk, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan sumber daya manusia. Proses tersebut memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk memperoleh pengetahuan baru yang dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Kehadiran pendampingan secara berkelanjutan juga memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan yang lebih efektif karena pelaku usaha dapat langsung mendiskusikan berbagai permasalahan yang mereka hadapi.

Pandangan teori pemberdayaan menjelaskan bahwa peningkatan kapasitas masyarakat merupakan salah satu tujuan utama dari proses pemberdayaan. Kapasitas tersebut mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, sikap, serta kemampuan masyarakat dalam mengambil keputusan secara mandiri. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mei et al., 2023) yang menjelaskan bahwa pendampingan merupakan faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan program pemberdayaan ekonomi masyarakat. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan (Astuti et al., 2025) yang menyatakan bahwa pelatihan yang disertai pendampingan berkelanjutan mampu meningkatkan kemampuan usaha masyarakat secara lebih optimal dibandingkan pelatihan yang bersifat sesaat. Kesamaan temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang diwujudkan melalui pendampingan dan pelatihan memiliki peran strategis dalam meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM. Keberhasilan pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh tersedianya informasi, tetapi juga oleh adanya proses pembelajaran yang berkelanjutan.

Pemanfaatan Media Komunikasi dan Hambatan dalam Pemberdayaan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BUMDes memanfaatkan kombinasi media komunikasi konvensional dan digital dalam mendukung proses pemberdayaan UMKM. Media yang digunakan meliputi komunikasi tatap muka, forum diskusi, kegiatan desa, telepon, serta grup WhatsApp yang berfungsi sebagai sarana koordinasi dan penyebaran informasi. Pemanfaatan WhatsApp dinilai efektif karena memungkinkan informasi disampaikan secara cepat kepada pelaku UMKM tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Penggunaan media digital juga mempermudah koordinasi antara pengurus BUMDes dan pelaku usaha dalam berbagai kegiatan pemberdayaan. Efektivitas media digital semakin meningkat ketika dikombinasikan dengan komunikasi tatap muka yang memungkinkan terjadinya klarifikasi dan penguatan pesan secara langsung. Strategi komunikasi multimodal tersebut menunjukkan kemampuan BUMDes dalam menyesuaikan metode komunikasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Penelitian menemukan beberapa hambatan yang masih memengaruhi efektivitas komunikasi. Kesibukan pelaku usaha menyebabkan sebagian masyarakat tidak selalu dapat mengikuti kegiatan atau membaca informasi yang disampaikan melalui media digital. Perbedaan tingkat partisipasi masyarakat juga menjadi tantangan dalam memastikan bahwa seluruh pelaku UMKM memperoleh informasi secara merata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi komunikasi belum sepenuhnya mampu menggantikan peran komunikasi langsung dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Safitri & Widiyowati, 2025) yang menemukan bahwa media digital mampu mempercepat penyebaran informasi, tetapi masih memerlukan dukungan komunikasi interpersonal agar pesan dapat dipahami secara optimal. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan (Rakhmadani, 2021) yang menyatakan bahwa kombinasi komunikasi digital dan tatap muka merupakan strategi yang paling efektif dalam program pemberdayaan masyarakat berbasis komunitas. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh kemampuan lembaga dalam menyesuaikan media komunikasi dengan karakteristik dan aktivitas masyarakat sasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi BUMDes Desa Malanggaten dalam memberdayakan pelaku UMKM dilaksanakan melalui empat aspek utama, yaitu pemahaman kebutuhan masyarakat, penyampaian informasi yang partisipatif, pendampingan dan pelatihan berkelanjutan, serta pemanfaatan media komunikasi yang terintegrasi. Keempat aspek tersebut saling berkaitan dan membentuk suatu sistem komunikasi pemberdayaan yang mendukung peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa komunikasi yang bersifat partisipatif, adaptif, dan berbasis kebutuhan masyarakat mampu meningkatkan keterlibatan pelaku usaha dalam program pemberdayaan. Hasil penelitian ini memperkuat berbagai penelitian terdahulu yang menempatkan komunikasi sebagai faktor kunci dalam keberhasilan pemberdayaan masyarakat. Peran BUMDes tidak hanya berfungsi sebagai pengelola usaha desa, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang menjembatani kebutuhan masyarakat dengan berbagai sumber daya pembangunan yang tersedia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang tepat dapat menjadi instrumen penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM dan pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi BUMDes Desa Malanggaten dalam memberdayakan pelaku UMKM dilaksanakan melalui empat aspek utama, yaitu pemahaman kebutuhan pelaku usaha, penyampaian informasi yang partisipatif, pelaksanaan pendampingan dan pelatihan, serta pemanfaatan media komunikasi yang terintegrasi. Pemahaman terhadap karakteristik, kebutuhan, dan permasalahan UMKM dilakukan melalui pendataan, observasi, dan komunikasi langsung sehingga program pemberdayaan dapat disesuaikan dengan kondisi masyarakat. Penyampaian informasi menggunakan pendekatan persuasif, kekeluargaan, dan partisipatif dengan memanfaatkan Bahasa Indonesia maupun bahasa Jawa agar pesan lebih mudah dipahami dan diterima oleh pelaku usaha. Pendampingan dan pelatihan yang diberikan berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Pemanfaatan komunikasi tatap muka dan media digital, terutama WhatsApp, terbukti mendukung efektivitas penyebaran informasi dan koordinasi kegiatan pemberdayaan. Hambatan komunikasi masih ditemukan dalam bentuk rendahnya partisipasi sebagian pelaku UMKM akibat kesibukan usaha dan keterbatasan akses terhadap informasi pada waktu tertentu. Temuan penelitian menegaskan bahwa strategi komunikasi yang partisipatif, adaptif, dan berbasis kebutuhan masyarakat memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas UMKM serta mendukung pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan.



Saran

BUMDes Desa Malangaten perlu meningkatkan intensitas komunikasi dan pendampingan kepada pelaku UMKM secara berkelanjutan agar hubungan yang telah terbangun dapat semakin kuat dan produktif. Pengembangan media komunikasi digital perlu dioptimalkan melalui penyampaian informasi yang lebih terjadwal, interaktif, dan mudah diakses oleh seluruh pelaku usaha. Program pelatihan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan aktual UMKM, terutama pada aspek pemasaran digital, inovasi produk, pengelolaan keuangan, dan pemanfaatan teknologi usaha. Keterlibatan pelaku UMKM dalam proses perencanaan program perlu ditingkatkan untuk mendorong partisipasi yang lebih aktif dan menciptakan program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji strategi komunikasi BUMDes pada wilayah yang lebih luas dengan melibatkan lebih banyak informan sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas komunikasi pemberdayaan UMKM dalam mendukung pembangunan ekonomi desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., Paska, Y. A., Islami, F. S., Nur, S. A., Arum, S. V., & Azizi, M. W. (2026). Pelatihan manajemen sdm sebagai strategi peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan umkm ngargogondo. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT TJUT NYAK DHIEEN*, 5(1), 58–69.
- Adzkia, M. F., Adriyanti, E., Nurhayati, A., Lestari Mutiara, S., Sitompul, A., & Kurniawati, H. (2025). PERAN KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA PENJUALAN. *Edusola: Journal Education, Sociology and Law*, 1(1), 518–528.
- Astuti, Y. D., Delima, F. P., & Chrisdina. (2025). Komunikasi Partisipatif dalam Pemberdayaan Masyarakat Oleh PT. Saka Energi Muriah Limited Melalui Program Urban Farming di Kelurahan Tambakredjo. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)*, 5(1), 41–56.
- Candra, N. A., & Winayanti, R. D. (2025). Analisis Penggunaan Konten Visual Di Media Sosial Untuk Membangun Brand Awareness : Tinjauan Literatur Sistematis. *Professional : Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, 12(2), 881–886.
- Elsan, H. Z., Suseno, N. S., Utami, R., & Suyatman, D. (2025). Perempuan dalam Komunikasi Pembangunan Usaha Mikro , Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Garut , Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISP)*, 14(1), 184–201.
- Gunawan, A. F., Rahmawati, A., & Hamdani, C. (2026). Pengaruh Communication Skills dan Negotiation Ability terhadap Kinerja Usaha UMKM Industri Kreatif di Indonesia. *Economics, Business, Management, & Accounting Journal (Ebisma)*, 6(1), 24–35.
- Hamzah, R. H., & Nugroho, A. (2025). Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Wisata Edukatif di. *Professional : Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, 12(2), 979–986.
- Hapsari, A., & Kinseng, R. A. (2018). HUBUNGAN PARTISIPASI DALAM PROGRAM PEMBERDAYAAN UMKM DENGAN TINGKAT KESEJAHTERAAN PESERTA. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 2(1), 1–12.
- Indah, C. L., Alfarizy, R., & Wahjono, S. I. (2025). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal di UMKM surababaya. *JURNAL EKONOMI , MANAJEMEN , BISNIS DAN SOSIAL*, 5(2), 130–136.
- Kusumah, A. (2020). Komunikasi Personal Terhadap Nilai Transaksi dan Kepuasan Konsumen. *Inovator*, 9(1), 1–7.
- Laia, V., Simamora, P. R. T., & Tinambunan, S. (2024). PERANAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN TOKO ROTI SUANS BAKERY Oleh: *JURNAL SOCIAL OPINION*, 8(2), 127–134.
- Mei, A. S., Riawan, & Kristiyana, N. (2023). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman , Harga , dan Produk Kompetitor terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopiko di Costumer Base Retail. *ASSET: JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 6(2), 120–129.
- Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *EBISNIS (Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis)*, 18(1), 289–299.
- Muntholip, A., & Setiawan, N. (2025). Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia : Studi Systematic Literature Review. *JUMANSI : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 7(1), 26–38.
- Nufrijal, A. F., Mufti, M., & Fuadi, N. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI INTRAPERSONAL DALAM MEMBANGUN DAN MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS ROTI BAKAR BANG GONDONG). *Gunung Djati Conference Series*, 56, 1528–1539.

- Nurapriani, S., Azzahra, F., Mustika, N., Pernanda, V., P5, A. A. S., & Maldin, iska A. (2025). INTERPERSONAL COMMUNICATION STRATEGIES IN HANDLING CUSTOMERS WITH DIFFERENT BACKGROUNDS IN THE CULINARY BUSINESS. *Jurnal Manner*, 4(2), 64–68.
- Pakapahan, F. (2026). Keterampilan Negosiasi dalam Perkembangan UMKM di Era Globalisasi. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(3), 2631–2640.
- Prabantoro, G., Mais, R. G., Lovita, E., Apandi, A., & Aprileny, I. (2026). Digitalisasi UMKM Untuk Mendongkrak Produk Lokal dan Ekonomi Daerah Kepulauan Sangihe Sulawesi Utara. *Journal of Entrepreneurship and Community Innovations ISSN:*, 4(2), 40–46.
- Pratama, A., Putri, S., & Prathama, A. (2025). Peran Pembinaan Terhadap Badan Usaha Milik Daerah Oleh Bagian Perekonomian Sekretariat Tuban. *Professional : Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, 12(1), 17–28.
- Putra, D., Hidayat, R. I., & Heriniazwi, M. (2025). Komunikasi Organisasi Pada Karang Taruna Dalam Meningkatkan Motivasi Pemuda Kreatif Di Desa Selingsingan. *Professional : Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, 12(1), 265–270.
- Putri, N., Saraswati, A., & Subanda, I. N. (2025). Media Sosial Sebagai Arena Politik Baru : Strategi Digital Politisi Muda Dalam Membangun Partisipasi Gen Z. *Professional : Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, 12(2), 627–634.
- Rahmawati, D., Atthahara, H., & Gumilar, G. G. (2024). PARTISIPASI MASYARAKAT DESA KUTAGANDOK DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI UMKM SUSU KEDELAI. *Communnity Development Journal*, 5(1), 1361–1365.
- Rakhmadani, R. (2021). Komunikasi Pembangunan Partisipatif dalam Pengembangan Desa Wisata Sajen Edu Adventure melalui Pemberdayaan Masyarakat Participatory Development Communication in the Development of Sajen Edu Adventure Tourism Village through Community Empowerment. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 25(1), 33–44. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i1.159>
- Rasenda, Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). DIGITALISASI UMKM : STRATEGI DAN MODEL BISNIS BERBASIS TEKNOLOGI UNTUK KEBERLANJUTAN. *Jubisdigi*, 1(1), 52–59.
- Rismawati, A. E., Rahmawati, L. E., & Suparmin. (2025). Implementation of Curriculum Innovation Based on Cooperative Learning Model to Improve Indonesian Language Skills of Class VIII Students of SMP Negeri 4 Karanganyar Ngawi. *Proceeding International Conference on Economy, Education, Technology, and Environment*, 3(1), 395–402. <https://doi.org/10.36728/iceete.v3i1.268>
- Rismawati, A. E., Sheviana Kevin Mutiara Sari, Salis Nazla Asyifa, & Gallant Assidik, K. (2024). Peningkatkan Pembelajaran Menulis Teks Deskripsi Melalui Kesenian Tari Pada Siswa kelas XII di SMKN 8 Surakarta. *Buletin Pengembangan Perangkat Pembelajaran*, 6(1), 54–63. <https://doi.org/10.23917/bppp.v6i1.7127>
- Rismawati, A. E., Sunanda, A., & Huda, M. (2020). Nilai Sosial dalam Novel Teruslah Bodoh Jangan Pintar Karya Tere Liye dan Integrasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Tingkat SMA. *KORMA (Kolokium Riset Mahasiswa)*, 1–17.
- Rismawati, A. E., Sunanda, A., & Schoools, H. (2025). Pemanfaatan Novel Karya Tere Liye sebagai Sumber Belajar Bahasa Indonesia Berbasis Nilai Sosial di SMA. *Hortatori (Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 9(1), 91–101.
- Rismawati, A. E., Suyitna, D. N., & Rahmawati, L. E. (2025). STRATEGI KONTEKSTUAL DALAM PENGAJARAN BIPA UNTUK MENINGKATKAN KEMAHIRAN BERBAHASA PESERTA DIDIK ASING. *Prosiding Seminar Nasional BIPA UMSU 2025*, 1, 145–152.
- Safitri, H. D., & Widiyowati, E. (2025). KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DALAM PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA PELEM KECAMATAN SIMO KABUPATEN BOYOLALI. *Solidaritas*, 9(1), 1–8.
- Sukarelawati, Rizkiya, D., & Hasbiyah, D. (2023). KOMPETENSI KOMUNIKASI INTERPERSONAL MARKETING OFFICER DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH UMKM. *Jurnal Komunikatio*, 9(1), 31–39.
- Sulistiani, I. (2020). KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PARTISIPATIF PADA PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI PAPUA. *JOSETA*, 2(2), 80–90. <https://doi.org/10.25077/joseta.v2i2.230>
- Susanto, Y. S., & Pandrianto, N. (2025). Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Komunikasi Interpersonal : Studi Etnografi pada UMKM Bakmi Warisan 70. *Kiwari*, 4(4), 695–702.
- Wardani, M. S., Basyar, B., & Wahyuni, S. (2023). Pengaruh Komunikasi dan Partisipasi Masyarakat terhadap Program Bersinergi Mambangun Nagari di Kota Padang - Sumatera Barat. *Warta*, 6(01), 87–93.
- Wijayanti, M. L., Wati, L., & Hardiyanti, R. (2025). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelayanan Umkm (Survei Kecamatan Jatiuwung Kota Tangerang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(6), 295–305.