
Peran Komunikasi Organisasi Dalam Pemberdayaan UMKM Di Kelurahan Lengkong Karya

¹⁾ Fikri Azis, ²⁾Gina Fauziah, ³⁾Atika Suri

^{1,2,3} Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang

dosen02914@unpam.ac.id, dosen01585@unpam.ac.id, dosen02852@unpam.ac.id

Abstrak

Komunikasi merupakan hal yang tidak pernah luput dari kehidupan manusia, sebagai upaya melakukan interaksi antar individu maupun antar kelompok dengan tujuan tertentu. Begitu pula dalam suatu organisasi yang penting memiliki visi misi yang jelas, komunikasi menjadi landasan dalam upaya membangun penyampaian pesan yang baik dan efektif demi mencapai tujuan organisasi. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kali ini menitikberatkan pada komunikasi organisasi yang melibatkan para penggiat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan masyarakat umum di wilayah ini. Sektor UMKM saat ini berkembang pesat terbukti dengan semakin banyaknya masyarakat yang mencoba untuk melakukan kegiatan usaha baik untuk mereka yang sudah memiliki pekerjaan tetap maupun tidak. Di wilayah tertentu UMKM bahkan memiliki andil dalam pengembangan sektor ekonomi. Ada banyak faktor yang dapat menghambat proses berkembangnya UMKM diantaranya adalah komunikasi organisasi yang kurang efektif baik komunikasi internal antar anggota ataupun eksternal terkait pihak luar dalam proses mengembangkan UMKM yang mereka kelola. Perlu adanya kemampuan melakukan komunikasi organisasi internal & eksternal secara efektif dalam meningkatkan kolaborasi di dalam UMKM, untuk memperluas pasar dan meningkatkan akses terhadap sumber daya dan membuka peluang. PKM kali ini, ingin memberikan edukasi berupa penyuluhan terkait komunikasi organisasi pada UMKM yang ada di wilayah Lengkong Karya, Tangerang Selatan dalam upaya membantu para penggiat mengembangkan usahanya. Kegiatan yang dilakukan meliputi penyuluhan melalui studi kasus, permainan hingga tanya jawab agar masyarakat lebih mudah memahami dan bisa mempraktekan secara langsung proses komunikasi organisasi yang baik dan efektif. Dan pada akhirnya melalui PKM penggiat UMKM mampu menjalankan usaha mereka dengan baik, memperluas peluang dan pastinya mendatangkan keuntungan sebanyak-banyaknya bagi pelaku dan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya.

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil Menengah, Komunikasi Organisasi

Abstract

Communication is a constant factor in daily life as an interaction point between individuals and groups with certain goals. Likewise, in an organization it is important to have a clear vision and mission with effective message communication skill to achieve goals. The Community Service (PKM) program focuses on organizational communication towards MSME activists and the general public. Currently MSMEs are developing rapidly with more people trying to carry out business activities, whether they already have permanent jobs or not. In certain areas, MSMEs also have a role in developing the economic sector. There are many factors that can hinder the process of developing MSMEs, including ineffective communication between internal and external parties. The role of internal and external organizational communication can effectively increase collaboration within MSMEs, expand markets, and increase access to resources and opportunities. In the PKM program, the team wants to provide education regarding organizational

communication to MSMEs in Lengkong Karya, South Tangerang in an effort to help them develop their businesses. The activities carried out by the PKM team include coaching, case studies, games, and questions and answers so that the business owners can understand and practice directly how to process effective organizational communication. With this program, it is hoped that people who have a business can know how to run it properly, expand the business, and generate profit for the owners and stakeholders

Keywords: MSMEs, Organizational Communication

PENDAHULUAN

Semua individu pasti membutuhkan dan melakukan komunikasi, baik komunikasi yang sifatnya intrapersonal (komunikasi dengan dirinya sendiri) maupun komunikasi interpersonal (komunikasi dengan orang lain). Interaksi yang dilakukan manusia di dalam lingkungan sosial dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik yang sifatnya kebutuhan relasi sosial, budaya, ekonomi, politik ataupun yang lain. Seiring dengan perkembangan aktifitas manusia, ilmu komunikasi juga terus berkembang pada banyak bidang, diantaranya manajemen komunikasi, komunikasi politik, komunikasi pendidikan, komunikasi sosial, komunikasi bisnis, komunikasi pemasaran, komunikasi pembangunan termasuk juga komunikasi organisasi. Dalam lingkup organisasi, komunikasi memiliki peran yang sangat besar dalam memberikan informasi yang akurat, tepat waktu guna mengembangkan organisasi tersebut.

Komunikasi organisasi sebagai sebuah disiplin ilmu, telah berusia lebih dari setengah abad. Berawal dari artikel W. Charles Redding yang dipublikan di jurnal *The Speaker* pada tahun 1937 dengan judul "Speech and Human Relations", sejak itu komunikasi organisasi mulai dikaji secara akademis. Komunikasi organisasi penting bagi kemajuan dan perkembangan organisasi, melalui cara berkomunikasi yang baik dan efektif, agar organisasi terhindar dari konflik dan salah paham antar anggota/personal dan bagian atau divisi terhadap visi, misi dan strategi serta program aksi organisasi dalam mencapai tujuan bersama (Siregar, dkk., 2021:59). Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan informasi/pesan dalam organisasi yang kompleks. Komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi dari atasan kepada bawahan (downward), komunikasi dari bawahan kepada atasan (upward), komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

Komunikasi organisasi berpegang pada prinsip komunikasi yang efektif secara umum yakni pemahaman bersama antara orang yang menyampaikan pesan dan orang yang menerima pesan.

Komunikasi dalam organisasi juga menjadi wahana penyampaian informasi yang diperlukan oleh berbagai pihak untuk memperlancar jalannya proses pengambilan keputusan. Fungsi terakhir komunikasi dalam organisasi adalah sebagai pengendali perilaku anggota organisasi, karena dalam suatu organisasi para anggotanya diharapkan taat kepada petunjuk, peraturan dan norma-norma yang berlaku bagi anggota organisasi yang bersangkutan (Hasyim, 2016). Komunikasi organisasi ini akan menjadi fokus Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada organisasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Selanjutnya, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil yang tercantum dalam undang-undang ini pula. Sedangkan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana juga diatur dalam Undang-undang. Berdasarkan definisi tersebut maka pada intinya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Sebuah negara pasti tidak akan lepas dari keberadaan UMKM, yang saat ini terus berkembang pesat. UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, penyerapan tenaga kerja, dan dianggap mampu mengatasi kemiskinan. Hal ini tercantum pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 3, “Usaha

Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki tujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan” (Windusancono, 2021). Keberadaan UMKM sangat penting dalam membantu perekonomian sebuah bangsa. Selain itu, peran UMKM besar untuk mengembangkan kreatifitas menjadi sebuah usaha dengan mempertahankan dan mempertahankan unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat. UMKM juga berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan mengurangi angka pengangguran. Pengembangan UMKM menjadi sangat signifikan dalam menggerakkan perekonomian nasional, hal tersebut dapat dilihat karena UMKM mencakup hampir semua lapangan pekerjaan.

UMKM menjadi salah satu acuan dalam kemajuan perekonomian daerah. Kemajuan UMKM tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya bagaimana organisasi tersebut membentuk dan membangun jaringan di dalamnya. Dalam pengembangannya, UMKM tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, melainkan juga menjadi tugas pihak internal sehingga bisa bekerja sama dengan pemerintah. Sayangnya banyak kendala yang dihadapi bagi penggerak UMKM, salah satunya adalah kendala biaya, akses untuk meluaskan jaringan atau bahkan konflik internal. Dari sini kita perlu mengetahui apa saja yang telah dilakukan oleh organisasi setempat baik internal maupun eksternal dalam menanggulangi ataupun meminimalisir kendala yang ada.

Berdasarkan data dari “Dinas Koperasi dan UMKM tahun 2022 didapat bahwa jumlah UMKM di wilayah Serpong Utara berjumlah 14.594” (Satu Data Tangsel, 2022) Jumlah ini akan terus berubah, bisa terjadi penurunan atau bahkan peningkatan. Salah satunya adalah UMKM yang berada di daerah Lengkong Karya kecamatan Serpong Utara yang hingga kini belum sepenuhnya berkembang karena berbagai kendala dalam proses melakukan usaha. Jenis UMKM yang tersebar di wilayah ini bervariasi, mulai dari otomotif, akomodasi, ekspedisi, elektronik, farmasi, furniture, konter hp, kreatif, kuliner, Pendidikan, perawatan/Kesehatan, perikanan, pertanian, sayuran/buah, transportasi, fashion, konveksi, toko sembako, aksesoris/craft dan jasa lainnya. Dilihat dari beragamnya jenis UMKM yang sudah mulai berjalan, ada potensi untuk bisa UMKM di wilayah ini lebih berkembang tergantung bagaimana proses pembenahan dapat dilakukan. Upaya yang dilakukan bisa dimulai dari melihat situasi dan kondisi UMKM yang ada, menganalisa apa saja hambatan yang membuat proses perkembangan UMKM menjadi stagnan atau terhambat bahkan gulung tikar. Dari

sumber masalah tersebut, perlu disosialisasikan penyelesaian yang sekiranya dapat dilaksanakan dengan seluruh anggota atau bagian UMKM baik bagi anggota maupun aparat pemerintah setempat dalam mendukung program penyelesaian masalah atau hambatan.

Dari beberapa UMKM yang dipantau, banyak faktor yang menjadi penyebab kurangnya berkembang potensi yang ada. Seperti, kurangnya atau minimnya akses informasi baik itu komunikasi secara internal maupun eksternal. Komunikasi antar organisasi sangatlah penting untuk mendapatkan informasi yang akurat, tepat waktu sehingga UMKM dapat berjalan dan berkembang sesuai perubahan pasar yang ada. Komunikasi organisasi juga sangat diperlukan dalam interaksi eksternal pelaku usaha dengan aparat pemerintah maupun dengan target konsumen. Jika informasi yang diterima kurang akurat dan terlambat, maka bisa terjadi miskonsepsi atau miskomunikasi yang bisa berakibat munculnya konflik baik internal maupun konflik eksternal.

Berangkat dari analisis situasi tersebut di atas, maka perlu dilakukan pengabdian oleh tim dari Universitas Pamulang terkait pentingnya peran komunikasi organisasi dalam pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Kelurahan Lengkong Karya. Melalui kegiatan ini ini akan terjadi transfer pengetahuan terkait cara berkomunikasi yang efektif baik internal dan eksternal dalam suatu organisasi, khususnya UMKM di Kelurahan Lengkong Karya, Serpong Utara, Tangerang Selatan. Melalui pengabdian ini maka diharapkan pelaku UMKM di Kelurahan Lengkong Karya, Serpong Utara, Tangerang Selatan memiliki pengetahuan terkait komunikasi organisasi yang efektif guna perkembangan UMKM yang mereka kelola dan juga untuk menunjang perekonomian masyarakat di kelurahan Lengkong Karya, Serpong Utara, Tangerang Selatan.

METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan PKM menggunakan bentuk penyuluhan. Peserta yang hadir adalah Masyarakat yang memiliki usaha mikro kecil menengah (UMKM) dengan target sebanyak 30 peserta warga kelurahan Lengkong Karya. Pelaksanaan bertempat di Kelurahan Lengkong Karya, yang berlokasi di Jalan Lengkong Wetan No 72, Kelurahan Lengkong Karya, Serpong, Tangerang Selatan, Banten 15310. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama 1 (satu) hari yaitu pada hari Jumat 31 Mei 2024.

Sebelum kegiatan dilakukan, tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) Universitas Pamulang, diawali dengan melakukan peninjauan terlebih dahulu kepada mitra dan kunjungan ke

lokasi acara, untuk menggali permasalahan dan kebutuhan pelaku UMKM di wilayah ini, khususnya berkaitan dengan pemahaman tentang komunikasi organisasi bagi para pelaku UMKM yang menjadi kunci utama mereka berinteraksi untuk memajukan usaha mereka dengan stakeholders lainnya. Setelah peninjauan dan koordinasi maka disepakati dan dilakukan penandatanganan kerjasama antara Universitas Pamulang dan Lurah Lengkong Karya, yang diwakilkan oleh masing-masing pihak, termasuk melakukan persiapan untuk kegiatan inti PKM.

Pada hari yang telah disepakati, kegiatan dimulai pukul 09.00 dan diakhiri pukul 11.30 WIB. Pelaksanaan kegiatan inti PKM, dalam bentuk pelatihan dengan melakukan pemaparan materi Komunikasi Organisasi, dilanjutkan diskusi tanya jawab yang diselingi dengan permainan agar peserta bisa lebih mudah memahami pentingnya Komunikasi Organisasi bagi kelangsungan usaha yang mereka geluti. Setelah acara selesai, dilakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan dengan pihak mitra, serta melihat peluang kelanjutan kegiatan di masa mendatang.

Berikut bagan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian:



Gambar 1. Alur Tahapan Kegiatan PKM

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bekerja sama dengan Kelurahan Lengkong Karya yang beralamat di Jl Lengkong Wetan No 72, Kelurahan Lengkong Karya, Serpong, Tangerang Selatan, Banten 15310. Saat ini menjabat sebagai Lurah adalah Nur Asni Rahman S.Sos. Ibu Lurah membawahi 3 seksi yakni: Seksi Pemerintahan Ketentraman dan Ketertiban Umum, Seksi Ekonomi Dan Pembangunan serta Seksi Kesejahteraan Sosial.



Gambar 2. Kelurahan Lengkong Karya

Tugas Pokok dan Fungsi seksi Ekonomi dan Pembangunan menyentuh pemberdayaan UMKM di wilayah ini seperti: menyelenggarakan koordinasi pembinaan, pengendalian dan pengembangan kesejahteraan rakyat, menyelenggarakan koordinasi pengembangan dan pembinaan pemberdayaan perempuan dan pemuda, termasuk menyelenggarakan koordinasi pembinaan organisasi sosial dan kemasyarakatan. Tugas membina UMKM ini juga beririsan dengan Seksi Kesejahteraan Sosial dengan tugas diantaranya: menyiapkan bahan pelaksanaan kegiatan dibidang kesejahteraan rakyat, menyusun rencana operasional dibidang kesejahteraan rakyat, menyusun rencana kinerja dan penetapan kinerja di bidang kesejahteraan rakyat, menyelenggarakan koordinasi pembinaan pendidikan dan kebudayaan lingkup tugasnya, menyelenggarakan koordinasi pembinaan dan pengembangan kesejahteraan rakyat lingkup tugasnya, menyelenggarakan koordinasi pembinaan dan pengembangan pemberdayaan perempuan, pemuda, dan olahraga lingkup tugasnya, serta menyelenggarakan koordinasi pembinaan organisasi sosial sosial dan kemasyarakatan lingkup tugasnya. Meski sudah adanya unsur pembinaan UMKM, kerjasama dengan Universitas Pamulang diharapkan memberikan nilai tambah dalam penyuluhan khususnya mengenai Komunikasi Organisasi yang penting dipahami oleh masyarakat, khususnya masyarakat pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah Kelurahan Lengkong Karya.

Pada pelaksanaan program PKM diperlukan metode yang tepat guna dan tepat sasaran agar dapat berhasil mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Jika terdapat kesalahan dalam pemilihan metode yang dilaksanakan maka akan terjadi ketidakakuratan data, kinerja dan juga hasil yang telah disusun dan dilaksanakan di tempat program PKM. Sehingga anggota PKM perlu secara teliti dan

cermat menentukan metode yang akan dilaksanakan guna mendapat hasil yang diharapkan.

Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah metode pelatihan komprehensif yaitu melatih secara keseluruhan peserta yang terlibat dalam program PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat). Program yang sudah disepakati dengan mitra yaitu Masyarakat Kelurahan Lengkong Karya, Serpong, Tangerang Selatan. Kelurahan Lengkong Karya, Serpong Utara, Tangerang Selatan, dilakukan dengan metode penyampaian informasi langsung berupa penyuluhan dari tim pengabdian dilengkapi dengan alat bantu visual *power point*. Selain itu juga digelar diskusi bersama masyarakat dengan anggota pengabdian masyarakat dan juga sesi tanya jawab terkait dengan pemilihan program yang telah disusun dan sesuai dengan tujuan program PKM. Sehingga pembahasan yang uraikan tidak keluar dari topik yang telah ditentukan dan masyarakat bisa memahami dan mendalami isi dari materi yang disampaikan, dengan harapan dapat diterapkan setelah program pengabdian masyarakat telah selesai dilakukan.

Penyuluhan/Sosialisasi dilakukan dengan edukasi terkait pentingnya peran organisasi dalam pemberdayaan UMKM di Lingkungan Kelurahan Lengkong Karya. Sesi diskusi dan tanya jawab antara tim pengabdian dan peserta terkait dengan materi yang telah diberikan. Untuk itu di perlukan rancangan yang meliputi pelaksanaan kegiatan dan evaluasi program. Pembelajaran tersebut dilaksanakan melalui pemberian materi, *sharing* dan sejenisnya.



Gambar 3. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mempunyai sasaran memberikan pemahaman tentang: Penyuluhan, sosialisasi, dan edukasi dengan materi Peran Komunikasi Organisasi Dalam Pemberdayaan UMKM di Kelurahan Lengkong Karya. Selanjutnya penyampaian studi kasus terkait pelaksanaan dan manfaat penerapan komunikasi organisasi yang efektif dalam mengembangkan UMKM. Dan terakhir, Tim pengabdian memberikan contoh secara langsung bagaimana pelaksanaan dan penerapan komunikasi organisasi yang baik untuk pengembangan UMKM. Hasil yang ingin dicapai dengan penyuluhan, sosialisasi, dan edukasi ini antara lain: pertama, Mengembangkan kemampuan komunikasi organisasi di masyarakat baik yang memiliki UMKM ataupun yang belum terjun dalam bisnis UMKM agar bisa melakukan pengembangan usaha. Kedua, Melatih kemampuan masyarakat dalam berorganisasi dan berkomunikasi antar anggota UMKM itu sendiri dan juga komunikasi eksternal atau pihak lain yang terlibat dalam setiap kegiatan UMKM. Ketiga, Cepat mengadaptasi perkembangan teknologi komunikasi terbaru yang bersinggungan dengan semua aspek UMKM terkini. Masyarakat atau penggiat UMKM terlatih untuk lebih cepat mengadaptasi perubahan di sekitarnya, agar ke depan bisa menjadi lebih kreatif dalam mengembangkan produk terkait perkembangan zaman. Keempat, Memanfaatkan kemudahan berkomunikasi. Dengan perkembangan zaman sekarang komunikasi menjadi bisa disampaikan dan disebarluaskan dengan cepat dan lebih efektif dalam pengembangan usaha.

Berkaitan dengan rencana tersebut maka metode pelatihan diawali dengan penyuluhan yang disampaikan dalam format *powerpoint* berjudul “Peran Komunikasi Organisasi Dalam Pemberdayaan UMKM di Kelurahan Lengkong Karya”. Peserta diberi penjelasan mengenai Komunikasi Organisasi yang efektif dan memegang peranan penting dalam pemberdayaan UMKM. Melalui Komunikasi Organisasi UMKM yang baik akan mendorong efektifitas koordinasi, menyerap berbagai informasi untuk memecahkan masalah sehingga dapat membuat keputusan yang lebih baik demi meningkatkan daya saing UMKM. Peserta juga perlu mengetahui tentang definisi Komunikasi Organisasi yang meliputi, Pertukaran informasi, ide dan pesan di dalam sebuah organisasi. Kerjasama Tim melalui komunikasi yang baik dan koordinasi antar anggota organisasi. Yang tidak kalah penting adalah *Goal Bersama*. Komunikasi yang efektif membantu organisasi mencapai tujuan dan visinya secara lebih efisien.

Peserta juga dijelaskan mengenai Tantangan Komunikasi Organisasi dalam pemberdayaan

UMKM seperti, Keterbatasan Sumber Daya. UMKM seringkali memiliki keterbatasan dalam hal anggaran, waktu dan sumber daya manusia untuk membangun sistem komunikasi yang efektif. Kemudian Kesenjangan teknologi. Banyak UMKM masih terkendala akses dan literasi teknologi untuk komunikasi yang efektif. Sementara itu meski sudah ada budaya komunikasi kebiasaan Komunikasi yang kurang terbuka di kalangan UMKM dapat menghambat pemberdayaan. Peserta juga diberi penyuluhan terkait pentingnya membangun Komunikasi Efektif dengan pemangku Kempentingan yakni Dari sisi Pelanggan, pelaku UMKM harus memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan melalui komunikasi yang efektif. Ini dapat membantu UMKM memberikan layanan yang lebih baik. Dari sisi Pemasok. Menjaga komunikasi yang baik dengan pemasok dapat membantu UMKM mendapatkan bahan baku dan layanan yang lebih handal. Sedangkan untuk Mitra Bisnis perlu komunikasi yang terbuka dan kolaboratif agar dapat menciptakan sinergi dan peluang baru. Tidak hanya itu, perlu juga membangun hubungan baik dengan Pemerintah melalui komunikasi yang efektif dapat membantu UMKM mendapatkan dukungan dan kebijakan yang menguntungkan.

Selanjutnya kepada peserta juga dijelaskan bagaimana peran komunikasi dalam meningkatkan kinerja UMKM itu sendiri, yakni, pertama, melalui Koordinasi. Komunikasi yang efektif membantu UMKM mengkoordinasikan aktivitas dan sumber daya untuk mencapai tujuan yang lebih baik. Kedua, motivasi. Komunikasi yang terbuka dan suportif dapat meningkatkan motivasi dan komitmen karyawan UMKM. Ketiga, Inovasi. Komunikasi yang mendorong pertukaran ide dan kolaborasi dapat mendorong inovasi dalam UMKM.

Peserta juga mendapat penjelasan mengenai peran komunikasi organisasi dalam pemasaran dan promosi UMKM. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan visibilitas dan *engagement* UMKM dengan konsumen. Kemudian melalui situs web. Situs web yang informatif dan menarik dapat menjadi alat komunikasi yang efektif untuk mempromosikan UMKM. Hubungan masyarakat juga menjadi faktor penting, karena membangun hubungan baik dengan media dan komunitas dapat membantu UMKM mendapatkan publisitas yang positif.

Dijelaskan juga peran komunikasi organisasi untuk meningkatkan citra UMKM. Membangun citra positif UMKM dilakukan melalui komunikasi. Seperti dengan Konsistensi pesan. Memastikan

pesan yang disampaikan UMKM selaras dan konsisten di berbagai saluran komunikasi. Kemudian pentingnya Komunikasi yang transparan dan terbuka agar dapat membangun kepercayaan dan kredibilitas UMKM. Yang terakhir adalah tanggapan cepat yakni merespon dengan cepat dan efektif terhadap umpan balik atau keluhan pelanggan sehingga dapat memperkuat citra positif UMKM.

Komunikasi organisasi menjadi kunci sukses UMKM karena menjembatani upaya membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan. Tidak hanya itu komunikasi yang baik juga bisa meningkatkan kinerja dengan efektifitas koordinasi, motivasi dan inovasi dalam UMKM. Komunikasi organisasi juga memperkuat citra merek. Karena dengan komunikasi yang konsisten dan transparan dapat membangun citra positif UMKM di mata pelanggan dan masyarakat. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan skema Program Kemitraan Masyarakat selain menggunakan metoda pendekatan ceramah, studi kasus dan tanya jawab juga diselingi dengan *games*. Ceramah adalah metodologi pembelajaran dengan penyampaian informasi materi utama kepada masyarakat dilakukan dengan cara lisan. Metode ini untuk menstimuli konsentrasi dan pendengaran dalam upaya mendapatkan suatu informasi. Materi yang diberikan sangat erat kaitannya dengan kegiatan sehari-hari yaitu komunikasi organisasi dimana setiap lingkup masyarakat pasti melakukan interaksi baik dilingkungan internal/keluarga ataupun eksternal/kelompok dalam hal ini organisasi. Sementara metode bermain (*games*) menjadi bagian metode penyuluhan yang membungkus upaya penyampaian informasi dalam suasana santai dan gembira. Beberapa keunggulan menggunakan metode permainan adalah mampu menjaga dan menumbuhkan semangat masyarakat untuk tetap berkonsentrasi selama kegiatan PKM berlangsung. *Games* dilakukan dalam beberapa sesi secara bergantian, mulai berbentuk pertanyaan dari pelaku PKM hingga permainan sederhana. Pada sesi tanya jawab sebagai metode terakhir, masyarakat yang sudah memiliki pemahaman dasar komunikasi organisasi lebih banyak membagikan pengalaman praktik mereka dan meminta masukan khususnya evaluasi terhadap langkah-langkah yang selama ini sudah mereka lakukan. Secara garis besar materi ceramah bisa menjawab rasa ingin tahu dan pertanyaan peserta yang ingin mengembangkan kemampuan mereka lebih lanjut.

Di penghujung acara dilakukan foto bersama dan penyerahan plakat yang diabadikan pada gambar berikut:



Gambar 4. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan berjalan lancar dan pihak kelurahan memberikan apresiasi dukungan yang optimal dari segi sarana dan prasarana. Diharapkan kerjasama yang terjalin dapat berkesinambungan, karena tujuan kedua lembaga adalah sama di bidang pendidikan yaitu melahirkan dan membina UMKM yang kreatif dan Tangguh menjawab semua tantangan melalui komunikasi organisasi yang efektif, yang pada akhirnya mampu meningkatkan ekonomi keluarga, masyarakat secara umum serta ketahanan bangsa dan negara melalui ekonomi kerakyatan yang kuat dan unggul.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat di Kelurahan Lengkong Karya mendapatkan sambutan yang baik dari pengurus pihak Kelurahan, perangkat desa, penggiat UMKM, karang taruna serta masyarakat luas. Kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak saja mempererat silaturahmi dan meningkatkan Kerjasama antar institusi, namun yang paling utama adalah terjadinya aktifitas berbagi ilmu, bertukar wawasan dan pengalaman dari pelaku Pengabdian masyarakat yakni dosen dan mahasiswa kepada kalangan masyarakat dan penggiat UMKM di Lengkong Karya.

Pelaksanaan kegiatan PKM berjalan lancar, dalam waktu lebih dari dua jam kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Peserta antusias dan bersemangat, hal ini dapat dilihat dari terjadinya interaksi dua arah, terjadi tanya jawab, diskusi dan berbagi pengalaman sebagai wadah penyampaian masalah yang mereka hadapi dalam kegiatan atau aktifitas yang berhubungan dengan praktek

komunikasi organisasi di kelurahan Lengkong Karya.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di atas, tim memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat:

- a. Melalui informasi yang didapat dari penyuluhan, sosialisasi, dan edukasi, sebaiknya masyarakat khususnya penggiat UMKM memiliki struktur organisasi yang jelas mencakup peran dalam setiap anggota dalam pengembangan UMKM agar peran komunikasi organisasi dapat efektif untuk meningkatkan kinerja dalam organisasi tersebut.
- b. Secara rutin dan terencana mengkomunikasikan semua aktifitas positif organisasi, mulai dari perencanaan, pemesanan bahan baku pengolahan dan pemasaran sehingga akan tercipta komunikasi yang efektif.
- c. Kepada penggiat UMKM dirangsang untuk aktif berpartisipasi dan berkreasi dalam berbagai kegiatan di luar wilayah kelurahan Lengkong Karya, termasuk membuat kegiatan yang rencanaan oleh penggiat UMKM itu sendiri untuk mengoptimisasi komunikasi organisasi yang sudah dilakukan dalam pengembangan usaha.
- d. Penyuluhan merupakan sebuah bentuk upaya untuk bisa mengedukasi atau memberikan informasi terkait komunikasi organisasi, namun hal tersebut akan semakin efektif jika dilakukan secara konsus

2. Bagi Tim Pengabdi

Untuk pelaksanaan pengabdian selanjutnya perlu persiapan yang lebih baik seperti koordinasi tim dan kesiapan serta kelengkapan media pembelajaran untuk memberikan pelatihan terhadap khalayak sasaran, agar penyampaian materi dan pelaksanaan praktik/simulasi lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M.2022. Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pengunjung Pada Waroeng Baper Pekanbaru. Repository Universitas Islam Riau.
- Al-Madani, K.2020. Integrasi Interkoneksi Pendidikan Multikultural Berbasis Moderasi islam melalui Kurikulum Keagamaan Pendidikan Tinggi. Trilogi
- Atmoko, BD.2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel Jakarta (ID_: Media Kita
- Irwansyah et al. 2021. Perkembangan Peserta Didik. CV Widina Media Utama
- Faizin, I. 2017. Strategi pemasaran jasa Pendidikan dalam meningkatkan Nilai Jual Madrasah. Madaniyah.
- Gazali. 2013. Optimalisasi Peran Lembaga Pendidikan Untuk mencerdaskan Bangsa. Ai-Ta'dib: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan.
- Martini et al. 2022. Minat Berkunjung Wisatawan ke Obyek Wisata Kayu Putih Desa Tua Marga Ditinjau dari Daya Tarik Wisata dan Bauran Prmosi. Seminar Nasional Parwisata & Kewirausahaan.
- Munir, M. 2018. Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kualitas Peserta Didik. Intizam
- Nasrullah. R. 2014. Teori dan Riset media Siber (Cybermedia. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sari & Basit. 2020. Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. Persepsi.
- Sari, MP.2017. Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau. JOM FISIP UNRI.
- Yanuarita & Desrina.2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi di Sekolah Alam Kebun Tumbuh. JUPIN.