

**STRATEGI KOMUNIKASI UD. HERMAN BERSAMA
DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN
MASYARAKAT DI DESA TANJUNG JATI
KABUPATEN LANGKAT**

TUGAS AKHIR

Oleh:

**RAGIL FATAH ZAMRONI
2103110232**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : Ragil Fatah Zamroni
NPM : 2103110232
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 2025
Waktu : Pukul 08.00 s/d 17.00 WIB

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc.Prof. Dr.Puji Santoso, S.S.,M.SP (.....)
PENGUJI II : Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom. (.....)
PENGUJI III : Elvita Yenni, S.S, M. Hum (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

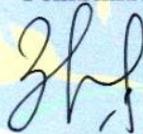
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap : Ragil Fatah Zamroni
NPM : 2103110232
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi UD. Herman Bersama dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Tanjung Jati Kabupaten Langkat

Medan, 19 Maret 2025

Pembimbing



Elvita Yenni, S.S, M. Hum
NIDN: 0131038201

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Assoc., Prof., Dr., ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402



UMSU
Unggul | Terpercaya

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Ragil Fatah Zamroni**, NPM **2103110232**, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 06 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Ragil Fatah Zamroni

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Segala bentuk puji dan syukur atas kehadiran Allah Subhanahuwa Ta'ala yang selalu senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti mampu diberi langkah agar dapat menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi ini. Shalawat serta salam tentunya tak lupa untuk selalu panjatkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam yang telah membawa risalah islam yang penuh dengan ilmu-ilmu pengetahuan.

Proses penyusunan pada skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi UD Herman Bersama dalam Meningkatkan perekonomian Masyarakat di Desa Tanjung Jati Kabupaten Langkat ”** ini bukanlah perjalanan yang mudah. Banyak tantangan, hambatan dan pembelajaran yang peneliti alami selama menyelesaikan penelitian ini. Namun, berkat dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak, peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Ucapan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua peneliti, yaitu kepada Bapak **Sutarmin** dan ibu **Ami Musyarofah S.Pd** yang telah memberikan dukungan baik dengan cinta, kasih sayang dan dedikasi tanpa batas yang telah merawat dan membesarkan peneliti dengan memberikan doa, dan dukungan dalam setiap proses yang peneliti lakukan dan tidak dapat tergantikan.

Dalam kesempatan ini maka saya juga menyadari dengan sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan bisa diselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc.Prof., Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung., M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Elvita Yenni, S.S., M.Hum selaku Dosen Pembimbing Skripsi peneliti yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan atau arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama proses peneliti menjalani perkuliahan.
9. Staff Biro dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu peneliti dalam hal mengurus berkas-berkas perkuliahan.
10. Pemilik dan Karyawan UD. Herman Bersama Saya ucapkan terima kasih telah meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teruntuk dua orang abang tersayang Legiman, A.Md. dan Daan Mahfruhan, S.Pd yang telah memberikan waktunya untuk mendukung setiap proses peneliti peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Teruntuk Iwank Maulana, Agus Rianta Tarigan, Terry Alwavi Ginting, S.T, Hendi Permana Ginting S.M, Nesia Virena Putri S.E, Shellpy Wahyuni, S.E terima kasih telah menemani dan membantu proses peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Teruntuk Aldian Padli Prasetia, Donny Bagaskara, M. Rifki Azizi Ritonga, NahdanSyah Abdul Rauf Nasution, Ismil Huda, Athalah Putra Yamansyah, Arvin Yogi Siregar, Rizki Nabilla, Adinda Chairunnisa, Valdo Gabriel Ginting, Abid Khansa, Nasiha Amanda, Triza Maharani, Citra Hasan dan seluruh teman teman IKO 7 -D Fisip UMSU. Terima kasih atas hiburan dan dukungan yang diberikan kepada peneliti dalam proses mengerjakan skripsi ini.

14. Teruntuk seluruh team Gala management dan Gempita Production . Terima kasih atas dukungan dan apresiasi yang telah diberikan kepada peneliti dalam proses menyelesaikan Tugas akhir ini.
15. Teruntuk UKM LPM Teropong UMSU dan teman teman angkatan 2205 dan 2212 . Terima kasih telah menjadi tempat peneliti belajar berorganisasi dan mengembangkan ilmu peneliti di kampus baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Tugas akhir ini.
16. Terima kasih untuk diri peneliti sendiri, Ragil Fatah Zamroni atas apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik ,dari perjalanan panjang yang saya tempuh, baik dalam pencarian ilmu maupun dalam mengenal lebih dalam tentang diri saya sendiri. Setiap langkah dan proses ini menjadi pembelajaran berharga yang membentuk siapa peneliti sekarang.

Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan keberkahan kepada kita semua.

Medan, Maret 2025

Ragil Fatah Zamroni

**STRATEGI KOMUNIKASI UD. HERMAN BERSAMA
DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN
MASYARAKAT DI DESA TANJUNG JATI
KABUPATEN LANGKAT**

RAGIL FATAH ZAMRONI

NPM: 2103110232

ABSTRAK

Strategi komunikasi dapat diartikan sebagai suatu pendekatan yang menyusun rangkaian kegiatan komunikasi . Komunikasi memainkan peran strategis dalam membangun kesadaran, memperkuat hubungan sosial, serta menggerakkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi yang diterapkan oleh *UD. Herman Bersama* dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Tanjung Jati, Kabupaten Langkat. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis efektivitas strategi komunikasi dalam mendukung pertumbuhan sebuah usaha berbasis komunitas yang memberdayakan Masyarakat sekitar . Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya meningkatkan keberlanjutan bisnis UD. Herman Bersama tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar, seperti membantu meningkatkan perekonomian atau pendapatan Masyarakat sekitar , penciptaan lapangan kerja, serta penguatan keterampilan dan konektivitas sosial. Faktor-faktor seperti perencanaan, pengarahan, pengawasan, dan sistem manajemen yang baik turut berperan dalam keberhasilan strategi komunikasi ini. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kebijakan ekonomi berbasis masyarakat yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, UD. Herman Bersama, Pertumbuhan Ekonomi.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pembatasan Penelitian.....	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Manfaat penelitian	4
1.5 Sistematika penulisan	5
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Strategi Komunikasi.....	6
2.2 Usaha Dagang (UD.) Herman Bersama.....	10
2.3 Pertumbuhan Perekonomian	12
2.4 Masyarakat	14
2.5 Desa Tanjung Jati	15
2.6 Anggapan Dasar	16
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Kerangka Konsep	18
3.3 Definisi Konsep.....	19

3.4 Kategorisasi	19
3.5 Narasumber	20
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.7 Teknik Analisis Data.....	21
3.8 Lokasi dan waktu Penelitian	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Hasil Wawancara.....	24
4.1.1 Wawancara	24
4.1.2 Pembahasan	35
4.1.2.1 Perencanaan Usaha	35
4.1.2.2 Pengorganisasian Tenaga Kerja	35
4.1.2.3 Penyusunan dan Pengelolaam Karyawan / Staff.....	36
4.1.2.4 Pengarahan dalam operasiona Usaha	36
4.1.2.5 Pengawasan dan Evaluasi kerja.....	37
BAB V PENUTUP	39
5.1 Simpulan	39
5.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	18
Gambar 4.1 Wawancara Bersama Pemilik Pabrik dan Karyawan Pabrik UD. Herman Bersama.....	25

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	19
---	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu pendekatan yang menyusun rangkaian kegiatan komunikasi. Pendekatan ini bertujuan untuk menghasilkan perubahan dalam pemahaman, pandangan, sikap, keyakinan, atau perilaku masyarakat yang menjadi sasaran, yang penting untuk mengatasi masalah dalam periode waktu tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Proses penyampaian dan pertukaran informasi, gagasan, perasaan, atau pesan antara individu atau kelompok dalam sebuah komunitas sosial. Komunikasi ini mencakup berbagai bentuk, seperti verbal, nonverbal, tulisan, dan teknologi modern, yang digunakan untuk menciptakan pemahaman bersama, membangun hubungan, dan menjaga keharmonisan dalam interaksi sosial.

Komunikasi dalam masyarakat berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan nilai-nilai budaya, menyelesaikan konflik, membangun konsensus, dan memperkuat kohesi sosial. Dengan berkembangnya teknologi informasi, komunikasi di masyarakat juga semakin inklusif, memungkinkan interaksi lintas budaya, kelas sosial, dan wilayah geografis. Efektivitas komunikasi di tengah masyarakat sangat bergantung pada faktor-faktor seperti kejelasan pesan, kemampuan berkomunikasi, dan kesadaran akan keragaman budaya dalam komunitas tersebut. Proses yang dilakukan melalui berbagai cara, baik secara verbal maupun nonverbal, dengan tujuan utama menciptakan pemahaman bersama. Sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia untuk menjalin hubungan, bekerja sama, dan menjalani kehidupan bermasyarakat.

Komunikasi juga mempunyai peran strategis dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Masyarakat yang beragam memiliki latar belakang budaya, bahasa, dan kebiasaan yang berbeda. Hal ini dapat menjadi kendala dalam menciptakan komunikasi yang efektif jika pihak-pihak yang berkomunikasi tidak memahami atau menghormati perbedaan tersebut. Di era globalisasi dan digitalisasi, informasi menjadi aset yang sangat berharga. Keberhasilan suatu program atau kebijakan ekonomi sangat ditentukan oleh efektivitas strategi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan, membangun kesadaran, serta menggerakkan partisipasi masyarakat.

Komunikasi yang efektif bisa menjadi solusi utama untuk mengatasi berbagai hambatan yang ada dan memperkuat hubungan antara UD. Herman Bersama dengan masyarakat sekitar. Dengan komunikasi yang efisien, perusahaan dapat membangun kerjasama yang saling menguntungkan, meningkatkan partisipasi masyarakat di desa tersebut dalam berbagai kegiatan produksi dan distribusi, serta memperkenalkan produk-produk lokal ke pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh UD. Herman Bersama dapat mendukung peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Tanjung Jati, baik melalui peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja baru, maupun peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan.

Perekonomian masyarakat sering kali dipengaruhi oleh pemahaman dan akses dan mereka terhadap informasi, baik mengenai peluang usaha, kebijakan pemerintah, maupun potensi sumber daya lokal. Dalam hal ini, Industri Rumah tangga yang beralamat di Dusun X Desa Tanjung Jati Kab. Langkat adalah sebuah

Usaha Dagang (UD) yang bergerak di bidang Bahan baku umbi umbian yaitu produksi makanan mentah seperti, Klenting Ubi, Rengginang, Opak dan Keripik Yeye. Desa Tanjung jati mempunyai produk dari hasil Perkebunan dan pertanian dan kerajinan lainya seperti : keripik pisang, keripik singkong, kopi, keripik talas, sayuran, kerajinan anyaman bambu, anyaman dari daun pandan, ranginang dari beras ketan, rangining dari singkong,.Adapun produk yang dihasilkan dari salah satu Pelaku usaha yang terletak di Desa Tanjung Jati adalah UD. Herman Bersama , Rengginang dan Opak Ubi yang berbahan dasar dari Ubi kayu yang di produksi oleh pemilik Usaha dan beberapa karyawan yang bekerja di UD. / Pabrik tersebut merupakan salah satu produk hasil dari pabrik tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi yang efektif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Khususnya pada Masyarakat yang kurang mampu tetapi memiliki kreatifitas yang baik dan mampu berkerja sama di Desa Tanjung Jati kabupaten Langkat , Fokusnya adalah pada pendekatan komunikasi yang dapat memberdayakan masyarakat, memperkuat konektivitas antara pelaku ekonomi, serta mendukung terciptanya kolaborasi antara pemilik usaha , dan Masyarakat setempat . Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kebijakan dan program ekonomi berbasis masyarakat yang berkelanjutan. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti mengenai, ***“ Strategi Komunikasi UD. Herman Bersama dalam meningkatkan perekonomian Masyarakat di Desa Tanjung Jati Kab. Langkat.”***

1.2 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada Strategi komunikasi yang dilakukan Usaha Dagang (UD) Herman Bersama dalam meningkatkan perekonomian Masyarakat di Dusun X Desa Tanjung Jati Kab. Langkat. Fokus pada penelitian ini hanya pada Strategi komunikasi yang diterapkan antara pemilik Usaha dan Karyawan yang bekerja di UD. Herman Bersama.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan penelitian ini adalah Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh UD. Herman Bersama dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Tanjung Jati, Kabupaten Langkat?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dikarenakan untuk mengetahui strategi Komunikasi yang dilakukan oleh UD. Herman Bersama dalam meningkatkan perekonomian Masyarakat di Desa tanjung jati Kab. Langkat. .

Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, untuk Memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan kajian strategi komunikasi dalam konteks pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan. Dan Mendorong terciptanya kolaborasi yang lebih baik antara UD. Herman Bersama dan masyarakat untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

2. Secara Akademis . Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : Bab ini menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Bab ini menguraikan teori-teori yang berkaitan sesuai dengan hak- hak peneliti

BAB III : Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, definisi operasional data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, lokasi dan waktu pelaksanaan

BAB IV : Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang terkait dengan penelitian.

BAB V : Bab ini menguraikan simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan cara untuk mengatur pelaksanaan proses komunikasi sejak dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi, untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi bertujuan agar Pesan yang disampaikan mudah dipahami, Penerima pesan dengan baik, dan Kegiatan dapat termotivasi untuk dilakukan. Komunikasi merupakan bagian penting dalam kehidupan setiap manusia, baik sebagai individu maupun makhluk sosial. Dalam kehidupan berorganisasi pun, tanpa adanya komunikasi antar anggota, suatu organisasi tidak dapat terbentuk (Zamzami & Sahana, 2021). Strategi pada dasarnya merupakan pengaturan dan pengelolaan untuk meraih sebuah tujuan. Namun, untuk dapat mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai panduan yang menunjukkan arah, tetapi juga harus memperlihatkan bagaimana implementasi taktik operasionalnya. Strategi perlu menjelaskan dengan jelas langkah-langkah operasional yang harus dilakukan, yang artinya pendekatan bisa berubah tergantung pada situasi dan kondisi yang ada. (Arifin, 2018)

Komunikasi dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung, baik pada kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam komunikasi, komunikator adalah bagian penting dari proses penyebaran informasi; kemampuan komunikasi untuk menyampaikan pesan dan menggunakan media memengaruhi seberapa baik informasi tersebut diterima oleh komunikan. (Tenerman, 2022)

Strategi Komunikasi memiliki dampak pada berbagai sektor, termasuk pemasaran. Dalam proses pemasaran, penyampaian informasi yang akurat sangat penting. Hampir semua organisasi atau perusahaan dalam dunia bisnis memanfaatkan komunikasi pemasaran untuk mempromosikan produk atau layanan mereka serta mencapai tujuan finansial dan nonfinansial baik untuk organisasi maupun individu. (Mardiyanto, 2019). Menurut (Rifa & Kom, 2021) Strategi adalah suatu metode untuk meraih tujuan spesifik yang telah ditentukan. Strategi dapat dipahami sebagai suatu rencana untuk mengatur atau memanfaatkan sumber daya guna mencapai sasaran tertentu. Sasaran tersebut ditetapkan berdasar pada penilaian terhadap kekuatan dan posisi musuh, sifat, kemampuan, dan karakteristik sumber daya yang ada, serta kesiapan menghadapi perubahan yang mungkin terjadi. strategi dapat diartikan sebagai rencana untuk menetapkan dan meraih sasaran suatu organisasi.

Menurut (Zamzami & Sahana, 2021) Strategi juga didefinisikan sebagai suatu proses yang menentukan arah yang perlu dituju oleh organisasi untuk memenuhi misinya yaitu , Perencanaan (*Planning*) , Pengorganisasian (*Organizing*) Penyusun Staff (*Staffing*), Pengarahan (*Leading*) , Pengawasan (*Controlling*).

Setiap organisasi pasti memiliki rencana strategis, meskipun rencana tersebut tidak selalu diungkapkan secara jelas. Pandangan ini diterapkan bagi para pengelola yang bersifat responsif, yaitu hanya merespons dan beradaptasi terhadap lingkungan dengan cara yang tidak aktif ketika diperlukan. Pertanyaan tentang strategi yang diungkapkan dengan jelas merupakan kunci untuk berhasil dalam

menghadapi perubahan di dunia bisnis. Strategi memberikan arah yang seragam bagi semua anggota organisasi. (Mulitawati & Retnasary, 2020)

Strategi komunikasi yang efektif selalu diawali oleh perencanaan yang strong dan matang (*arranging*) yaitu kunci bagi keberhasilan proyek tujuan. Perencanaan yang bagus bisa dijadikan koridor kerja bagi orang-orang yang melaksanakan misi komunikasi. Strategi akan membimbing kita kearah mana komunikasi digerakkan, mulai dari proses persiapan hingga menyampaikan pesan pada public (Iwan Armawan, 2021). Dalam keadaan krisis, memilih pendekatan komunikasi yang tepat sangat penting karena memiliki kemampuan untuk menurunkan ketegangan dan mengembalikan kepercayaan publik.

Menurut (Wijaya, n.d.) konsep strategi komunikasi dimasukkan ke dalam perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan. Namun, perencanaan strategik adalah kebijaksanaan komunikasi makro untuk program jangka panjang. Strategi komunikasi dalam suatu organisasi sangat penting untuk mempertahankan eksistensi organisasi baik dalam pandangan anggota organisasi maupun masyarakat. Dengan strategi ini, semua rencana kegiatan dan program kerja dapat dilaksanakan dengan sukses untuk kemajuan organisasi (Lubis et al., 2021)

Komunikasi merupakan hal mendasar bagi kehidupan setiap manusia, baik itu manusia sebagai individu maupun sebagaimakhluk sosial. Begitupun dalam kehidupan berorganisasi, tidak ada satupun organisasi yang dapat terbentuk tanpa adanya komunikasi diantara para anggotanya. Untuk mewujudkan komunikasi yang baik ada beberapa gaya komunikasi yang harus dilakukan (Zamzami & Sahana, 2021).

Menurut (Iwan Armawan, 2021) komunikasi yang efektif bukan berarti harus menjangkau semua target audien. Tapi lebih efektif jika kita bisa membidik orang-orang tertentu yang sangat berpengaruh dalam pembuatan keputusan public, Definisi ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi digunakan sebagai alat untuk mengubah perilaku dan diperlukan perencanaan dalam mencapai tujuan strategi komunikasi tersebut. Dalam rangka membangun komunikasi yang efektif diperlukan tindakan yang terorganisasi dalam menyampaikan pesan.

Model Komunikasi Lasswell yang dikembangkan oleh Harold D. Lasswell pada tahun 1948 menggambarkan proses komunikasi sebagai suatu rangkaian elemen yang saling berhubungan. Elemen-elemen dalam model komunikasi Lasswell adalah:

1. *Who* (Siapa) Elemen ini memfokuskan pada sebuah sumber atau komunikator, yaitu pihakpihak yang memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi dan yang memulai suatu 7 terjadinya proses komunikasi tersebut. Pihak ini dapat berupa individu, kelompok, organisasi atau bahkan negara yang berfungsi sebagai pengirim pesan.

2. *Says What* (Pesan) Elemen ini menjelaskan mengenai isi dari informasi pesan yang akan disampaikan dan di komunikasikan kepada penerima pesan (komunikan). Pesan ini merupakan informasi yang berasal dari sumber atau komunikator yang aka disampaikan kepada pihak yang akan menerima informasi tersebut.

3. *In Which Channel* (Dengan Saluran Apa) Elemen “Melalui Saluran Apa” yang mengacu pada sebuah media atau saluran komunikasi yang akan digunakan untuk penyampaian pesan. Saluran ini dapat berupa lisan, tulisan, internet, media platform, radio, televisi dan lain-lainnya.

4. *To Whom* (Kepada Siapa) Elemen ini akan merujuk pada suatu penerima pesan. Penerima pesan ini dapat berupa individu maupun kelompok dan akan berperan dalam memahami sebuah pesan yang akan disampaikan untuk dipengaruhi oleh berbagai faktor.

5. *With What Effect* (Dengan Efek Apa) Elemen terakhir ini akan berkaitan dengan dampak atau efek dari sebuah pesan yang telah diterima oleh penerima. Konsep ini dapat berupa perubahan sikap, perilaku dan pemahaman yang akan dihasilkan setelah pesan dapat diterima.

2.2 Usaha Dagang (UD.) Herman Bersama.

UD. Herman Bersama adalah usaha keluarga yang didirikan pada tahun 2007 di Dusun XI, Desa Tanjung Jati, Kabupaten Langkat. Usaha ini lahir dari semangat kebersamaan keluarga untuk menciptakan peluang usaha yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Dengan mengusung nilai-nilai kerja keras, kepercayaan, dan kebersamaan, UD. Herman Bersama telah tumbuh menjadi salah satu penggerak ekonomi lokal yang berpengaruh. Berfokus pada pengolahan ubi sebagai bahan utama, UD. Herman Bersama menghabiskan hingga 10 ton ubi setiap harinya. Proses produksi dilakukan di rumah produksi yang berlokasi di Dusun XI, dengan melibatkan masyarakat sekitar sebagai karyawan. Strategi ini tidak hanya

membantu meningkatkan kapasitas produksi tetapi juga memberdayakan masyarakat lokal, memberikan lapangan pekerjaan, dan secara langsung membantu meningkatkan perekonomian Desa Tanjung Jati, khususnya di wilayah Dusun XI.

Dengan kualitas produksi yang terjaga, hasil olahan UD. Herman Bersama telah berhasil menembus pasar di luar daerah hingga ke kota-kota besar. Keberhasilan ini mencerminkan dedikasi dan komitmen usaha dalam menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain memberikan manfaat ekonomi, UD. Herman Bersama juga aktif dalam memberikan pelatihan dan pembinaan kepada karyawan, sehingga mereka dapat terus mengembangkan keterampilan dan pengetahuan di bidangnya. Hal ini menciptakan ekosistem kerja yang tidak hanya produktif tetapi juga memberdayakan.

UD. Herman Bersama dikenal sebagai salah satu usaha yang sukses menggabungkan aspek bisnis dengan pemberdayaan masyarakat. Menurut (Gautama et al., 2020) sumber daya yang mereka miliki dan tradisi budaya unik yang mereka miliki, masyarakat lokal memainkan peran penting dalam pembangunan suatu desa. Namun demikian, pengembangan suatu desa bergantung pada seberapa baik masyarakat lokal diterima dan mendukung objek wisata sebagai bagian dari sistem ekologi yang saling kait mengait. Dengan terus menjaga kualitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan memberdayakan masyarakat, UD. Herman Bersama berkomitmen untuk terus tumbuh dan memberikan kontribusi nyata bagi Desa Tanjung Jati Kabupaten Langkat secara keseluruhan..

2.3 Pertumbuhan Perekonomian

Pertumbuhan ekonomi identik dengan peningkatan produksi fisik barang dan jasa. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk setiap tahunnya, maka perekonomian negara pun perlu bertumbuh. Menurut (Sarfiah et al., 2019) Pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai masalah makroekonomi jangka panjang. Secara umum, pengembangan kapasitas produksi barang dan jasa melalui peningkatan jumlah faktor produksi tidak serta merta menyebabkan peningkatan produksi barang dan jasa secara besar-besaran. Potensi peningkatan produksi seringkali lebih besar dibandingkan peningkatan produksi aktual. Akibatnya, pertumbuhan ekonomi masih berada di bawah potensinya.

Untuk mengerti apa pokok persoalan perekonomian, kita berpangkal dari salah satu kenyataan yaitu Untuk dapat hidup layak, kita membutuhkan serta menginginkan bermacam-macam hal seperti makanan, minuman, pakaian, rumah, obat, pendidikan, dan lain-lain. Kebutuhan (*needs*) manusia banyak dan beraneka ragam sifatnya. Apalagi keinginan (*wants*) boleh dibilang tak ada batasnya

Menurut (Moch. Zainuddin, 2017) Pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai masalah makroekonomi jangka panjang. Perkembangan kemampuan memproduksi barang dan jasa sebagai akibat peningkatan faktor-faktor produksi pada umumnya tidak serta merta menyebabkan peningkatan produksi barang dan jasa secara besar-besaran. Potensi peningkatan produksi seringkali lebih besar dibandingkan peningkatan produksi aktual. Oleh karena itu, pembangunan ekonomi tertinggal dari potensinya.

Beberapa Teori tentang pertumbuhan ekonomi yaitu sebagai berikut

1. Teori Pertumbuhan Klasik Menurut pandangan ahli-ahli ekonomi klasik ada empat faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi yaitu: jumlah penduduk, jumlah stok barang-barang modal, luas tanah dan kekayaan alam serta tingkat teknologi yang digunakan.
2. Teori Schumpeter Teori Schumpeter menekankan tentang pentingnya peranan pengusaha didalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi. Dalam teori ini ditunjukkan bahwa para pengusaha merupakan golongan yang akan terus-menerus membuat pembaharuan atau inovasi dalam kegiatan ekonomi.
3. Teori Harrod Domar Dalam teori ini menunjukkan peranan investasi sebagai faktor yang menimbulkan pertambahan pengeluaran agregat. Teori ini pada dasarnya menekankan peranan segi permintaan dalam mewujudkan pertumbuhan.
4. Teori Pertumbuhan Neo-Klasik Melalui kajian empirikal teori ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi dan peningkatan kemahiran masyarakat merupakan faktor yang terpenting dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi.

Adapun teori pertumbuhan ekonomi menurut WW. Rostow mengajukan teorinya bahwa pertumbuhan ekonomi dapat dibedakan dalam lima tahap dan semua negara didunia ini akan melalui tahap tersebut seperti:

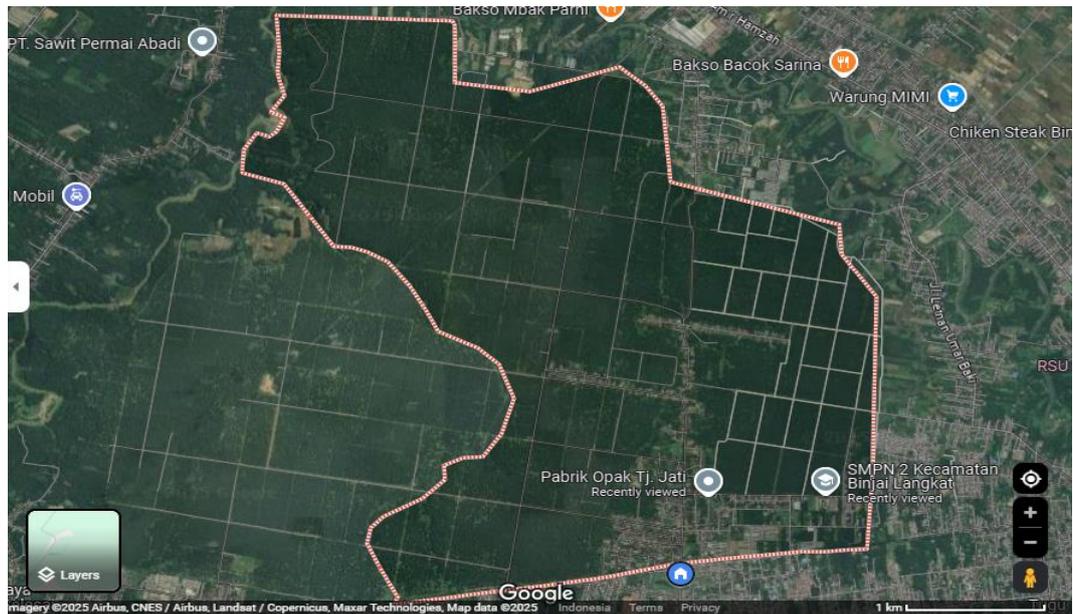
1. Masyarakat tradisional (traditional society)
2. Prasyarat untuk lepas landas (the precondition for take-off)

3. Lepas Landas
4. Tahap Gerakan ke Arah Kedewasaan
5. Tahap Konsumsi Tinggi

2.4 Masyarakat

Secara umum pengertian masyarakat adalah sekelompok individu/orang yang hidup bersama. Kata "masyarakat" berasal dari kata Latin *socius*, yang berarti "teman," yang berarti interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa memiliki. Istilah komunitas berasal dari kata Arab *sharakah*, yang berarti "mengambil bagian, mengambil bagian" (Prasetyo, 2020). Masyarakat informasi atau disebut juga dengan *information society* adalah sebuah istilah guna untuk mendeskripsikan suatu masyarakat dan suatu ekonomi yang dapat membuat kemungkinan terbaik dalam menggunakan informasi dan teknologi komunikasi baru. Manuel Castells beberapa pandangan terhadap perkembangan masyarakat informasi. Menurut (Mulyadi, 2015) Masyarakat biasanya muncul sebagai hasil dari pengalaman baru atau keyakinan komunitas yang bersangkutan bahwa elemen tertentu dari budaya asing bermanfaat bagi komunitas tersebut. Manfaat-manfaat ini terutama terlihat dalam kaitannya dengan kesejahteraan masyarakat.

2.5 Desa Tanjung Jati Kabupaten Langkat.



Sumber: <https://maps.app.goo.gl/x3yxbj5DZYArkUXM8>

Desa Tanjung Jati merupakan desa yang terletak di wilayah perkebunan milik PTPN II kebun Tanjung Jati. Adapun latar belakang mengapa dikatakan Tanjung Jati adalah berkaitan dengan tempat dimana pertama kali dibuka perumahan penduduk di desa ini yang pada saat itu hanya berbentuk barak besar. Barak tersebut berada ditanjung yaitu bahasa sehari-hari masyarakat dalam menyebutkan ujung, yang ketika itu di penuh dengan pohon jati. Itulah sebabnya dinamakan dengan desa Tanjung Jati yang berarti pohon jati yang ada diujung. Nama ini dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa ada perumahan penduduk di sekitar pohon jati yang paling ujung.

Bedasarkan jenis mata pencaharian penduduk desa Tanjung Jati memiliki mata pencaharian yang bervariasi diantaranya buruh kontrak perkebunan, buruh pabrik, petani, dalam hal ini tetangga yang sangat berdekatan ini merupakan suatu kelanggengan hubungan saling kenal-mengenal. Saling melihat setiap harinya merupakan saluran utama dalam bertukar pikiran dan cita-cita maupun perasaan.

Kenal mengenal secara fisik inilah yang memperkuat Kohesi antar tetangga dan menjadi Masyarakat di desa tersebut menjadi karyawan di Usaha Dagang (UD) Herman Bersama di Desa Tanjung Jati Kab. Langkat.

2.6 Anggapan Dasar

Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini maka dapat di kemukakan sebagai berikut : Strategi Komunikasi UD. Herman Bersama dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Tanjung Jati Kabupaten Langkat dapat berjalan dengan baik dalam pengembangan usaha dan penguatan hubungan antara perusahaan dengan Masyarakat serta meningkatkan ekonomi masyarakat di Desa Tanjung Jati Kab. Langkat.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskripsi kualitatif, menurut (Bayu Septian Aji, Muhazir, 2022) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan pada lingkungan kehidupan alam tertentu dengan tujuan mempelajari dan memahami fenomena. Proses penelitian terdiri dari tahap perencanaan, tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap analisis data, dan tahap finalisasi.

Menurut (Firmansyah & Artikel, 2021) Penelitian kualitatif diperlukan hanya untuk membantu peneliti merumuskan pertanyaan dan mendukung peneliti di lapangan. Oleh karena itu, dalam penelitian kualitatif, teori-teori tidak baku sejak awal dan dapat dieksplorasi dan ditambah di lapangan, sehingga memungkinkan adanya perbandingan antara teori dan fenomena yang ada di lapangan. Menurut (Irwan, 2023) Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman masalah kehidupan sosial berdasarkan situasi dunia nyata dan fenomena alam yang holistik, kompleks, dan terperinci.. Penelitian kualitatif meyakini bahwa di balik fenomena ada “noumena”, di balik perilaku ada pemahaman, proses memilih dan memutuskan terejawantah dalam bentuk tindakan, di mana tindakan merupakan buah dari pikiran dan pemahaman tersebut dan memaksimalkan utilitas baginya. Oleh karena itu, dalam memaknai keputusan dan perilaku yang

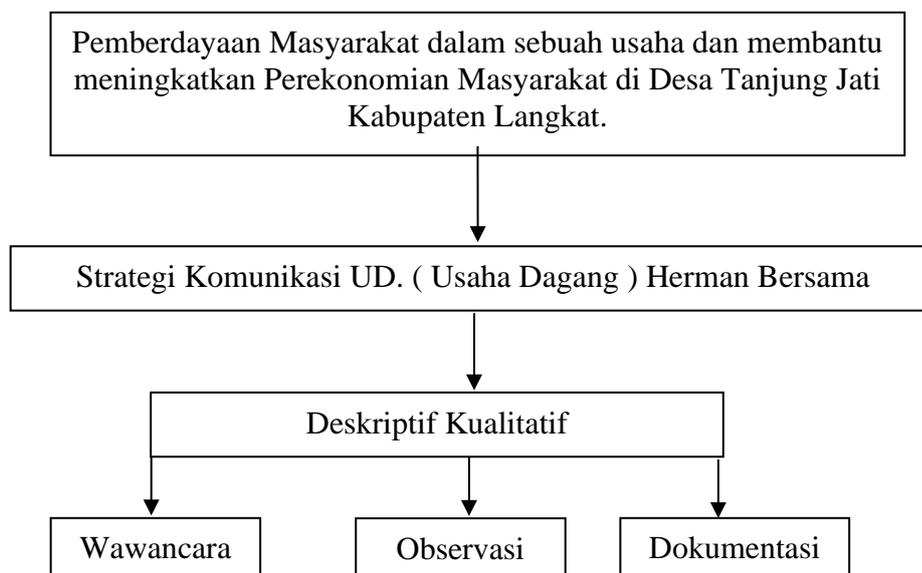
berkembang perlu peran intuisi di situ. Sebagai contoh kata “iya” atau “tidak” dari seorang informan belum tentu merupakan jawaban yang sesungguhnya dari informan. Artinya jawaban “iya” bisa juga dimaknai “tidak”.

Penelitian kualitatif menggunakan observasi, dokumentasi, dan wawancara untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Dua orang atau lebih yang berpendapatan secara fisik melakukan percakapan lisan yang difokuskan pada suatu masalah yang disebut wawancara. (Lubis, 2023)

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep memberikan pemahaman tentang faktor atau komponen yang akan diteliti. Penelitian ini akan membantu orang yang membaca dapat memahami sesuai dengan tujuan yang ada pada penelitian ini dengan menggunakan konsep tersebut. Kerangka konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber : Olahan peneliti, 2025

3.3 Defenisi Konsep

Definisi konsep merupakan penjabaran dari kerangka konsep. Berikut adalah

definisi konsep dari kerangka konsep di atas:

1. Pemberdayaan Masyarakat dalam sebuah usaha dan Membantu meningkatkan perekonomian Masyarakat di Desa Tanjung Jati Kab. Langkat
2. Strategi komunikasi yang digunakan oleh Pemilik UD. (Usaha Dagang) Herman Bersama dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Tanjung Jati Kab. Langkat .
3. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Adapun proses konsep teoritis dalam strategi komunikasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dalam kategorisasi yaitu :

Kategorisasi	Indikator
Strategi Komunikasi (Zamzami & Sahana, 2021)	- Perencanaan (<i>Planning</i>)
	- Pengorganisasian (<i>Organizing</i>)
	- Penyusunan Staff (<i>Staffing</i>)
	- Pengarahan (<i>Leading</i>)
	- Pengawasan (<i>Controlling</i>)

Sumber olahan Peneliti, 2025

3.5 Narasumber

Informan atau Narasumber

Informan / Narasumber merujuk pada seseorang yang memiliki pengetahuan, pengalaman atau informasi tertentu yang relevan dan memberikan jawaban sebagai responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh penanya dalam suatu wawancara. Menurut (Asrulla et al., 2023) Informan adalah objek atau orang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Informan kunci bukan hanya mengetahui tentang kondisi/fenomena pada masyarakat secara garis besar, juga memahami informasi tentang informan utama. dalam pemilihan informan kunci tergantung dari unit analisis yang akan diteliti. Misalnya pada unit sebuah organisasi, informan kuncinya adalah pimpinan organisasi tersebut. Informasi ditetapkan dengan purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut :

1. 1 Orang pemilik UD. (Usaha Dagang) Herman Bersama.
2. 3 Orang pegawai / pekerja UD. (Usaha Dagang) Herman Bersama

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertatap muka langsung antara pengumpul data dan narasumber atau sumber informasi. Menurut (Lubis, 2023) dalam proses wawancara, narasumber diberikan beberapa pertanyaan dengan teknik wawancara mendalam untuk mendapatkan berbagai informasi yang lebih jelas dan akurat mengenai strategi komunikasi .

Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan para partisipan, untuk mengajukan pertanyaan yang lebih akurat dan memungkinkan partisipan untuk menyampaikan informasi secara langsung, kemudian peneliti mendapatkan jawaban yang lebih rinci dari pertanyaan yang diajukan kepada partisipan.

b. Teknik Observasi

Teknik observasi yang dilakukan pada penelitian ini salah satunya adalah observasi, yang berarti sebuah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek di lingkungan, baik yang sedang berlangsung atau masih dalam proses yang melibatkan aktivitas perhatian terhadap suatu objek. Memilih Teknik observasi secara partisipatif untuk pengumpulan data dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk melakukan pengamatan terhadap peristiwa yang terjadi sekaligus melibatkan diri secara langsung .

C. Dokumentasi

Beberapa sumber data seperti metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi melalui pencatatan, pengumpulan, dan analisis dokumen yang relevan dengan suatu subjek atau kegiatan, seperti usaha tertentu. Dokumentasi merupakan pendekatan yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif dan studi deskriptif untuk memperoleh data yang faktual dan mendalam.

3.7 Teknik Analisis Data

Pada proses penelitian ini, Teknik analisis data merupakan hal yang penting dalam suatu penelitian. Analisis kualitatif data, termasuk hasil dari wawancara yang digunakan untuk menganalisis dari pemecahan masalah yang akan muncul. Menurut (Rijali, 2019) Upaya untuk secara sistematis menemukan dan menempatkan catatan pengamatan, wawancara, dan informasi lain untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang temuan penelitian peneliti dan menyajikannya sebagai temuan untuk orang lain. Adapun tahapan-tahapan sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan bagian dari upaya untuk mengumpulkan beberapa data kemudian mengevaluasikan data tersebut kedalam satuan konsep, kategori serta tema tertentu, proses pemilihan, pemustan dan penyederhanaan, pengabstrakan serta transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti, (Rijali, 2019)

b. Penyajian data

Peneliti akan mencoba untuk menyajikan beberapa data yang berkaitan dengan temuan penelitian melalui wawancara dengan sumber penelitian. Penyajian data tersebut dapat dijadikan sebagai proses pembuatan laporan tentang hasil dari data dan informasi yang dikemukakan peneliti.

c. Menarik kesimpulan

Dalam penelitian ini, peneliti dapat menarik sebuah kesimpulan dari beberapa data yang telah didapatkan dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam hal ini, peneliti atau analisis data akan memahami temuan-temuan data yang akan didapatkan, lalu menghubungkan informasi yang telah dikumpulkan dan menarik sebuah kesimpulan yang dapat menjawab dari pertanyaan penelitian atau masalah yang dihadapi.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penulis melakukan penelitian. Lokasi dalam melakukan penelitian ini adalah Dusun XI Desa Tanjung Jati Kecamatan Binjai Kabupaten Langkat, Sumatera Utara , dan waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini dimulai dari bulan Februari sampai selesai.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Wawancara

4.1.1 Wawancara

Teknik Wawancara merupakan pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan langsung antara pewawancara dan narasumber untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.

Narasumber yang pertama dalam penelitian Strategi Komunikasi UD. Herman Bersama dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Tanjung Jati Kabupaten adalah pemilik Pabrik UD. Herman Bersama, yaitu Bapak Herman dan narasumber kedua, ketiga dan keempat adalah tiga orang karyawan pabrik UD. Herman Bersama yaitu, Ibu Poniatik, Bapak Sutrisno, dan abangda Farhan.





Gambar 4.1 wawancara bersama pemilik pabrik dan karyawan pabrik UD. Herman Bersama

Peneliti bertanya kepada Bapak Herman selaku pemilik Pabrik tersebut tentang apa rencana awal anda dalam mendirikan Pabrik UD. Herman Bersama ini? Dan informan pun menjawab :

“ Rencana awal di buatnya usaha ini adalah sebuah usaha keluarga yang didirikan pada tahun 2007 di Dusun XI, Desa Tanjung Jati Kec. Binjai , Kabupaten Langkat. Dan kemudian dibantu oleh beberapa masyarakat di dusun XI Desa Tanjung jati kemudian menjadi sebuah usaha yang Cukup dalam penjualan bahan jadi ke luar kota atau luar daerah tempat tinggal. Usaha ini lahir dari ide awal ayah saya dan semangat kebersamaan keluarga untuk menciptakan peluang usaha yang bermanfaat bagi keluarga dan masyarakat sekitar. Usaha ini juga tumbuh menjadi salah satu penggerak ekonomi di dusun XI Desa tanjung Jati yang berpengaruh bagi pendapatan ekonomi masyarakat di sekitar usaha ini. Di mana usaha kami ini pengolahan ubi sebagai bahan utama dalam pembuatan bahan jadi seperti kelenteng ubu, opak Ubi dan Yeye Ubi. Usaha ini menghabiskan hingga 1 ton ubi setiap harinya. ”

Dalam Startegi komunikasi yang di lakukan UD. Herman Bersama yang didirikan pada tahun 2007 di Dusun XI, Desa Tanjung Jati, Kecamatan Binjai, Kabupaten Langkat, sebagai usaha keluarga yang lahir dari ide ayah pendiri dan

semangat kebersamaan. Seiring berjalannya waktu, usaha ini berkembang dengan melibatkan masyarakat sekitar, sehingga menjadi salah satu penggerak ekonomi yang berpengaruh terhadap pendapatan warga. Fokus utama usaha ini adalah pengolahan ubi menjadi berbagai produk olahan seperti kelenteng ubi, opak ubi, dan yeye ubi. Dengan kapasitas produksi yang mencapai 1 ton ubi per hari, UD. Herman Bersama berhasil dalam perencanaan dan memperluas strategi komunikasi yang menjadikannya salah satu usaha lokal yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian pemberdayaan masyarakat di dusun XI, Desa Tanjung Jati.

Kemudian peneliti bertanya, Dalam mendirikan usaha tersebut, apakah anda memiliki rencana untuk membantu meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Tanjung jati?, informan pun menjawab :

“Tentu saja ada , karena dalam mendirikan usaha ini kami mempunyai visi dan misi di usaha kami yaitu sangat penting bagi kami untuk memberikan dampak positif yang dapat diberikan terhadap perekonomian masyarakat setempat terkhususnya karyawan atau pekerja kami. . Salah satu nya ya kami membuka lapangan pekerjaan bagi tetangga atau masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi pabrik kami khususnya di Dusun XI Desa Tanjung Jati dan juga kami.”

Dalam mendirikan usaha ini, perencanaan yang matang telah dilakukan dengan menetapkan visi dan misi yang berfokus pada dampak positif terhadap perekonomian masyarakat setempat. Salah satu indikator perencanaan yang utama adalah membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, khususnya di Dusun XI, Desa Tanjung Jati. Dengan melibatkan warga setempat sebagai karyawan, usaha ini tidak hanya meningkatkan kapasitas produksi tetapi juga berkontribusi langsung dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Hal ini mencerminkan

komitmen usaha dalam memberdayakan masyarakat dan menciptakan ekosistem kerja yang berkelanjutan.

Kemudian peneliti bertanya Kembali bagaimana cara anda mengorganisasikan atau mengelola usaha anda sehingga dapat membuka lapangan pekerja bagi masyarakat di desa tanjung jati?, dan informan menjawab :

“Untuk mengorganisasikan atau mengelola usaha ini agar dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di Desa Tanjung Jati khususnya di Dusun XI kami memberikan prioritas utama kepada tetangga kami, untuk menjadikan bagian karyawan kami, dan kami membuka lapangan pekerjaan untuk anak anak SMA di desa yang selesai sekolah Mereka tidak ada kegiatan , maka kami monitoring untuk mengangkat opak atau kelinting ubi yang sudah di jemur tadi, karena mereka juga tau gimana awal dari proses pengolahan ubi, dari pengupasan ubi hingga ke tahap pencetakan ubi . dan kami juga memberikan beberapa jobdesk karyawan bagi, salah satu contohnya yang wanita bagian pencetakan dan penimbangan , dan packing . kalau yang pria itu bagian jemur, giling atau press dan pengupasan ubi dari kulitnya”

Dalam mengelola usaha ini, pengorganisasian tenaga kerja dilakukan dengan memberikan prioritas kepada masyarakat sekitar, khususnya tetangga di Dusun XI, Desa Tanjung Jati. Selain itu, usaha ini juga membuka peluang kerja bagi lulusan SMA yang belum memiliki kegiatan dengan melibatkan mereka dalam proses produksi, seperti mengangkat opak atau kelinting ubi yang telah dijemur. Pembagian tugas karyawan dilakukan berdasarkan jenis pekerjaan, di mana karyawan wanita bertanggung jawab pada bagian pencetakan, penimbangan, dan pengemasan, sedangkan karyawan pria menangani proses penjemuran, penggilingan atau pressing, serta pengupasan ubi. Dengan sistem pengorganisasian

ini, usaha dapat berjalan lebih efektif dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat setempat.

Kemudian peneliti bertanya kembali Bagaimana peran dan tanggung jawab antara pemilik dan karyawan dalam usaha dagang UD. Herman Bersama?, dan informan menjawab :

“ Dalam usaha ini dagang pembagian tugas dan tanggung jawab antara saya dan karyawan saya harus dilakukan secara jelas dan terstruktur agar operasional berjalan dengan efisien. Ya contohnya saya sebagai pemilik mempunyai tugas untuk mengawasi karyawan saya dari awal ubi di timbang, kemudian kelayakan ubi untuk di cetak , sampai proses pemasaran yang akan kami pasarkan”

Dalam usaha dagang ini, pembagian tugas dan tanggung jawab antara pemilik dan karyawan dilakukan secara jelas dan terstruktur untuk memastikan operasional berjalan dengan efisien. Sebagai pemilik, tugas utama adalah mengawasi seluruh proses produksi, mulai dari penimbangan ubi, memastikan kelayakan bahan baku untuk dicetak, hingga mengontrol proses pemasaran produk. Dengan sistem pengorganisasian yang baik, setiap tahapan produksi dapat berjalan lancar dan terkoordinasi, sehingga kualitas produk tetap terjaga dan usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana kriteria bagi karyawan (Staff) untuk bergabung di usaha dagang anda? Informan menjawab :

“Untuk memastikan bahwa usaha saya dapat beroperasi dengan baik dan sukses, kriteria bagi karyawan (staff) yang berada di pabrik saya harus ditetapkan dengan jelas. Yang terpenting bagi kami adalah dia mau bekerja, hadir tepat waktu sesuai dengan perjanjian jam yang sudah di tetapkan, kemudian paham penggunaan mesin pres bagi karyawan bagian pres, ibu rumah tangga di perbolehkan bekerja di pabrik ini, bahkan juga ada

beberapa anak dari karyawan kami setelah sekolah membantu kami bekerja di Pabrik ini. Kriteria ini akan kami bagi lagi di bagian masing masing bagian, ada yang bagian cetak, press, jemur, kemas atau packing dan penjualan ke Customer dengan sesuai dengan kebutuhan di pabrik kami”

Penyusunan staff dilakukan dengan menetapkan kriteria karyawan yang jelas. Karyawan harus memiliki kemauan untuk bekerja, disiplin dalam kehadiran sesuai jam yang telah ditetapkan, serta memahami penggunaan mesin pres bagi yang bertugas di bagian tersebut. Selain itu, usaha ini juga membuka kesempatan kerja bagi ibu rumah tangga dan anak-anak karyawan yang ingin membantu setelah sekolah. Setiap karyawan ditempatkan sesuai dengan kebutuhan pabrik, seperti di bagian pencetakan, pressing, penjemuran, pengemasan, dan penjualan ke pelanggan. Dengan sistem staffing yang terstruktur, operasional usaha dapat berjalan lebih efisien dan produktif agar usaha dapat beroperasi dengan baik dan sukses.

Kemudian peneliti bertanya kembali, Bagaimana Staffing atau penyusunan karyawan dalam proses perekrutan karyawan yang anda lakukan dalam usaha ini?

“Kalau untuk penyusunan karyawan dalam proses perekrutan adalah usaha ini pastinya harus memiliki tim yang teratur , baik, kompeten, dan siap mendukung usaha. Biasanya penyusunan karyawan itu ada beberapa posisi apa saja yang diperlukan yaitu produksi, termasuklah bagian press , cetak, pengupasan ubi , dan penjemuran tapi untuk penimbangan dan pemasaran ke beberapa daerah dan toko toko grosir itu adalah saya , istri saya kadang juga orang tua saya. Tetapi biasa kalau di usaha atau pabrik kami penyusunan karyawan itu sesuai dengan kebutuhan dan keahlian karyawan kami”

Dalam proses perekrutan dan penyusunan staf, usaha ini memastikan bahwa tim yang dibentuk harus terorganisir dengan baik, kompeten, dan siap

mendukung operasional usaha. Pembagian posisi dilakukan berdasarkan kebutuhan dan keahlian karyawan, di mana bagian produksi mencakup tugas seperti pressing, pencetakan, pengupasan ubi, dan penjemuran. Sementara itu, penimbangan serta pemasaran ke berbagai daerah dan toko grosir ditangani langsung oleh pemilik, istri, dan terkadang orang tua. Dengan sistem staffing yang fleksibel dan sesuai dengan keahlian masing-masing, usaha dapat berjalan lebih efisien dan produktif.

Kemudian peneliti bertanya ,terkait bagaimana cara anda memotivasi karyawan anda untuk datang / hadir tepat waktu pada saat bekerja dalam usaha ini.? Informan menjawab :

“Untuk memastikan karyawan saya datang tepat waktu dan memiliki disiplin waktu yang baik dalam bekerja, tentunya dari saya dulu sebagai pemilik untuk sudah mempersiapkan alat dan bahan yang mau di kerjakan, dan membuka gerbang pabrik, baru saya contohkan ke karyawan saya, agar mereka peka dalam mengatur waktu saat bekerja dan pengelolaan waktu saat bekerja.”

Untuk memastikan karyawan memiliki disiplin waktu yang baik dan datang tepat waktu, pemilik usaha memberikan contoh langsung dalam kepemimpinan. Sebagai langkah awal, pemilik terlebih dahulu mempersiapkan alat dan bahan kerja serta membuka gerbang pabrik sebelum karyawan mulai bekerja. Dengan memberikan teladan yang baik, karyawan diharapkan dapat lebih peka dalam mengatur serta mengelola waktu kerja secara efektif. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan budaya kerja yang disiplin dan produktif dalam operasional usaha.

Kemudian peneliti bertanya, apakah ada pengarahan dari anda selaku pemilik kepada karyawan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam

usaha anda? Informan menjawab :

“Sebagai pemilik usaha ini, tentu saya memberikan pengarahan kepada karyawan untuk selalu menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan kualitas bahan baku , misalnya dalam Pelayanan yang baik , memilih kualitas bahan utama , dan Membangun Hubungan dengan toko toko grosir.”

Pengarahan diberikan pemilik UD. Herman Bersama kepada karyawan adalah untuk selalu menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan serta kualitas bahan baku. Hal ini dilakukan dengan memastikan pelayanan yang baik, memilih bahan utama yang berkualitas, dan membangun hubungan yang kuat dengan toko-toko grosir. Dengan bimbingan yang berkelanjutan, karyawan dapat memahami pentingnya menjaga standar usaha agar tetap kompetitif dan dipercaya oleh pelanggan.

Kemudian peneliti bertanya, bagaimana cara anda melakukan pengawasan terhadap karyawan anda dalam melakukan pelayanan kepada customer (pelanggan) ? , informan menjawab :

“ Tentunya , saya punya beberapa cara untuk melakukan pengawasan terhadap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Misalnya Pemantauan Langsung, antara saya, karyawan saya dan si pelanggan, kemudian pengawasan yang saya lakukan adalah, bagaimana cara karyawan melayani si pelanggan dengan baik atau tidak, alhamdulillah , karyawan saya melakukan itu dengan baik jadi pelanggan saya selalu nyaman terhadap pelayanan yang kami berikan kepada setiap pelanggan kami.”

Dalam memastikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, pengawasan dilakukan melalui pemantauan langsung antara pemilik, karyawan, dan pelanggan. Proses pengawasan ini mencakup evaluasi terhadap cara karyawan dalam melayani pelanggan, memastikan bahwa mereka memberikan pelayanan yang baik dan ramah. Berdasarkan hasil pemantauan, karyawan telah menjalankan tugasnya

dengan baik, sehingga pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Pengawasan yang efektif ini berperan penting dalam menjaga kepercayaan pelanggan serta meningkatkan reputasi usaha.

Kemudian peneliti bertanya , bagaimana cara anda melakukan pengawasan terhadap kualitas produk yang anda jual? Informan menjawab :

“Dalam pengawasan terhadap kualitas produk yang dijual saat ini adalah sangat penting untuk kami memastikan pelanggan mendapatkan barang atau produk yang sesuai dengan kualitas yang kami hasilkan, misalnya kami selalu melihat kualitas ubi yang kami pakai, terus kontrol kualitas rutin mesin yang kami gunakan, terus kebersihan dari opak dan produk lain yang akan kami pasarkan ke pelanggan kami.”

Pengawasan terhadap kualitas produk yang dijual merupakan aspek penting dalam memastikan pelanggan menerima barang dengan standar terbaik. Proses ini dilakukan dengan memantau kualitas ubi yang digunakan sebagai bahan baku, melakukan kontrol rutin terhadap mesin produksi, serta menjaga kebersihan opak dan produk lainnya sebelum dipasarkan. Dengan pengawasan yang ketat dan berkelanjutan, usaha dapat menjamin konsistensi kualitas produk serta meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Selanjutnya , peneliti bertanya ke informan lainnya yaitu karyawan pabrik UD. Herman Bersama yang bernama Ibu Poniatik, apakah ada arahan dari pemilik kepada anda dalam melakukan pelayanan kepada customer? Informan menjawab :

"Ya, ada beberapa arahan dari bang herman selaku pemilik yang sangat membantu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dia selalu menekankan pentingnya fokus pada kepuasan pelanggan, yaitu dengan memberikan produk baik kemudian selalu bersikap ramah dan menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan kami.”

Pemilik usaha memberikan arahan kepada karyawan yang berperan penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Ia selalu menekankan pentingnya fokus pada kepuasan pelanggan dengan memastikan produk yang diberikan memiliki kualitas terbaik. Selain itu, karyawan juga diarahkan untuk bersikap ramah dan menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan. Dengan adanya pengarahan ini, diharapkan hubungan yang baik dengan pelanggan dapat terjaga, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap usaha.

Selanjutnya, peneliti bertanya ke informan lainnya yaitu karyawan yang bernama Bapak Sutrisno, Apakah menurut anda pengawasan yang dilakukan oleh pemilik usaha sudah berjalan secara objektif dan transparan dalam meningkatkan kinerja karyawan? informan menjawab :

"Menurut kami, pengawasan yang dilakukan oleh sipemilik usaha sudah cukup dengan baik dan objektif dalam meningkatkan kinerja karyawan, dan pengawasan yang diberikan bang herman juga cukup transparan, karena dia selalu mempercayai kami dalam melakukan pekerjaan, makanya kami selalu menjaga nama baik beliau dan menjaga nama baik pabrik ini"

Berdasarkan pendapat karyawan, pengawasan yang dilakukan oleh pemilik usaha sudah berjalan dengan baik, objektif, dan transparan dalam meningkatkan kinerja mereka. Bang Herman sebagai pemilik usaha memberikan kepercayaan penuh kepada karyawan dalam menjalankan tugasnya, sehingga menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan bertanggung jawab. Kepercayaan ini mendorong karyawan untuk menjaga nama baik pemilik serta pabrik, yang pada

akhirnya berdampak positif pada kelangsungan usaha dan kualitas kerja yang lebih baik.

Selanjutnya peneliti bertanya ke informan lainnya yaitu karyawan yang bernama bang Farhan , terkait bagaimana pendapat anda terkait pengorganisasian / Manage yang dilakukan pemilik dalam memilih kriteria karyawan ?

"Menurut saya, pengorganisasian yang dilakukan oleh pemilik dalam memilih kriteria karyawan sudah sangat baik dan terstruktur. Beliau juga menganggap kami sebagai keluarga dan kami juga menganggap beliau sebagai keluarga juga. Kami diajarkan untuk bekerja dalam tim dengan baik dan memiliki komitmen terhadap kualitas dan pelayanan pelanggan. Proses dalam memilih karyawan yang dilakukan adalah secara transparan, di mana setiap kandidat diberikan kesempatan yang sama untuk menunjukkan kemampuan setiap kami, dan pemilik juga mengutamakan kejujuran serta kemauan untuk berkembang di pabrik dia.

pengorganisasian yang dilakukan oleh pemilik usaha dalam memilih dan menata karyawan sudah sangat baik dan terstruktur. Pemilik tidak hanya membangun hubungan kerja, tetapi juga menciptakan suasana kekeluargaan, di mana karyawan merasa dihargai dan dianggap sebagai bagian dari keluarga besar usaha. Selain itu, karyawan diajarkan untuk bekerja dalam tim secara efektif serta berkomitmen terhadap kualitas dan pelayanan pelanggan. Proses rekrutmen dilakukan secara transparan, memberikan kesempatan yang sama bagi setiap kandidat untuk menunjukkan kemampuannya. Pemilik juga mengutamakan kejujuran dan semangat untuk berkembang, sehingga setiap karyawan memiliki peluang untuk meningkatkan keterampilan dan berkontribusi lebih baik dalam operasional usaha.

4.1.2 Pembahasan

Strategi pada dasarnya merupakan proses perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Sementara itu, strategi komunikasi adalah kombinasi antara perencanaan dan manajemen komunikasi yang bertujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dalam strategi pemasaran, terdapat tiga elemen utama yang dikenal sebagai STP, yaitu Segmentasi, Targeting, dan Positioning. (Sarastuti, 2017)

Menurut (Zamzami & Sahana, 2021) Strategi juga didefinisikan sebagai suatu proses yang menentukan arah yang perlu dituju oleh organisasi untuk memenuhi misinya yaitu , Perencanaan (*Planning*) , Pengorganisasian (*Organizing*) Penyusun Staff (*Staffing*), Pengarahan (*Leading*) , Pengawasan (*Controlling*).

4.1.2.1 Perencanaan Usaha

Perencanaan usaha ini dilakukan dengan menetapkan visi dan misi yang berorientasi pada dampak ekonomi masyarakat setempat. Salah satu indikator utama dalam perencanaan adalah penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, khususnya di Dusun XI, Desa Tanjung Jati. Dengan melibatkan warga setempat sebagai tenaga kerja, usaha ini tidak hanya meningkatkan kapasitas produksi tetapi juga berkontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi mereka. Hal ini mencerminkan komitmen usaha dalam memberdayakan masyarakat serta menciptakan ekosistem kerja yang berkelanjutan.

4.1.2.2 Pengorganisasian Tenaga Kerja

Pengorganisasian tenaga kerja dilakukan dengan memberikan prioritas kepada masyarakat sekitar, terutama warga Dusun XI. Selain itu, usaha ini juga

membuka peluang kerja bagi lulusan SMA yang belum memiliki aktivitas tetap dengan melibatkan mereka dalam proses produksi, seperti mengangkat opak atau kelinting ubi yang telah dijemur. Pembagian tugas dalam usaha ini disusun berdasarkan jenis pekerjaan, di mana karyawan wanita bertanggung jawab pada bagian pencetakan, penimbangan, dan pengemasan, sementara karyawan pria menangani proses penjemuran, penggilingan, pressing, serta pengupasan ubi. Dengan sistem ini, operasional usaha dapat berjalan lebih efektif dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat setempat.

4.1.2.3 Penyusunan dan Pengelolaan Karyawan / Staff

Penyusunan staf dilakukan dengan menetapkan kriteria karyawan yang jelas, seperti kedisiplinan dalam kehadiran, kemauan untuk bekerja, serta pemahaman terhadap penggunaan mesin pres bagi yang bertugas di bagian tersebut. Selain itu, usaha ini juga membuka kesempatan kerja bagi ibu rumah tangga dan anak-anak karyawan yang ingin membantu setelah sekolah. Penempatan karyawan disesuaikan dengan kebutuhan pabrik, di antaranya di bagian pencetakan, pressing, penjemuran, pengemasan, dan penjualan. Dengan sistem staffing yang terstruktur, operasional usaha menjadi lebih efisien dan produktif sehingga dapat mendukung kelangsungan usaha dengan baik.

4.1.2.4 Pengarahan dalam Operasional Usaha

Pemilik UD. Herman Bersama memberikan pengarahan kepada karyawan untuk menjaga kepercayaan pelanggan serta memastikan kualitas bahan baku tetap

terjaga. Pengarahan ini mencakup pemilihan bahan utama yang berkualitas, pelayanan yang baik, serta pembangunan hubungan yang kuat dengan toko-toko grosir. Dengan adanya bimbingan yang berkelanjutan, karyawan dapat memahami pentingnya menjaga standar usaha agar tetap kompetitif dan dipercaya oleh pelanggan.

4.1.2.5 Pengawasan dan Evaluasi Kinerja

Untuk memastikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, pengawasan dilakukan melalui pemantauan langsung oleh pemilik terhadap karyawan. Proses pengawasan ini mencakup evaluasi cara karyawan dalam melayani pelanggan serta memastikan bahwa mereka memberikan pelayanan yang baik dan ramah. Berdasarkan hasil pemantauan, karyawan telah menjalankan tugasnya dengan baik, sehingga pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Pengawasan yang efektif ini berperan penting dalam menjaga kepercayaan pelanggan serta meningkatkan reputasi usaha.

Pemilik usaha juga berperan dalam menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan bertanggung jawab dengan memberikan kepercayaan penuh kepada karyawan. Hal ini mendorong mereka untuk menjaga nama baik pemilik serta usaha, yang pada akhirnya berdampak positif pada kelangsungan usaha dan kualitas kerja. Selain itu, pengorganisasian tenaga kerja yang baik dan terstruktur menciptakan suasana kerja yang kekeluargaan, di mana karyawan merasa dihargai dan dianggap sebagai bagian dari keluarga besar usaha.

Proses rekrutmen dalam usaha ini dilakukan secara transparan dengan memberikan kesempatan yang sama bagi setiap kandidat untuk menunjukkan kemampuannya. Pemilik juga mengutamakan kejujuran dan semangat untuk berkembang, sehingga setiap karyawan memiliki peluang untuk meningkatkan keterampilan dan berkontribusi lebih baik dalam operasional usaha. Dengan sistem manajemen yang baik, usaha ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar serta memperkuat loyalitas pelanggan terhadap produk yang dihasilkan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulan dari peneliti tentang strategi komunikasi UD Herman Bersama adalah sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi yang diterapkan dalam UD. Herman Bersama ini tidak hanya mendukung keberlangsungan bisnis tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.
2. pengarahan dan pengawasan yang dilakukan oleh pemilik usaha berperan penting dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas pelanggan.
3. sistem manajemen yang baik, usaha ini mampu menciptakan lingkungan kerja yang harmonis serta memberikan kesempatan bagi karyawan untuk berkembang.
4. Sistem staffing yang terstruktur membuat operasional usaha lebih efisien dan produktif.
5. Setiap karyawan memiliki peluang untuk meningkatkan keterampilan dan berkontribusi lebih baik dalam operasional usaha

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Disarankan untuk terus mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif, seperti penggunaan media sosial atau platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan interaksi dengan pelanggan
2. Disarankan pemilik usaha sebaiknya meningkatkan frekuensi pengarahan dan pelatihan karyawan agar mereka semakin memahami standar kualitas produk dan pelayanan yang diharapkan.
3. Disarankan untuk memberikan pelatihan keterampilan baru secara berkala agar karyawan dapat terus berkembang sesuai dengan tuntutan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159–178. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i2.4940>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Bayu Septian Aji, Muhazir, S. T. (2022). PERAN ORANG TUA TERHADAP PERENCANAAN KARIR REMAJA DI DUSUN X DESA TANJUNG JATI KABUPATEN LANGKAT. *Jurnal Serunai Bimbingan Dan Konseling*, 11(1), 7–11.
- Firmansyah, M., & Artikel, I. (2021). *Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif*. 3(2).
- Gautama, B. P., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., Pratiwi, I. I., & Indonesia, U. P. (2020). *PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI PENDEKATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*. 1(4), 355–369.
- Irwan, M. R. (2023). *Strategi Komunikasi Kesehatan Dalam Percepatan Penurunan Kondisi Stunting Pada Anak Di Lubuk Pakam Deli Serdang Health Communication Strategies In Excelling The Decrease Of Stunting Conditions In Children In Lubuk Pakam Deli Serdang*. 2(1), 81–86.
- Iwan Armawan. (2021). Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat. *Dawatima Journal Of Communication and Islamic Broadcasting*, 1(2), 84–95. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.vii2.498>
- Lubis, F. H. (2023). *Strategi Komunikasi Samsat Medan Utara Dalam Mensosialisasikan Program Mandiri Ketuk Pintu Bagi Masyarakat Penunggak Pajak Kendaraan Communication Strategy of Medan Utara Samsat in Discounting the Door Knocking Mandiri Program For Vehicle Tax Illegal Comm*. 2(2), 110–116.
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid - 19. *SiNTESa*, 1039–1045.
- Mardiyanto, D. (2019). *ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo)*. 03(01), 60–66.
- Moch. Zainuddin. (2017). Volume 1 Nomor 2 Juli 2017 Volume 1 Nomor 2 Juli 2017. *Istithmar*, 1, 79–85. <file:///C:/Users/acer/Downloads/944-2706-1-PB.pdf>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ ahlinyaobatmaag) PENDAHULUAN Komunikasi pemasaran adalah aktivitas yang*. 4(1), 23–38.
- Mulyadi, M. (2015). Perubahan Sosial Masyarakat Agraris ke Masyarakat Industri dalam Pembangunan Masyarakat di Kecamatan Tamalate Kota Makassar. *Jurnal Bina Praja*, 07(04), 311–321. <https://doi.org/10.21787/jbp.07.2015.311-321>
- Prasetyo, D. (2020). *Masyarakat*. 1(1), 163–175. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Rifa, M., & Kom, M. I. (2021). *POKDARWIS DESA JURUG DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (STUDI KASUS DI DESA WISATA JURUG KECAMATAN SOOKO KABUPATEN PONOROGO)*. 9(April), 20–35.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim

- Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 71–90. www.queenova.com,
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Tenerman, E. Y. (2022). Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Mengembangkan Wisata Sawah di Desa Pematang Johar Communication Strategy Village Head In Develoving Rice Field Tourism In The Pematang Johar Village. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(November), 489–495.
- Wijaya, I. S. (n.d.). *Perencanaan dan strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan*. XVIII(1), 53–61.
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, Volume 2 N, 25–37.