

**RUMAH BUMN SEBAGAI STRATEGI COMMUNITY RELATIONS
DALAM MENDORONG KEBERHASILAN UMKM DI KAB. DEMAK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana
(S1) Pada Prodi Ilmu Komunikasi**

Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Penyusun

Ayu Assiyatus Sarifah

31001600360

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Assiyatus Sarifah

Nim : 31001600360

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Prodi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**“RUMAH BUMN SEBAGAI STRATEGI COMMUNITY RELATIONS
DALAM MENDORONG KEBERHASILAN UMKM DI KABUPATEN**

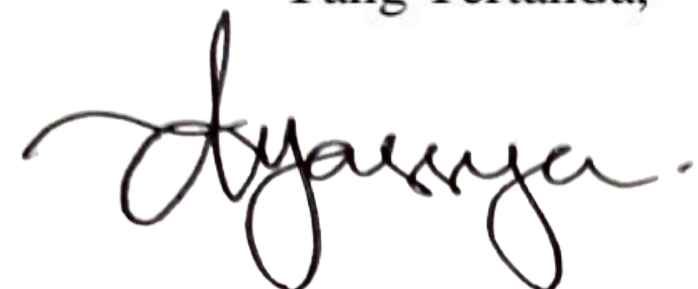
DEMAK”

Adalah benar-benar murni hasil penelitian dan karya saya sendiri bukan merupakan dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Adapun bagian-bagian atau kalimat tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari karya orang lain, saya tuliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma-norma dan kaidah etika penulisan ilmiah. Apabila di kemudian hari ternyata Surat Pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 1 Agustus 2021

Yang Tertanda,



Ayu Assiyatus Sarifah
NIM.31001600360

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Rumah BUMN Sebagai Strategi Community Relations dalam Mendorong Keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak**

Nama Penyusun : Ayu Assiyatus Sarifah

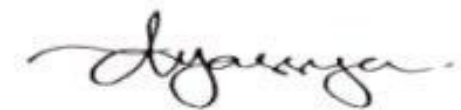
NIM : 31003600360

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 1 Agustus 2021

Yang Tertanda,



Ayu Assiyatus Sarifah
NIM.31003600360

Dosen Pembimbing :

1. **Dian Marhaeni K., S.Sos., M.Si.**

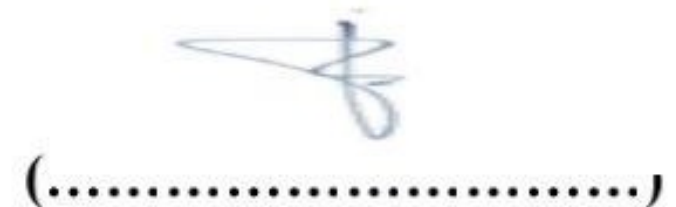
NIK. 2111 08 001



(.....)

2. **Mubarok., S.Sos., M.Si.**

NIK. 2111 08 002



(.....)

Dekan,



Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd., M.Pd

NIK.210 813 021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Rumah BUMN Sebagai Strategi Community Relations dalam Mendorong Keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak**

Nama Penyusun : Ayu Assiyatus Sarifah

NIM : 31003600360

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 1 Agustus 2021

Yang Tertanda,



Ayu Assiyatus Sarifah

NIM.31003600360

Dosen Pembimbing :

1. Dian Marhaeni K., S.Sos., M.Si.

NIK. 2111 08 001


(.....)

2. Mubarok., S.Sos., M.Si.

NIK. 2111 08 002


(.....)

Dekan,



Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd., M.Pd

NIK.210 813 021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Rumah BUMN Sebagai Strategi Community Relations dalam Mendorong Keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak**

Nama Penyusun : Ayu Assiyatus Sarifah

NIM : 31003600360

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 1 Agustus 2021

Yang Tertanda,



Ayu Assiyatus Sarifah

NIM.31003600360

Dosen Penguji :

1. Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 2111 15 018


(.....)

2. Dian Marhaeni K., S.Sos., M.Si.
NIK. 2111 08 001


(.....)

3. Mubarak., S.Sos., M.Si.
NIK. 2111 08 002

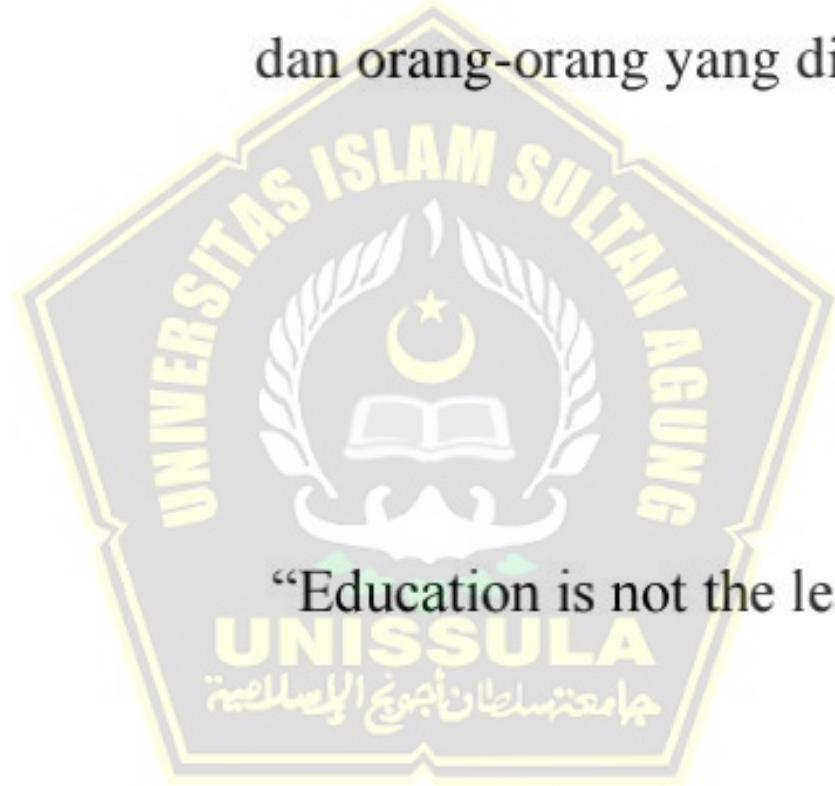

(.....)

Dekan,



Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd., M.Pd

NIK.210 813 021



“Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha teliti apa yang kamu kerjakan.”

Q.S Al Mujadalah : 11

“Education is not the learning on facts, but the training of the mind to think”

-Albert Eistein-

“Barangsiapa belum pernah merasakan pahitnya menuntut ilmu walau sesaat, ia akan menelan hinanya kebodohan sepanjang hidupnya”

-Imam Asy-Syafi'i-

“Setiap ahli pasti pernah menjadi pemula, maka mulailah!”

“Hasil yang baik dari kerja keras saat ini, akan kita rasakan ketika sudah mencapainya.

HALAMAN PERSEMBAHAN



Alhamdulillah, terimakasih atas rahmat-Mu yang Agung ini Ya Allah, Sehingga perjalanan hamba yang panjang ini bias hamba lalui. Dalam setiap sujudku selalu ku panjatkan doa agar diberi kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan ridho Allah, kupersembahkan karya sederhana ini untuk abah dan ibu atas rasa kasih dan sayang yang telah diberikan, terima kasih atas doa yang tak pernah putus.

Terima kasih kepada semua orang yang telah mendoakan dan mendukung. Dan semua orang yang berkata “kapan wisuda?” dan “semangat Ayu!”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah yang Maha Pengasih atas rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua khususnya terhadap penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan studi tepat waktu dan skripsi ini dapat disusun sebagai persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Strata – 1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penelitian skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Dalam penelitian ini penulis mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan dan dukungan yang diberikan, penulis menyadari tanpa adanya bantuan dan dukungan dari rekan-rekan dan pihak yang terkait, penelitian ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd., M.Pd, selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi UNISSULA.
2. Bapak Mubarak, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UNISSULA yang dengan baik hati memberikan segala perizinan dan bimbingannya.
3. Ibu Dian Marhaeni K., S.Sos., M.Si., selaku pembimbing pertama penulis yang telah meluangkan waktunya dan selalu sabar dalam membimbing penulis, memberikan semangat dan arahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Mubarak, S.Sos., M.Si., selaku dosen wali dan juga pembimbing kedua yang telah memberikan arahan, kritikan dan saran kepada penulis.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu dan berbagi pengalamannya serta wejangan kepada penulis selama kuliah di Ilmu Komunikasi UNISSULA.

6. Abah dan ibu, terima kasih atas doa, kasih sayang, semangat serta dukungan materiil maupun non materiil yang tiada hentinya.
7. Kakak-kakakku semua Mbak Anis, Mbak Nurul, Mbak Ima, Mbak Ida, Mbak Khoir dan Mbak Nafis yang selalu tanya kapan lulus? Terima kasih atas doa, semangat dan dukungannya selama ini.
8. Informan-informan yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan kesediaan waktunya selama menjadi subjek penelitian.
9. Teman-teman terbaikku, yang bersedia mendengarkan keluh kesah penulis saat menyusun skripsi ini dan selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Ucapan terima kasih teruntuk teman-teman seperjuangan, teman-teman ilmu komunikasi 2016, adik-adik tingkat dan teman-teman KKN yang selalu mensupport dan memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
11. Semua pihak yang selama ini telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
12. Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.

Akhir kata penulis berharap Allah membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis, pembaca dan peneliti selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa yang menempuh studi ilmu komunikasi. Terima Kasih

Semarang. 1 Agustus 2021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iiiv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRAK	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Signifikasi Penelitian	7
1.4.1 Signifikasi Praktisi	7
1.4.2 Signifikasi Akademis	7
1.4.3 Signifikasi Sosial	7
1.5 Kerangka Teori	8
1.5.1 Paradigma Penelitian	8
1.5.2 State Of The Art	8
1.5.3 Teori Penelitian	15
1.6 Operasional Konsep	17

1.6.1 Rumah Kreatif BUMN	17
1.6.2 Strategi	17
1.6.3 Community Relations	20
1.6.4 Corporate Social Responsibility	20
1.6.5 Badan Usaha milik Negara (BUMN)	22
1.6.6 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	24
1.7 Metode Penelitian	24
1.7.1 Tipe Penelitian	27
1.7.2 Situs Penelitian	27
1.7.3 Subjek Penelitian	27
1.7.4 Jenis Data	27
1.7.5 Sumber Data	28
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data	28
1.7.7 Analisis dan Interpretasi Data	29
1.7.8 Kualitas Data	30
BAB II	31
GAMBARAN UMUM	31
2.1 Deskripsi Community Relations	31
2.1.1 Community Relations Sebagai Pelaksana Humas	31
2.2 Rumah Kreatif BUMN	33
2.2.1 Profil Rumah BUMN Demak	35
2.2.2 Profil Zam Silver	44
2.2.3 Profil Toko Pakaian Nia	46
BAB III	47
TEMUAN PENELITIAN	47
3.1 Deskripsi Objek Penelitian	47
3.1.2 Gambaran Profil Informan	47

3.2 Hasil Wawancara.....	48
3.2.1 Tahap Perencanaan	48
3.2.1.1 Informan pihak Rumah BUMN Demak	48
3.2.1.2 Informan pihak UMKM 1 (Pemilik usaha Zem Silver)	53
3.2.1.2 Informan pihak UMKM 2 (Pemilik usaha toko pakaian nia collection)	55
3.2.2. Tahap Pelaksanaan	56
3.2.2.1 Informan pihak Rumah BUMN Demak	56
3.2.2.2 Informan pihak UMKM 1.....	59
3.2.2.3 Informan pihak UMKM 2.....	60
3.2.3 Tahap Evaluasi	60
3.2.3.1 Informan pihak Rumah BUMN Demak	60
3.2.3.2 Informan pihak UMKM 1.....	62
3.2.3.3 Informan pihak UMKM 2.....	63
BAB IV	65
PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	65
4.1 Pengumpulan Fakta	67
4.2 Perumusan Masalah.....	70
4.3 Perencanaan dan Pemograman.....	72
4.4 Aksi dan Komunikasi	75
4.5 Evaluasi	78
4.6 Penerapan Stakeholder Theory.....	80
BAB V	85
PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	99

DAFTAR LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

RUMAH BUMN DEMAK SEBAGAI STRATEGI COMMUNITY RELATIONS DALAM MENDORONG KEBERHASILAN UMKM DI KAB. DEMAK

Ayu Assiyatus Sarifah

Ilmu Komunikasi – Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

ayuassiyatus@std.unissula.ac.id

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu suatu UMKM selalu saja ada permasalahan yang dihadapinya seperti permodalan, perizinan, pendistributoran dan pemasaran sangat perlu diselesaikan agar tercapai usaha yang maju dan berkembang. Menyadari pentingnya peran UMKM, maka pemerintah memandang perlu adanya perhatian yang besar untuk mendorong perkembangan usaha tersebut, melalui pendekatan pemberdayaan usaha. Dalam hal ini Kementerian BUMN berupaya melakukan suatu *community relations* dengan membangun program Rumah BUMN Demak sebagai strateginya agar tercapai tujuan UMKM yang berhasil memajukan usahanya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengamati Rumah Kreatif BUMN Sebagai Strategi *Community Relations* dalam Mendorong Keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak. Metode penelitian yang digunakan yakni metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara mendalam dan studi pustaka. Subjek dalam penelitian ini adalah 3 informan, yaitu dari kordinator Rumah BUMN Demak dan 2 diantaranya dari pelaku UMKM. Dalam penelitian ini menggunakan *community relations* dan stakeholder concept.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Rumah BUMN Demak menerapkan strategi *community relations* dalam pelaksanaan programnya. Hasil dari penelitian ini adalah aktivitas yang dilakukan oleh Rumah BUMN Demak merupakan bentuk *commuity relations* yang mana untuk mendapatkan keberhasilan yaitu melalui tahap mengumpulkan fakta-fakta, tahap perumusan masalah, tahap perencanaan dan pemograman, tahap Aksi dan komunikasi, tahapan evaluasi. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah Rumah BUMN Demak ini tergolong masih baru dikalangan pelaku UMKM dan analisis yang dilakukan disini difokuskan pada strategi yang dilakukan oleh Rumah BUMN untuk meningkatkan kinerja UMKM. Namun pendekatan kualitatif yang dilakukan masih belum menjawab keberhasilan kinerja UMKM atas penerapan program oleh Rumah BUMN. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mencari sumber informasi lebih komunikatif.

Kata Kunci : *Community Relations, Stakeholder Concept*

RUMAH BUMN DEMAK SEBAGAI STRATEGI COMMUNITY RELATIONS DALAM MENDORONG KEBERHASILAN UMKM DI KAB. DEMAK

Ayu Assiyatus Sarifah

Communication Science – Collage of Language and Communication Science

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

ayuassiyatus@std.unissula.ac.id

ABSTRAK

This study concerned with an MSME's problems such as capital, licensing, distribution and marketing. Those were really need to be resolved in order to achieve an advanced and business improvement. Realizing the importance of the role of MSMEs, the government saw the needs for great attention to encourage the development of these businesses, through a business empowerment approach. In this case, the Ministry of SOEs carried out community relations by building Demak BUMN Home program as a strategy to achieve the goals of MSMEs that were successful in advancing their business.

The purpose of this study was to observe the BUMN Creative House as a Community Relations Strategy in Developing the Success of MSMEs in Demak Regency. The research method used is descriptive qualitative research. Data collection techniques used are in-depth interviews and literature study. The subjects in this study were 3 informants, namely from the coordinator of BUMN House Demak and they were from MSME actors. In this study used community relations and stakeholder concepts.

The conclusion of this study was that Demak BUMN House applied community relations strategy in the implementation of its program. The result of this research was that the activities carried out by BUMN House of Demak as a place of community relations which to get success through the stage of collecting facts, problem formulation stage, planning and programming stage, action and communication stage, evaluation stage. The limitation in this study was that Demak BUMN House was still relatively new among MSME actors and the analysis carried out was only focused on the strategies by SOE Houses to improve MSME performance. However, the qualitative approach did not answered the success of the performance of MSMEs on the implementation of the program by the BUMN House. The Future research was expected to find more communicative sources of information.

Kata Kunci : *Community Relations, Stakeholder Concept*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia semakin berkembang setiap tahunnya. Sesuai informasi dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, saat ini jumlah pelaku UMKM penghibur di tanah air sudah mencapai 60 juta. Jumlah ini diperkirakan akan terus berkembang sesuai dengan kemajuan mekanik dan kemampuan SDM yang terus berkembang. Tingginya perkembangan UMKM memberikan angin segar bagi perekonomian di Indonesia, salah satunya dengan efektif membuka banyak kinerja baru.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 20 Tahun 2008 Bab VI Pasal 20 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah, mengatur bahwa pemerintah dan pemerintah daerah memfasilitasi pengembangan usaha dengan cara memberi insentif Usaha Mikro Kecil Menengah mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan hidup.

Pertumbuhan jumlah pengusaha sektor UMKM yang semakin besar akan membuat sektor ini mampu memainkan peranan yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dalam 5 tahun terakhir mengalami peningkatan dari 57,84% menjadi 60,34%. Adapun di Kabupaten Demak juga terus mengalami peningkatan UMKM yang signifikan yaitu sampai 95%. Pada tahun 2019 jumlah pengusaha sektor ini tercatat sebanyak 28.755 unit yang terbagi untuk usaha mikro sebanyak 17.267 unit, usaha kecil 8.244 unit, dan usaha menengah 3244 unit.

Jumlah tersebut terus mengalami peningkatan setiap tahunnya dan berikut data UMKM yang tercatat di Kabupaten Demak pada tahun 2019 :

Tabel 1.1 Data UMKM Kabupaten Demak Per-Kecamatan 2019

No	Kecamatan	Jsaha Mikro	Usaha kecil	Usaha Menengah	Jumlah UMKM
1	Bonang	1.309	875	232	2.416
2	Demak	1.412	1.021	321	2.754
3	Dempet	875	365	150	1.390
4	Gajah	1.003	543	210	1.756
5	Guntur	1.206	448	221	1.875
6	Karanganyar	1.354	351	229	1.934
7	Karangawen	1.289	387	223	1.899
8	Karangtengah	1.379	840	282	2.501
9	Kebonagung	1.305	475	216	1.992
10	Mijen	1.267	452	209	1.928
11	Mranggen	985	588	220	1.793
12	Sayung	1.297	795	290	2.382
13	Wedung	1.286	457	187	1.930
14	Wonosalam	1.300	647	254	2.201
	Jumlah	17.267	9.244	3244	29.336

Sumber: LAKIP DISKOPERINDAG Kabupaten Demak Tahun 2019

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa data UMKM di wilayah Kabupaten Demak yang meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Tabel tersebut menunjukkan jumlah UMKM yang ada di tiap-tiap Kecamatan yang ada di Kabupaten Demak dengan total seluruh pengusaha sektor UMKM mencapai 29.336 pengusaha. Menyadari pentingnya peran UMKM, maka pemerintah memandang perlu adanya perhatian yang besar untuk mendorong perkembangan usaha tersebut, melalui pendekatan pemberdayaan usaha.

Akan tetapi banyaknya UMKM yang sudah bergerak disektornya masing-masing, ada saja hal yang masih kurang dalam mempromosikan UMKM yang ada di Kabupaten Demak. Maka dari itu banyak pelaku usaha menyayangkan hal tersebut, karena banyaknya masyarakat yang kurang sadar bahwa para pelaku usaha UMKM memiliki kualitas produk yang tidak kalah dengan produk lokal maupun internasional yang berpeluang go internasional.

Selain itu, banyak pengusaha UMKM yang berusaha membangun usahanya di tengah minimnya pembangunan. Se jauh mengembangkan keseriusan bisnis, penghibur sering dihadapkan dengan hambatan saat memajukan barang-barang mereka. Akhirnya, banyak perusahaan hanya bertahan selama 1-2 tahun, kemudian, pada saat itu, gagal karena produk atau layanan yang ditawarkan tidak solid atau tidak dapat bersaing. Banyak pelaku UMKM di Indonesia hanya mempertahankan bisnis yang bergantung pada tren sesaat tanpa melihat kapasitas terpendamnya. Apalagi pelaku UMKM membutuhkan informasi tentang kemajuan-kemajuan inovatif dan tidak bisa menggarapnya atau bisa disebut gagap inovasi. Salah satu faktor yang membuat penyebaran barang dagangan menjadi semakin tak terhindarkan adalah karena para

visioner bisnis belum memiliki pilihan untuk melakukan pemasarannya secara online. Beberapa dari mereka mungkin telah berhasil memamerkan barang-barang mereka melalui berbagai media berbasis internet, seperti media berbasis web, pusat komersial, pertemuan, dan sebagainya. Namun, secara praktis itu masih jauh dari ideal. Oleh karena itu, konsekuensi dari apa yang mereka dapatkan tidak sepenuhnya ideal.

Adapun terobosan yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan meluncurkan sebuah program yang dinamakan Program Rumah Kreatif BUMN. Program ini direncanakan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) bersama beberapa Badan Usaha Milik Negara, misalnya Bank BRI, BNI, Mandiri, BTN, Telkom, Pertamina dan PLN untuk membina batas dan kemampuan organisasi dalam area ini. Rumah Kreatif BUMN merupakan rumah bersama yang bergerak sebagai pusat informasi dan data, pusat pembinaan, pemajuan, dan digitalisasi kawasan UMKM. Melalui program ini, BUMN berperan dan dipercaya program ini dapat membantu para pelaku bisnis di daerah masing-masing. dapat membantu para pelaku-pelaku usaha yang berada di daerahnya masing-masing.

Program Rumah BUMN akan membantu dan memberdayakan pelaku UMKM dalam menyikapi kesulitan utama kemajuan usaha UMKM dalam hal memperluas keterampilan, memperluas akses promosi dan bekerja dengan masuknya modal. Bantuan Rumah Inovatif BUMN diwujudkan melalui interaksi aksi yang dimulai dari pendaftaran dan ujian umum baik secara disconnected maupun online.

Program Rumah Kreatif BUMN yang diterapkan di Kabupaten Demak dengan mengambil lokasi di area kantor Bank BRI Demak. Dan kantor cabang Bank BRI Demak menjadi penanggung jawab dalam berjalannya program Rumah BUMN Demak di Kabupaten Demak. Program ini bertujuan untuk memberdayakan ekonomi

kerakyatan, khususnya bagi para pelaku sektor usaha kecil, mikro dan menengah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian Indonesia.

Untuk meningkatkan kecepatan industri yang lebih cepat, itu juga mengalihkan penghibur uang tradisional. Rumah Demak BUMN perlu melengkapi sistem surat menyurat yang tepat kepada para pelaku UMKM, agar nantinya bisa berkreasi dan memiliki pilihan untuk bersaing dengan barang-barang lokal dan global. Diidentifikasi dengan kuat dengan metodologi dalam korespondensi, di mana siklus pengangkutan membutuhkan pengaturan.

Strategi komunikasi di sini merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan, khususnya tujuan pengembangan UMKM di era ekonomi digital. “Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu pencapaian.” (Effendy, Onong Uchjana, 2013: 32).

Sejalan dengan konsep *sustainable development* diberikan oleh The Commission for European Communities. Organisasi ini memandang CSR (yang disampaikan dalam dokumen The Green Paper), sebagai “*essentially a concept whereby companies decide voluntarily to contribute to a better society and a cleaner environment*”. Organisasi ini menilai bahwa perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial, bukanlah perusahaan yang semata-mata memenuhi kewajiban yang dibebankan kepadanya menurut aturan hukum melainkan perusahaan yang melaksanakan kepatuhan melampaui ketentuan hukum serta melakukan investasi lebih dibidang human capital, lingkungan hidup, dan hubungan dengan para pemangku kepentingan. (Solihin, 2015) Pada hakekatnya dalam menyusun, merencanakan dan mengkoordinasi CSR merupakan tugas dari *public relations* yang harus diberikan perhatian lebih untuk dapat membina hubungan baik.

Salah satu fungsi dari *public relations* yaitu dengan menjalankan kegiatan *community relations*, Community Relations yang merupakan turunan dari public relations dimaknai sebagai peningkatan dukungan dan posisi asosiasi secara lokal melalui berbagai upaya untuk kepentingan normal asosiasi dan daerah setempat. Jaringan dipandang penting bagi sebuah organisasi karena mereka memutuskan jalannya organisasi. Tanpa bantuan dan pengakuan perspektif yang baik dari masyarakat umum, organisasi tidak dapat berjalan seperti yang diharapkan. Sejalan dengan ini, asosiasi dibujuk untuk membuat proyek hubungan wilayah lokal untuk membangun wilayah lokal dan program hubungan wilayah lokal lebih berpusat pada membangun kepercayaan publik, menumbuhkan sekolah, bereaksi terhadap kebutuhan wilayah lokal dan mengembangkan lebih lanjut gambaran organisasi.

Dari hal-hal yang sudah dijelaskan diatas, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di seluruh Indonesia bekerja sama dalam membangun perekonomian nasional dengan menciptakan suatu program yang dapat membantu perkembangan ekonomi. Program ini juga diharapkan dapat menumbuhkan keberanian bagi para pelaku usaha yang tergabung dalam program ini untuk lebih kreatif dalam mengembangkan dan menciptakan produk-produk yang lebih berkualitas, sehingga tidak hanya berdampak positif bagi para pelaku sektor UMKM namun juga turut membantu membangun perekonomian nasional.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan peneliti tertarik untuk meneliti tentang inovasi yang diciptakan oleh corporate social responsibility (CSR) kementrian BUMN mengenai strategi *community relations* agar mampu mengembangkan usaha dan berkarya di era digitalisasi melalui program Rumah BUMN Demak sebagai pemberdayaan usaha mikro kecil menengah dengan judul “Rumah Kreatif BUMN

Sebagai Strategi Community Relations dalam Mendorong Keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana Rumah Kreatif BUMN Sebagai Strategi *Community Relations* dalam Mendorong Keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengamati Rumah Kreatif BUMN Sebagai Strategi *Community Relations* dalam Mendorong Keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak.

1.4 Signifikasi Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada bagi siapa saja yang membaca baik secara akademis, sosial ataupun secara praktis :

1.4.1 Signifikasi Praktisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan, Rumah BUMN dalam Rangka meningkatkan fungsi pelayanan sesuai tugas pokok dan fungsi yang di emban.

1.4.2 Signifikasi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam bidang studi ilmu komunikasi dan sebagai bahan pertimbangan bagi prodi ilmu komunikasi untuk bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak.

1.4.3 Signifikasi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat karena memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai program yang dilakukan oleh pemerintah.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma fenomenologi. Paradigma fenomenologi memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik, tidak terpisah-pisah satu dengan lainnya, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan antar gejala bersifat timbal balik (reciprocal), bukan entitas. Paradigma fenomenologi juga memandang realitas sosial itu sesuatu yang dinamis, berproses dan penuh makna subjektif. Realitas sosial tidak lain adalah konstruksi sosial. Terkait posisi manusia, paradigma fenomenologi memandang manusia sebagai makhluk yang berkesadaran dan bersifat intensional dalam bertindak (*intentional human being*).

Menurut Hendrarti (2011: 4), paradigma fenomenologi memandang bahwa ilmu sosial sebagai analisis sistematis atas (*socially meaningful action*) melalui pengamatan langsung terhadap aktor sosial dalam latar alamiah agar dapat memahami dan menafsirkan bagaimana para aktor sosial menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka.

paradiigma fenomenologis melihat realiitas sebagai sesuatu yang plural dan komprehensif. Analisis terhubung langsung dengan subjek di lapangan dalam hubungan terikat yang berharga, interaksi pemeriksaan terjadi secara berulang (not linier), bermaksud untuk mendorong spekulasi, dan hasil akhir atau penemuan bersifat terbuka, menyiratkan bahwa penemuan eksplorasi masih belum selesai. terbuka untuk dianalisis, diamandemen, bahkan untuk dituduh (being falsified).

Pandangan dunia fenomenologis memunculkan pemeriksaan subjektif yang sangat rumit dengan jenis yang tak terhitung jumlahnya dan masing-masing dengan gaya metodenya sendiri.

1.5.2 State Of The Art

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
	Herrukmi Septa Rinawati, Sri Sadewo	Pengembangan Model Kemitraan UMKM dengan Usaha Skala Sedang dan Besar di Jawa Timur Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR)	2019	Asosiasi pemerintah dalam membuat pedoman dapat memperluas organisasi visioner bisnis UMKM dengan organisasi menengah dan besar. Meski demikian, aturan tersebut juga diharapkan tidak menyusahkan perkumpulan tertentu dan dapat diketahui oleh perkumpulan yang bersangkutan. Selain itu, otoritas publik juga harus lebih dinamis dalam memadukan pentingnya Corporate Social Obligation (CSR) bagi

				pelaku UMKM dan bagi daerah setempat. Otoritas publik diandalkan untuk menyambut pihak swasta, BUMN, daerah dan berbagai mitra sehingga bisa mengambil bagian yang tepat untuk dikembangkan. Salah satunya melalui program CSR. Kemudian, pada saat itu, dengan model perluasan asosiasi UMKM dengan organisasi menengah dan besar, diyakini dapat mengatasi hambatan yang ada.
2.	Sitti Murniati Muhtar, Hafied Cangara, A. Alimuddin Unde	Strategi Komunikasi dalam Pelaksanaan Program Corporate Social	2013	penelitian ini menunjukkan bahwa prosedur korespondensi Humas PT. Semen Tonasa dalam pelaksanaan program-program CSR semakin diciptakan

		Responsibility (Csr) Oleh Humas Pt. Semen Tonasa Terhadap Komunitas Lokal Di Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan		sebagai keterusterangan dan kerjasama yang dinamis dari daerah sekitar. Teknik korespondensi Humas PT. Semen Tonasa dalam pelaksanaan program CSR sangat dipengaruhi oleh banyak variabel, dua di antaranya adalah pengakuan pengurus organisasi tentang adanya perkumpulan- perkumpulan yang perlu ikut dalam pelaksanaan/pelaksana program CSR dan pengakuan daerah setempat. terlibat dengan program CSR tentang syarat dan kendala yang dialami dalam melaksanakan program CSR. pelaksanaan program CSR.
--	--	---	--	--

				Diperkirakan bahwa metodologi korespondensi periklanan semakin dikembangkan sebagai keterusterangan dan minat dinamis dari wilayah lokal yang mencakup. Adapun unsur-unsur yang mempengaruhinya, dua di antaranya adalah pengakuan pengurus organisasi tentang adanya perkumpulan-perkumpulan yang perlu ikut serta dalam penyelenggaraan program CSR dan pengakuan daerah setempat yang terlibat dalam program CSR dalam hal prasyarat dan imperatif dalam menjalankan program CSR. Dipercaya bahwa organisasi akan
--	--	--	--	---

				mendorong lebih banyak metodologi korespondensi dengan asosiasi area lokal dan melacak jawaban untuk elemen yang memengaruhinya
3.	Reinalda Destriana Putri	Strategi Komunikasi Rumah Kreatif Sleman dalam Upaya Pengembangan UMKM di Era Ekonomi Digital	2020	Penelitian ini bertujuan untuk mengenal strategi komunikasi rumah kreatif Sleman dalam upaya pengembangan UMKM di era ekonomi digital. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Teori yang digunakan merupakan teori Harold D. Laswell tentang strategi komunikasi yang mencakup lima komponen yakni komunikator, pesan, komunikan, media dan efek. Pengambilan data menggunakan teknik

				wawancara dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di Rumah Kreatif Sleman. Hasil penelitian ini yaitu komunikator dipilih melalui rapat bersama, sedangkan pesan disusun dengan tujuan menarik perhatian UMKM untuk bergabung serta memberi pemahaman. Komunikas ditentukan dari usaha yang berdiri di Sleman. Media yang digunakan dibagi menjadi dua yaitu media eksternal dan internal. Pencapaian dari proses strategi komunikasi tersebut cukup positif, terbukti dengan selalu bertambahnya anggota UMKM yang bergabung. Selain itu UMKM mampu
--	--	--	--	--

				mengembangkan usahanya baik secara online maupun offline.
--	--	--	--	---

Pada penelitian pertama, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah pada subjek penelitian, bila pada penelitian pertama dilakukan di UMKM di Jawa Timur. Maka penelitian ini dilakukan pada UMKM yang ada di Kabupaten Demak dan yang menjadi tujuan penelitian sebelumnya untuk mengetahui pengembangan model kemitraan UMKM di Jawa timur kalau penelitian ini untuk mengetahui strategi community relation yang telah dilaksanakan BUMN dalam mendorong keberhasilan UMKM di Kab. Demak.

Pada penelitian kedua, Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah dari segi subjek yang dikaji, yakni seputar pengembangan usaha kecil serta teori yang digunakan. Perbedaannya terletak pada permasalahan belum maksimalnya digitalisasi bagi pelaku UMKM di Era Ekonomi Digital.

Pada penelitian ketiga, yang mebedakan dengan penelitian yang akan diteliti yaitu tentang strategi suatu lembaga atau organisasi serta teori yang digunakan. Perbedaannya terletak pada objek serta subjek penelitiannya.

1.5.3 Teori Penelitian

a. Community Relations

Community relations adalah berusaha untuk mendorong hubungan bersahabat antara organisasi atau asosiasi dan daerah setempat untuk memperluas perhatian sosial dan pengaturan bersama. Sementara otoritas hubungan kelompok orang mengenai masalah ini setuju, hubungan wilayah lokal adalah hubungan bisnis

yang umumnya menguntungkan dengan setidaknya satu mitra, untuk bekerja pada posisi organisasi untuk berubah menjadi organisasi yang layak untuk wilayah setempat. (Gregory, yang dikutip oleh Yosol Irianta dalam bukunya *community relations* 2013:21)

Menurut Profesor Universitas Stanford David P. Baron, *community relations* yang baik adalah sebuah kemitraan yang saling menguntungkan (Lattimore et al., 2012). Kemitraan tersebut berarti ada hubungan kerjasama dari perusahaan dengan komunitas (*community relations*). Hubungan tersebut berlangsung timbal balik sehingga saling menguntungkan satu sama lain, komunitas mendapatkan keuntungan dari perusahaan, begitu juga sebaliknya perusahaan mendapatkan keuntungan dari komunitas. Oleh karena itu tercipta hubungan yang saling membutuhkan dan saling mendukung satu sama lain. (Lattimore et al., 2010).

b. Stakeholder Concept

Ramizes dalam bukunya *Cultivating Peace*, mengidentifikasi berbagai pendapat mengenai stakeholder. Friedman mendefinisikan stakeholder sebagai: *“any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization’s objectives.”* Terjemahan bebasnya adalah sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan/ atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan tertentu. Kemudian Biset secara singkat mendefinisikan stakeholders adalah orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada permasalahan tertentu. Sedangkan Grimble and Wellard melihat stakeholders dari segi posisi penting dan pengaruh yang mereka miliki. Dari definisi tersebut, maka stakeholders merupakan keterikatan yang didasari oleh kepentingan tertentu. Dengan demikian, jika berbicara mengenai *stakeholders concept* berarti membahas hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak (Azheri, 2011:112).

Teori stakeholder mengatakan bahwa organisasi bukanlah suatu substansi yang hanya bekerja untuk keuntungannya sendiri tetapi harus memberikan keuntungan kepada mitranya. Hipotesis mitra disusun dari analisis dan kekecewaan terhadap ide investor atau Paradigma Friedman dengan tujuan akhir untuk meningkatkan kewajiban perusahaan, yang terletak pada tanggung jawab tunggal eksekutif kepada stakeholders.

1.6 Operasional Konsep

1.6.1 Rumah Kreatif BUMN

Rumah Kreatif BUMN (RKB) merupakan program yang dilakukan pemerintah sebagai terobosan terbaru kementrian BUMN guna mensejahterakan masyarakat. Rumah Kreatif BUMN disebut sebagai rumah bersama yang berperan sebagai pusat data dan informasi selain itu pusat edukasi, pengembangan, dan digitalisasi UMKM. Di Rumah Kreatif BUMN ini para pelaku UMKM dapat dibimbing dan didampingi untuk menjawab tantangan utama pengembangan usaha kecil menengah dalam hal peningkatan kompetensi, peningkatan akses pemasaran dan kemudahan akses permodalan.

Sistem pembinaan di Rumah Inovatif BUMN dimulai dari pendaftaran dan Penelusuran Informasi UMKM, siklus ini harus dimungkinkan terputus atau online melalui situs smartbisnis.co.id. Kemudian, para pelaku UMKM akan mengisi informasi mengenai kemampuan UMKM dan informasi item UMKM. Melalui tahap insightful information, UKM kemudian dapat memecah dan memilih informasi UMKM yang diidentifikasi dengan kemampuan dan klasifikasi UMKM.

Motivasi dibangunnya RKB ini adalah sebagai usaha untuk menggerakan perekonomian individu, khususnya bagi pelaku UMKM penghibur untuk lebih mengembangkan bantuan pemerintah dan perekonomian Indonesia. Selanjutnya untuk

memperluas keikutsertaan dalam mempromosikan pemanfaatan bisnis berbasis web, rekan-rekan yang dibina oleh BUMN, otoritas publik menjajaki barang-barang UMKM untuk dipamerkan di seluruh dunia dengan mengoordinasikan digitalisasi bisnis UMKM yang didorong oleh BUMN ke dalam panggung bisnis internet Blanja.com dan PasarProdukBUMN.

Dengan menggunakan kedua destinasi ini sebagai fasad ritel online, para dealer tidak akan dibatasi oleh kenyataan dalam mengiklankan barang-barang UMKM mereka. Selain itu, pengusaha kecil menengah yang didorong oleh Rumah Imajinasi BUMN dapat memperluas jangkauan promosi barang-barang BUMN ke publik dan secara mengejutkan tingkat dunia sambil juga meningkatkan intensitas.

1.6.2 Strategi

Pada dasarnya, metodologi adalah pengaturan dan dewan untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan ini, ia tidak mengisi sebagai yang membantu yang menunjukkan judul utama, tetapi harus memiliki pilihan untuk menunjukkan prosedur yang bermanfaat. Strategi memiliki pengaturan terkait dengan isu-isu yang membedakan apakah suatu afiliasi dapat bertahan terhadap tekanan dari dalam dan dari luar. Metodologi digambarkan sebagai kemampuan otoritatif (organisasi, otoritas, ucapan dan kekuasaan).

Strategi adalah suatu rencana dari suatu perusahaan, yang mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai kapan, dimana serta bagaimana harus bersaing dalam menghadapi lawan dengan maksud dan tujuan tertentu. Strategi diartikan sebagai pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan pokok, kebijakan dan serangkaian tindakan sebuah organisasi ke dalam suatu kesatuan yang kohersif. (Iriantara, 2013).

Strategi memiliki tiga tahap, yaitu :

1. Menetapkan tujuan dan sasaran.
2. Memformulasikan aksi dan strategi respon.
3. Kemudian menggunakan komunikasi efektif.

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu :

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan, dan mengkomunikasikan, tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaan pengerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai.
2. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
5. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.
6. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. Proses yang terus-menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan dan menggunakan sumber sumber daya, serta mengarahkan aktivitas pendukungnya. (Sofjan Assauri : 2013)

1.6.3 Community Relations

Community relations dalam pengertian relasi dengan community relations dipandang sebagai relasi yang dapat membuka ruang bagi pengakuan kewajiban sosial suatu yayasan atau perkumpulan. Kewajiban ini terus berkembang hingga menemukan suatu struktur yang menunjukkan keseimbangan dan kesesuaian posisi antara organisasi dan wilayahnya. Dengan demikian, wilayah tidak hanya dicirikan oleh wilayah, tetapi juga sebagai konstruksi di mana Kerjasama terjadi dengan alasan memiliki kesamaan kualitas dan minat, serta keuntungan yang dapat dirasakan oleh kedua pemain. hubungan wilayah lokal diciptakan untuk melayani asosiasi dan wilayah lokalnya sebagai kewajiban persahabatan.

Hubungan Community relations telah diselesaikan oleh beberapa usaha di semua yayasan administrasi, organisasi, sistem pendidikan, sekolah, lembaga bantuan pemerintah dan lain-lain. Hubungan wilayah lokal telah diuraikan oleh para ahli yang berbeda, termasuk seperti yang dicirikan oleh Pinnacle, khususnya "*community relations*", sebagai kapasitas periklanan, adalah suatu pembentukan yang diatur, dinamis dan berjalan dengan kerjasama dengan dan di dalam wilayah lokal untuk mengikuti dan meningkatkannya. keadaan saat ini untuk keuntungan yayasan dan daerah setempat." (Lattimore, 2012). Jadi pada dasarnya hubungan wilayah lokal adalah hubungan yang menguntungkan antara dua pertemuan. Kemudian, pada titik itu, hubungan area lokal yang layak adalah hubungan di mana hubungan yang ada dapat memiliki efek yang menguntungkan secara umum baik bagi organisasi maupun bagi area lokal.

Hubungan kelompok orang-orang hebat adalah organisasi keuangan yang umumnya berguna, tidak hanya memberikan hadiah uang untuk mendukung organisasi lokal. Lebih disukai, suatu perusahaan akan menyatukan aset, barang dan administrasi yang diberikan oleh organisasi, hubungan klien, pendaftaran, rencana struktur dan kantor hierarkis untuk meningkatkan area lokal dan membentuk area lokal di mana yayasan ditemukan.

1.6.4 Corporate Social Responsibility

Secara sederhana, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bagaimana sebuah perusahaan mengatur proses bisnisnya untuk untuk menghasilkan sebuah efek positif secara keseluruhan kepada masyarakat. Hal ini menyiratkan bahwa semua institusi sosial, mulai dari yang terkecil hingga perusahaan terbesar, bertanggung jawab terhadap perilaku anggotanya dan juga bertanggung jawab terhadap kelakuan buruk mereka (Seitel, 2016:117).

Corporate Social Responsibility (CSR) secara tegas diidentikkan dengan "pergantian peristiwa yang layak" misalnya sebuah asosiasi, khususnya organisasi, dalam melakukan latihannya, harus mendasarkan pilihannya tidak hanya didasarkan pada efeknya pada sudut pandang moneter, seperti manfaat atau keuntungan, tetapi selain itu harus mempertimbangkan efek sosial dan alam yang muncul dari pilihannya. , baik untuk saat ini maupun untuk jangka waktu yang lebih panjang. Dengan kesepakatan ini, CSR dapat dikatakan sebagai komitmen organisasi untuk tujuan peningkatan ekonomi melalui *sway the board* (membatasi konsekuensi yang merugikan dan menambah efek positif) pada keseluruhan mitranya.

John Elkington menegaskan bahwa *corporate social responsibility* merupakan sebuah konsep organisasi, terutama (tidak hanya) perusahaan, memiliki kewajiban untuk mempertimbangkan kepentingan pelanggan, karyawan, pemegang

saham, masyarakat, dan pertimbangan ekologis mereka. Kewajiban ini adalah untuk melampaui kewajiban hukum mereka serta mematuhi undang-undang (Azheri, 2011:25).

Menurut Prince of Wales international Business Forum, ada lima pilar aktivitas CSR yaitu sebagai berikut:

1. Building Human Capital, berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal, sedangkan secara eksternal perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat.
2. Strengthening Economies, perusahaan dituntut tidak untuk menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin. Perusahaan harus memberdayakan ekonomi sekitarnya.
3. Assessing Social Cohesion, upaya untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik.
4. Encouraging good Governance, perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, harus mengacu pada Good Corporate Governance (GCG).
5. Protecting The Environment, perusahaan harus berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan. (Azheri, 2011:28).

1.6.5 Badan Usaha milik Negara (BUMN)

BUMN adalah badan usaha milik negara yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan dijelaskan dalam Undang-undang No. 19 Tahun 2003 Pasal 1 ayat 1 BUMN berperan dalam kegiatan usaha pada hampir seluruh sektor perekonomian seperti : Sektor pertanian, sektor perikanan, perkebunan, kehutanan, manufaktur, pertambangan, keuangan, pos dan telekomunikasi, transportasi, listrik, industri dan perdagangan serta konstruksi. Dengan

memperhatikan sifat BUMN yaitu untuk memupuk keuntungan dan melaksanakan kemanfaatan umum, dalam undang-undang ini BUMN disederhanakan menjadi dua bentuk yaitu : Perusahaan Perseroan (PERSERO) yang bertujuan memupuk keuntungan dan Perusahaan Umum (PERUM) guna menyediakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

BUMN memberikan kontribusi yang positif untuk perekonomian Indonesia. Pada sistem ekonomi kerakyatan, BUMN ikut berperan dalam menghasilkan barang atau jasa yang diperlukan dalam rangka mewujudkan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Karena itulah BUMN tidak hanya perusahaan yang mencari laba saja, akan tetapi juga dapat berupa perusahaan nirlaba yang memiliki tujuan untuk menyediakan barang maupun jasa untuk masyarakat.

Badan usaha milik negara memiliki ciri-ciri atau karakteristik. Secara umum Badan Usaha Milik Negara memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Seluruh atau sebagian besar modalnya milik negara
2. Melayani kepentingan umum, selain untuk memperoleh keuntungan.
3. Pengawasan baik secara hirarki maupun secara fungsional dilakukan oleh pemerintah.
4. Kekuasaan penuh dalam menjalankan kegiatan usaha berada di tangan pemerintah.
5. Wewenang dalam menetapkan kebijakan perusahaan berada di tangan pemerintah
6. Dapat menghimpun dana dari pihak lain, baik berupa bank maupun nonbank
7. Semua risiko yang terjadi sepenuhnya merupakan tanggung jawab pemerintah.

Manfaat dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ialah sebagai berikut :

1. Memberikan kemudahan bagi setiap masyarakat didalam memperoleh kebutuhan hidup yang berupa barang dan juga jasa
2. Membuka serta memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakatan angkatan kerja
3. Mencegah terjadinya monopoli pihak swasta dipasar didalam pemenuhan barang dan juga jasa
4. Meningkatkan kuantitas serta kualitas dalam komoditi ekspor yang berupa penambah devisa baik itu migas ataupun non migas.
5. Mengisi kas negara yang bertujuan ialah untuk memajukan dan juga mengembangkan perekonomian negara.

1.6.6 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM merupakan suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau juga badan usaha yang dalam hal ini termasuk juga sebagai kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro. Peraturan mengenai UMKM sudah dibahas didalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah memperkuat struktur perekonomian nasional.

Keadaan darurat keuangan publik saat ini telah sangat mempengaruhi kesehatan publik, moneter dan politik, yang dampaknya berdampak pada kinerja organisasi besar yang memburuk, sementara UMKM dan koperasi pada umumnya masih siap untuk mengikuti latihan bisnis mereka.

Secara umum, tujuan atau fokus yang ingin dicapai adalah pengakuan terhadap Usaha Kecil Menengah (UMKM) yang solid dan mandiri yang memiliki intensitas tinggi dan berperan penting dalam penciptaan dan peredaran kebutuhan pokok, komponen mentah, adil seperti dalam arus kas untuk menghadapi kontes gratis.

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis fenomenologi dipilih untuk memudahkan dalam penelitian. Metode Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang memfokuskan pada pemahaman kejadian sosial dari sudut pandang komunitas secara deskriptif. Dengan kata lain, metode ini lebih mengarahkan pada penelitian yang bersifat menjelaskan gambaran secara jelas dan sesuai dengan fakta di lapangan.

Penelitian kualitatif menurut Moleong (2017:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Menurut Bogdan dan Taylor, yang dikutip oleh Moleong (2017:4) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Metode Deskriptif menurut sugiyono (2012:29). Adalah sebagai berikut :

“Analisis deksriptif merupakan metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap suatu objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya.”

Dengan kata lain metode penelitian deskriptif mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya.

Penelitian Deskriptif ditujukan untuk :

1. Mengumpulkan informasi secara rinci yang menggambarkan seluruh gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan dan evaluasi
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari oengalaman mereka untuk rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Penelitian ini memakai pendekatan paradigma fenomenologi yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dinamis, penuh makna dan hubungan gejala interaktif.

Fenomenologi, sesuai dengan namanya, adalah ilmu (logos) mengenai sesuatu yang tampak (phenomenon). Fenomenologi adalah studi tentang pengetahuan yang berasal dari kesedaran, atau cara memahami suatu objek atau peristiwa dengan mengalaminya secara sadar (Littlejohn, 2013:184).

Fenomenologi menjelaskan konstruksi kesadaran dalam pengalaman manusia. Pendekatan fenomenologis mencoba membiarkan realitas mengungkap dirinya secara normal. Melalui penelitian subjek diizinkan untuk menceritakan berbagai aspek pengalaman mereka yang diidentifikasi dengan

kekhasan/kesempatan. Studi fenomenologis menerima bahwa setiap individu menghadapi keganjilan dengan segala kesadarannya. Pada akhirnya, penyelidikan fenomenologi berencana untuk menyelidiki perhatian yang paling mendalam terhadap subjek sehubungan dengan pertemuan mereka dalam suatu kesempatan.

Hasil dari penelitian ini diharapkan untuk memberikan gambaran dan pemaparan konsep penelitian secara mendalam mengenai “Rumah Kreatif BUMN Sebagai Strategi Community Relations Dalam Mendorong Keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak”.

1.7.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, di mana peneliti akan mengkaji Rumah BUMN Demak Sebagai Strategi Community Relations dalam Mendorong Keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak.

1.7.2 Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Kreatif BUMN yang berlokasi di Kantor BRI Demak. (Jl. Sultan Fatah no. 676, Kauman, Bintoro, Demak, Jawa Tengah).

1.7.3 Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif pemilihan informan sebagai subjek penelitian tidak selalu mewakili seluruh objek yang diteliti. Tetapi informan diteliti karena memiliki pengetahuan yang cukup serta mampu menjelaskan keadaan yang sebenarnya tentang Rumah Kreatif BUMN Sebagai Strategi Community Relations dalam Pengembangan Unit Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Demak. Pada penelitian ini, subjek penelitian merupakan Koordinator Rumah Kreatif BUMN Demak dan salah satu pelaku UMKM Demak.

1.7.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu berupa data program yang diterapkan, foto penerapan program, serta segala sesuatu yang dapat menginterpretasikan program Rumah Kreatif BUMN.

1.7.5 Sumber Data

- **Data Primer**

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung atau tanpa perantara. Informasi ini dapat berupa wawancara luar dan dalam dengan subjek penelitian mengenai apa yang sedang dipertimbangkan. Kemudian, pada saat itu juga dapat memanfaatkan teknik persepsi atau persepsi dengan memperhatikan sebuah artikel atau apapun yang bisa menjadi bahan penelitian.

- **Data Sekunder**

Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung, seperti buku, pustaka, arsip yang merupakan data milik orang lain yang diperoleh atau dicatat melalui penelitian orang lain tersebut.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Peneliti mengumpulkan data dengan cara mewawancarai subjek penelitian secara mendalam guna mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya dari objek penelitian.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.

c. Studi Pustaka

Data ini didapatkan dari pustaka, berupa buku, jurnal, dan penelitian yang hampir sesuai dengan penelitian ini.

1.7.7 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data kualitatif digunakan ketika informasi yang dikumpulkan dalam eksplorasi adalah informasi subjektif. Pemeriksaan informasi subjektif bersifat induktif, khususnya penyelidikan yang bergantung pada informasi yang diperoleh, kemudian pada saat itu dibuat suatu desain hubungan tertentu atau berubah menjadi suatu anggapan. Dugaan-dugaan tersebut ditentukan berdasarkan informasi tersebut kemudian, kemudian, mencari informasi tersebut berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat diselesaikan apakah kecurigaan tersebut diakui atau dihilangkan tergantung pada informasi yang dikumpulkan.

Analisis data kualitatif dijabarkan dalam beberapa tahap. Tahapan dalam menganalisis data dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Transkrip wawancara

Setelah melakukan penelitian dengan pengumpulan data berupa wawancara, peneliti akan memindahkan data wawancara ke dalam transkrip wawancara untuk nantinya dapat dikategorikan sesuai dengan yang ditentukan.

b. Reduksi Data

Peneliti akan melakukan koding atau pemberian kode terhadap tiap-tiap data yang telah dikumpulkan agar dapat diketahui sumbernya, juga menghilangkan data yang dianggap tidak mendukung dalam penelitian.

c. Penyajian

Peneliti menyusun dan memilah kedalam bagian-bagian yang memiliki kesamaan, dan setiap kategori diberi nama.

d. Menarik Kesimpulan

Peneliti mencari keterkaitan antara kategori satu dengan kategori yang lain kemudian ditarik kesimpulan. Dalam tahap ini peneliti akan melakukan beberapa tahap penarikan kesimpulan dari tiap-tiap kategori yang ditentukan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

1.7.8 Kualitas Data

a. Melakukan Verifikasi Data

Verifikasi data adalah metode yang terlibat dengan memeriksa informasi yang diperoleh oleh ilmuwan untuk pemasok informasi. Alasan sebagian melihat adalah untuk mengamati sejauh mana informasi yang didapat sesuai dengan apa yang diberikan kepada penyedia informasi. Dengan asumsi informasi yang ditemukan diselesaikan oleh pemasok informasi, ini menyiratkan bahwa informasi tersebut sah dan selanjutnya lebih dapat diandalkan. Namun, informasi yang ditemukan oleh spesialis dengan pemahaman yang berbeda tidak diselesaikan oleh penyedia informasi, sehingga ilmuwan berharap untuk berbicara dengan pemasok informasi dan jika hal yang penting tajam, analisis perlu mengubah penemuannya dan perlu mengubahnya menjadi apa yang secara khusus diberikan oleh pemasok informasi.

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Deskripsi Community Relations

2.1.1 Community Relations Sebagai Pelaksana Humas

Sebagai perusahaan negara BUMN (Badan Usaha Milik Negara) adalah perusahaan yang baik seluruh maupun sebagian usahanya dimiliki oleh negara, serta dikontrol langsung oleh pemerintah. Keberadaan BUMN di Indonesia sangat berpengaruh, khususnya untuk membantu pemerintah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat serta untuk meningkatkan efisiensi pelayanan umum. BUMN selalu berusaha yang terbaik untuk membuat Indonesia berkembang, dan salah satu caranya adalah dengan ikut menyeret UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) sebagai medianya.

Totalitas BUMN untuk semakin menaik kelaskan UMKM juga saat terlihat. Bahkan BUMN memiliki program khusus untuk memaksimalkan dukungannya kepada UMKM, yakni Program RKB. RKB adalah kepanjangan dari Rumah Kreatif Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan salah satu program inisiatif Kementerian BUMN dan BUMN untuk pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagaimana diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN Pasal 2 Ayat (1) huruf e yang disebutkan bahwa salah satu maksud dan tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi dan masyarakat.

Itu semua diluar upaya sungguh-sungguh yang terus dilaksanakan perusahaan dalam rangka mengelola sumber daya lingkungan, agar generasi mendatang mampu memenuhi sendiri kebutuhan terhadap sumber daya. Dan ini komitmen yang tidak

sekedar tertuang diatas kertas sebagai kebijakan dan panduan tata kelola perusahaan, melainkan yang pertama dan terutama ditunjukkan melalui aksi koorporasi untuk memberikan nilai tambah bagi masyarakat di sekitar pabrik selaku pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Community Relations merupakan kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait (*stakeholder*) melalui komunikasi dan informasi, untuk meningkatkan hubungan baik dengan sekelompok masyarakat dan pemerintah setempat melalui bantuan konsultasi publik dan bantuan penyuluhan. Community Relations didasarkan pada prinsip bahwa Rumah BUMN Demak perlu membangun suatu hubungan yang baik dan setara dengan masyarakat, termasuk didalamnya dengan cara melaksanakan program-program yang dicanangkan. Dengan demikian terbangun hubungan simbiosis mutualisme dari kedua belah pihak.

Sebagai fungsi pelaksanaan hubungan masyarakat (*humas*), komunitas lokal yang disini disebut sebagai para pelaku UMKM dipandang satu kesatuan dengan memberi manfaat timbal balik. Aturan latihan periklanan adalah untuk memadukan hubungan antara organisasi dan kepala dan perwakilannya dengan area lokal di sekitar organisasi. Koneksi yang harus dipupuk oleh iklan adalah koneksi sesaat, tetapi juga koneksi jarak jauh. Hubungan yang saling melengkapi dengan perasaan memiliki tempat dibutuhkan oleh organisasi agar organisasi memperoleh dukungan komunitas.

Selain itu, Program *community relations* dilaksanakan untuk mencapai beberapa tujuan, yaitu :

1. Memberikan informasi pada komunitas tentang organisasi itu sendiri, produk yang dihasilkan, pelayanan yang diberikan serta aktivitas yang dilakukan.

2. Mendapatkan dukungan secara hukum yang akan mempengaruhi iklim kerja komunitas.
3. Mengetahui sikap, pengetahuan dan harapan komunitas.
4. Membantu perkembangan ekonomi lokal dengan membeli barang-barang kebutuhan dari wilayah setempat.

Berdasarkan tujuan tersebut tampak bahwa program community relations sesungguhnya tidak hanya masalah perbaikan ekonomi, namun disertai juga upaya pemberdayaan akses informasi dan komunikasi. Penentuan tujuan itu sendiri dipengaruhi oleh karakter komunitas.

2.2 Rumah Kreatif BUMN

Rumah Kreatif BUMN merupakan wadah bagi langkah kolaborasi BUMN dalam membentuk *Digital Economy Ecosystem* melalui pembinaan bagi UMKM untuk meningkatkan kapasitas dan kabilitas UMKM itu sendiri. Rumah Kreatif BUMN akan diperankan sebagai pusat data dan informasi serta sebagai pusat edukasi. Tujuan utama Rumah Kreatif BUMN (RKB) adalah membantu akses pemasaran UMKM di Indonesia melalui digital e-commerce. Selain itu guna meningkatkan kualitas UMKM dan diharapkan berdampak kepada kemajuan dan peningkatan usaha UMKM yang dapat menciptakan sebuah *Digital Economy Ecosystem* yang baik.

Awal pembentukan Rumah Kreatif BUMN pada tahun 2016 dengan Rumah Kreatif BUMN yang pertama kali dibangun yaitu Rumah Kreatif BUMN Labuan Bajo oleh PT Telekomunikasi Indonesia (persero) Tbk. Sampai saat ini telah terbentuk 242 RKB yang tersebar seluruh provinsi di Indonesia dengan melibatkan 14 BUMN.

Berikut adalah daftar BUMN yang terlibat dan mendirikan Rumah Kreatif BUMN :

1. PT Telekomunikasi Indonesia (persero) Tbk mendirikan sebanyak 46 RKB

2. PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk mendirikan sebanyak 55 RKB
3. PT Bank Mandiri (persero) Tbk mendirikan sebanyak 19 RKB
4. PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk mendirikan sebanyak 45 RKB
5. PT Bank Tabungan Negara (persero) Tbk mendirikan sebanyak 10 RKB
6. PT Semen Indonesia (persero) Tbk mendirikan sebanyak 1 RKB
7. PT Pertamina (persero) Tbk mendirikan sebanyak 29 RKB
8. PT Perusahaan Listrik Indonesia (persero) Tbk mendirikan sebanyak 27 RKB
9. PT Indonesia Asahan Alumunium (persero) Tbk mendirikan sebanyak 1 RKB
10. PT Perkebunan Nusantara (persero) Tbk mendirikan sebanyak 3 RKB
11. PT Angkasa Pura II (persero) Tbk mendirikan sebanyak 1 RKB
12. Perum Percetakan Uang Republik Indonesia mendirikan sebanyak 3 RKB
13. PT Bukit Asam Tbk mendirikan sebanyak 3 RKB
14. PT Semen Batu Raja Tbk mendirikan sebanyak 1 RKB

Proses pendampingan di dalam Rumah Kreatif BUMN ini diawali dengan registrasi dan Analisa Data UKM, proses ini bisa dilakukan melalui offline ataupun online melalui website smartbisnis.co.id selanjutnya pelaku UKM akan mengisi data yang menyangkut tentang kompetensi UKM dan data produk UKM. Dengan melalui platform data analitik, selanjutnya UKM dapat melakukan analisa dan seleksi data UKM terkait kompetensi dan ketegori UKM tersebut.

Proses selanjutnya adalah seleksi UKM, di mana dengan klasifikasi kompetensi medium sampai dengan high akan diarahkan langsung pada tempat Konsultasi dan Quality Control. Di sini pelaku UKM akan didampingi oleh para ahli dalam pengembangan usaha mereka untuk meningkatkan kualitas produknya, standarisasi bahan baku, standarisasi produksi, bimbingan pengembangan produk baru, packaging, branding, sampai dengan bimbingan pendanaan.

Visi :

Menjadikan produk kreatif salah satu primadona penghasil devisa bagi daerah dan nasional, serta menjadi salah satu solusi mengatasi masalah sosial dan ketenagakerjaan.

Misi :

- Membangun apresiasi masyarakat terhadap kreativitas, kewirausahaan dan kewiraniagaan yang bisa dilakukan siapa saja, dapan saja, dan kapan saja.
- Menjadikan kreativitas, kewirausahaan dan kewiraniagaan sebagai budaya, usaha dan niaga masyarakat untuk masa depan.
- Mengembangkan berbagai sektor kreatif, usaha dan niaga yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan.

2.2.1 Profil Rumah BUMN Demak

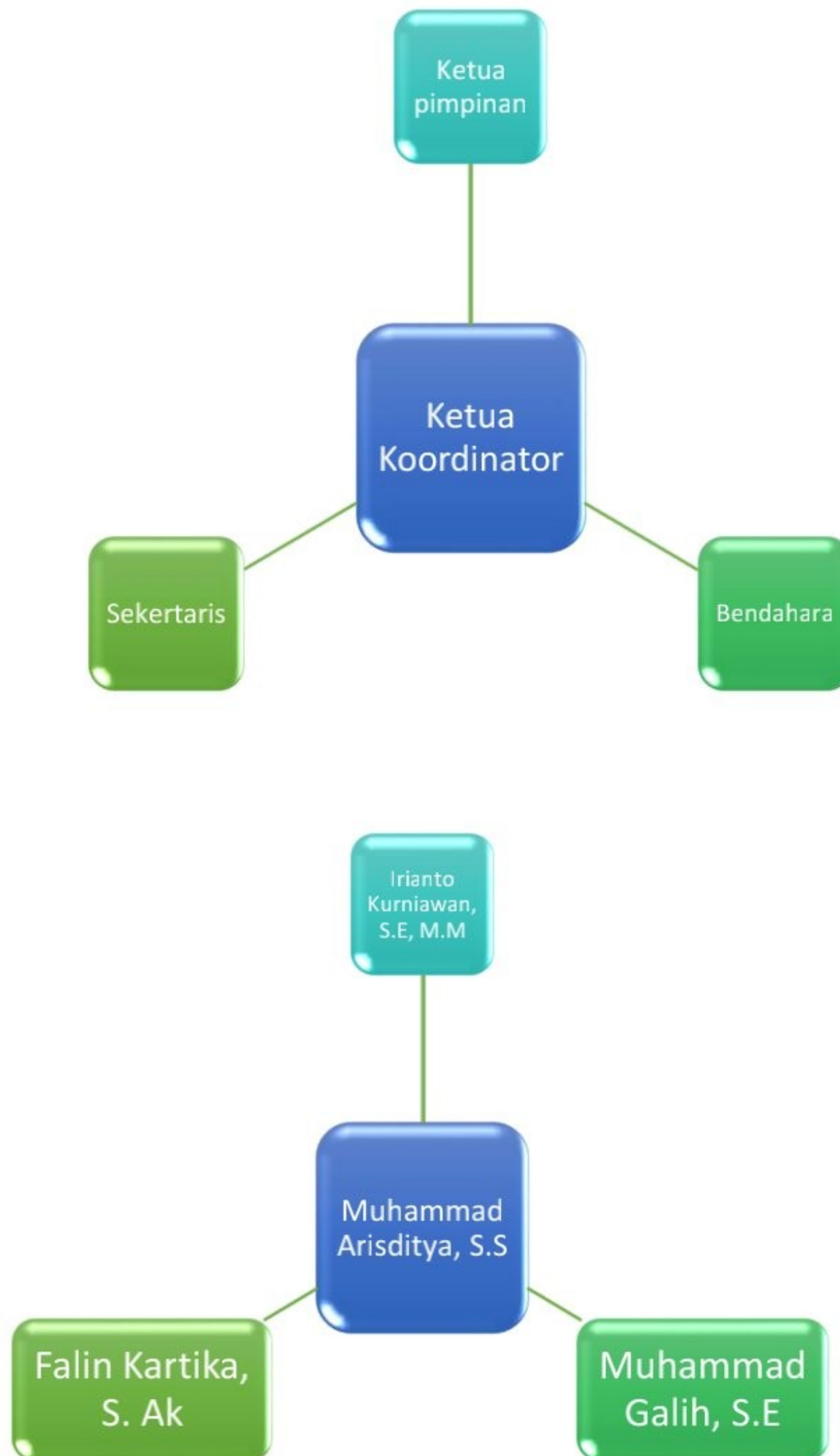
Rumah Kreatif BUMN Demak atau yang biasa disebut dengan Rumah Kreatif Demak merupakan sebuah wadah pengembangan bagi pelaku UMKM untuk belajar dan mengelolah usahanya di era digital 4.0 para pengusaha pemula maupun yang sudah menengah dibina dan diakomodasikan oleh Rumah BUMN Demak dan diberikan fasilitas berupa pameran, konsultasi, pelatihan dan sebagainya. Rumah Kreatif Demak melibatkan Program Teras BRI yang mana telah memberikan ruang dan tempat binaan UMKM yang ada di Kabupaten Demak . Rumah Kreatif Demak didirikan pada Januari 2020. Lokasinya berada di Kantor BRI Demak. (Jl. Sultan Fatah no. 676, Kauman, Bintoro, Demak, Jawa Tengah). Saat ini jumlah pelaku usaha yang telah terdaftar di Rumah Kreatif Demak yaitu 249 anggota yang sudah aktif mengikuti program pelatihan. Adapun nama UMKM sebagai berikut :

Nama UMI	Nama Pem	Nomor KTFNPWP	Email	Nomor Tel	Nomor Har	Alamat	Provinsi	Kab/Kota	Kecamatan	Kelurahan	Kode POS	Kategori U
DugDer	Ronto	'3321111105810003	dugderdm	'08123456	'08123456	BETOKAN	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Betokan	59512	FASHION/E
Tiga Guda	Nadlirun	'3321131808730002	tigagudang		'08822547	Jl. Raya M	Jawa Teng	Kab. Dema	Wedung	Berahan W	59554	MAKANAN
Kayla Snac	Sari Yuniat	'3515114106740001	ikwan.prat		'08781088	Jln semara	Jawa Teng	Kab. Dema	Karang Ter	Karangtow	59561	MAKANAN
Guereh	Yusuf Usm	'3314090805900000	guerehwec		'08123456	"Yusuf Us	Jawa Teng	Kab. Dema	Wedung	Ruwit	59554	MAKANAN
Nur cahya	Nur inayah	'3321045207760005	nurcahayal		'08123456	"Nur inaya	Jawa Teng	Kab. Dema	Sayung	Bulusari	59563	MAKANAN
mother col	Mujtahidur	'3321021205750001	mothercoll		'0813-9045	"91202068	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Tlogorejo	59566	FASHION/E
Turki Ostr	Turki Ostr	'3321031005790008	turkiostma		'08123456	"Turki Ostr	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Turitempel	59565	FASHION/E
"Olahan ik	Susmadi	'3321041811620002	susmadisri		'08123456	"Susmadi"	Jawa Teng	Kab. Dema	Sayung	Sriwulan	59563	MAKANAN
Enamura	Rr. SRI RA	'3321016011780004	enakmurar		'08123456	"Rr. SRI RA	Jawa Teng	Kab. Dema	Mranggen	Mranggen	59567	MAKANAN
BENGKEL A	LUTFIYAN	'3321011007900006	bengkelan		'08123456	"LUTFIYAN	Jawa Teng	Kab. Dema	Mranggen	Kembangai	59567	JASA
HIDAN	FERY ROH	'3321074102930003	hidanmaka		'08123456	"FERY RO	Jawa Teng	Kab. Dema	Wedung	Jetak	59554	MAKANAN
BELIDA	DWI SETIA	'3321125811930003	belidakeru		'08532607	Ds. Purwor	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Purworejo	59552	MAKANAN
INDO KHIL	ALI SYUKR	'3321122503810001	indokhilyal		'08522458	DS. MORO	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Morodema	59552	MAKANAN
TIGA PUTR	AHMAD SL	'3321120607700011	tigaputrark		'08532877	DS. KRAJA	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Krajanbog	59552	MAKANAN
4 BERSAUC	MUSTAGHI	'3321121609920006	4bersauda		'08524631	DS. PURW	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Purworejo	59552	MAKANAN
INDO SNAC	MUSTAFA	'3321121111720002	indosnack		'08132568	L Ds. Sumt	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Sumberejo	59552	MAKANAN
BONANG CA	AHMAD ZA	'3321122003930004	bonanggor		'08122811	DS. GEBAN	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Gebangaru	59552	CRAFT/KEF
Soya Fresh	SITI UMAR	'3321125106840006	soyafreshb		'08121577	Ds. Wonos	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Wonosari	59552	MAKANAN
Sinar Sejah	Khorotun	'3321126105670002	sinarsejah		'08121592	/ Sinar Seja	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Morodema	59552	MAKANAN
STIK LELE	SAFAATUN	'3321124805930004	stiklelebon	'08131430	'08131430	Ds. Serang	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Serangan	59552	MAKANAN
S K A	SUBHAN	'3321120711760004	skabonang		'08122644	Ds. Tridon	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Tridonorejo	59552	CRAFT/KEF
Seilila	Supiah	'3321125203780006	seililasnac		'08522552	Seilila Kare	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Tridonorejo	59552	MAKANAN
Samudra Ir	Uswatun K	'3321126709850004	samudrain		'08232976	Ds. Purwor	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Purworejo	59552	MAKANAN
SANGLY	YANUARIT	'3321114201860001	sanglymad		'08121521	(SANGLY) E	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Cabean	59517	MAKANAN
BANAROS	FAROCHA	'3321115106720002	banarossn		'08139138	KUWOLO	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Kalililik	59514	MAKANAN
KERIPIK PI	PURHAYAT	'3321114506720002	keripikpisa		'08122502	Desa Kara	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Karangmla	59517	MAKANAN
AYAM GEP	FADILIA RA	'3321114401900001	ayamgepul		'08239492	PERUM WI	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Katonsari	59516	MAKANAN
KUB. MAJU	JUMADI	'3321113010700001	kubmajum		'08529382	Desa Dono	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Donorejo	59517	CRAFT/KEF
Dhina Novi	Dhina Novi	'3321114111830001	salepisang	'08222517	'08222517	Jl. Tanjung	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Katonsari	59516	MAKANAN
Wingko Ke	DWI ENDA	'3321055304780001	wingkoketi		'082 123 3	DWI ENDA	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Mangunjiw	59515	MAKANAN
EKO BAGU	EKO BAGU	'3315192911880001	ekobagus		'085 742 2	EKO BAGU	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Mangunjiw	59515	FASHION/E
Raisya Cra	Fury Gustir	'3321114308830001	raisyacraff		'08529330	Raisya Cra	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Katonsari	59516	CRAFT/KEF
WeEeDeW	Sri Endang	'3321105607820003	weeedewe		'085 641 0	Ds. Betoka	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Betokan	59512	FASHION/E
HIMAWAN	HIMAWAN	'3321116504730002	himawanid		'08961810	HIMAWAN	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Bintoro	59511	MAKANAN
SARI KUNIR	RHEZA IM	'3324086708910008	sarikuniras		'08229915	RHEZA IM	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Kalikondan	59517	MAKANAN
MAJU MAK	JUMADI	'3321113010700001	majumakm		'085 293 8	Ds. Donore	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Donorejo	59517	CRAFT/KEF
WINGKO FI	AGUS RIYA	'3321111106840002	wingkofitri		'08564024	(WINGKO F	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Tempuran	59517	MAKANAN
ZAHIRA HI	GUNAWAN	'332111060386000	zahirahijab		'08574062	GUNAWAN	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Cabean	59517	FASHION/E
RASYA DO	RATIH MU	'3321114702920001	rasyadonut		'08213840	RATIH MU	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Katonsari	59516	MAKANAN
RONDO 19	WAKHID N	'3321111708860002	rondo19da		'08789871	WAKHID N	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Betokan	59512	MAKANAN
RUMAH KL	ANNASIKH	'3321084903880001	rumahkuef		'08139083	ANNASIKH	Jawa Teng	Kab. Dema	Dempet	Dempet	59573	MAKANAN
SPREI HAN	TITIN SA'D	'3321074111930001	titinspreih		'08965452	TITIN SA'D	Jawa Teng	Kab. Dema	Dempet	Dempet	59573	CRAFT/KEF
JANAH RIF	JANAH RIF	'3321074309690002	janahrifat		'08387889	JANAH RIF	Jawa Teng	Kab. Dema	Dempet	Kunir	59573	MAKANAN
FORTUNA	MAHMUDA	'3321075907790001	fortunabua		'08122800	MAHMUDA	Jawa Teng	Kab. Dema	Dempet	Dempet	59573	MAKANAN
LAMPION	PEMUDA R	'3321072008950005	lampionner		'08213539	PEMUDA R	Jawa Teng	Kab. Dema	Dempet	Merak	59573	CRAFT/KEF
Makanan F	SUNARTI	'3321074608770001	sunartisna	'08213368	'08213368	SUNARTI 3	Jawa Teng	Kab. Dema	Dempet	Brakas	59573	MAKANAN
Novita Sna	SRI RAHAY	'3321085901720002	novitasnac		'08132567	SRI RAHAY	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Jatisono	59581	MAKANAN
MOCH SUK	MOCH SUK	'3321080206800001	sukronman		'085 290 2	Ds. Kedond	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Kedondong	59581	MAKANAN
Didik Prayi	Didik Prayi	'3321082402910001	didikprayit		'08587630	Didik Prayi	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Banjarsari	59581	CRAFT/KEF
NURUL QC	NURUL QC	'3321085906890001	nqkeripikpi		'082 225 8	NURUL QC	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Kedondong	59581	MAKANAN
SUKISWOR	SUKISWOR	'3321080612710001	sukisworos		'08123456	SUKISWOR	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Wilalung	59581	MAKANAN
KRISPTL	KEVI TRIANI	'3321110808950002	kripstelker		'089 697 3	EVI TRIANI	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Kedondong	59581	MAKANAN
BATIK MLA	ARIF PURV	'3315102304760001	batikmlatf		'08529016	ARIF PURV	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Mlatiharjo	59581	FASHION/E
ZAFIRLY E	Rumiyati	'3321085903750001	zafirlyeggr		'08527468	Rumiyati (	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Kedondong	59581	MAKANAN
ALAM CAT	PUAYAH	'3321084605720001	alamcateri		'08529052	PUAYAH (	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Banjarsari	59581	MAKANAN
MCC CHIF	MIRZA PA	'3327095111900016	mccchifon		'08224244	MIRZA PA	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Jatisono	59581	MAKANAN
SITI KHOIR	SITI KHOIR	'3321035310730001	sitikhoiriya		'08122632	SITI KHOIR	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	MAKANAN
LASMINI ja	LASMINI	'3321035303760001	lasminijam	'08121536	'08121536	LASMINI D	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	MAKANAN
M. Abdul S	M. Abdul S	'3321030805790003	kerupukdar		'08587843	M. Abdul S	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	MAKANAN
KUNTARN	KUNTARN	'3321031795710001	kuntarnofa		'08522615	KUNTARN	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	FASHION/E
Mukhayani	Mukhayani	'3321036802820002	mukhayani		'08121593	Mukhayani	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Blerong	59565	MAKANAN
M ALI MU	M ALI MU	'3321031509750001	alimuntoha		'08122868	M ALI MU	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Sukorejo	59565	CRAFT/KEF
NUR KHAY	NUR KHAY	'3321030911620003	petiscapud		'08529075	NUR KHAY	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Gaji	59565	MAKANAN
SAEFUL HA	SAEFUL HA	'3321032910770001	sarfulhadis		'081 577 8	SAEFUL HA	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Blerong	59565	MAKANAN
SUANAH S	SUANAH	'3321034309830002	suanahstic		'08122510	SUANAH d	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Turitempel	59565	MAKANAN
EKO SUSIL	EKO SUSIL	'3321034210950001	ekosuskeri	'08520080	'08520080	EKO SUSIL	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Bumiharjo	59565	MAKANAN
AINUR RO	AINUR RO	'3321115007940005	ainurrohmi		'08232373	AINUR RO	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Turitempel	59565	MAKANAN
HANI MAS	HANI MAS	'3321035509950001	hanimasya		'08522940	HANI MAS	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Bumiharjo	59565	MAKANAN
SUNARTI A	SUNARTI	'3321035608670001	sunartisna		'08232505	SUNARTI P	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	MAKANAN
SUGIYANTI	SUGIYANTI	'3321035912860001	sugiyantiku		'08564325	SUGIYANTI	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	MAKANAN
TURKI USM	TURKI USM	'3321031005790008	turkiusmar		'08132633	TURKI USM	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Turitempel	59565	FASHION/E
Wiji Astuti	Wiji Astuti	'3321036505790004	wijiaastutir		'085 292 5	Wiji Astuti	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	MAKANAN
(Omah Kre	UMI MA'RI	'3321036210890001	omahkreas		'08222604	UMI MA'RI	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Turitempel	59565	INDUSTRI
MITRA PA	MUHARN	'3321030207780003	mitrapang		'08132565	MUHARN	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Sukorejo	59565	MAKANAN

EKO SUSIL	EKO SUSIL	'3321034210950001	ekosuskeri	'08520080	'08520080	EKO SUSIL	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Bumiharjo	59565	MAKANAN
AINUR RO	AINUR RO	'3321115007940005	ainurrohma	'	'08232373	AINUR RO	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Turitempel	59565	MAKANAN
HANI MAS	HANI MAS	'3321035509950001	hanimasya	'	'08522940	HANI MAS	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Bumiharjo	59565	MAKANAN
SUNARTI A	SUNARTI	'3321035608670001	sunartisna	'	'08232505	SUNARTI P	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	MAKANAN
SUGIYANTI	SUGIYANTI	'3321035912860001	sugiyantiki	'	'08564325	SUGIYANTI	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	MAKANAN
TURKI USM	TURKI USM	'3321031005790008	turkiusmar	'	'08132633	TURKI USM	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Turitempel	59565	FASHION/E
Wiji Astuti	Wiji Astuti	'3321036505790004	wijiaastuti	'	'085 292 5	Wiji Astuti	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	MAKANAN
(Omah Kre	UMI MA'RI	'3321036210890001	omahkreas	'	'08222604	UMI MA'RI	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Turitempel	59565	INDUSTRI
MITRA PAI	MUHARN	'3321030207780003	mitrapang	'	'08132565	MUHARN	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Sukorejo	59565	MAKANAN
VERONICA	EKO BUDI	'3321036008800001	veronicata	'	'08574055	EKO BUDI	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	FASHION/E
TOKO BUS	DIAH YULI	'3321034903800002	tokobusan	'	'08213527	DIAH YULI	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Bakalrejo	59565	FASHION/E
ZAKA SNACK	IVA LUTFIA	'3321034108940004	zakasnack	'	'08564139	IVA LUTFIA	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Blerong	59565	MAKANAN
NABILA TA	UMI NUR	'3321034304870003	nabilatailo	'	'08574004	UMI NUR	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	FASHION/E
CAHAYA SI	DWI CAHY	'3321035807870002	cahayasna	'	'08564094	DWI CAHY	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Guntur	59565	MAKANAN
AINI SNACK	YENI	'3305126311860002	ainisnackg	'	'08157520	YENI (AINI	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Bumiharjo	59565	MAKANAN
KIR WAHYI	KIR WAHYI	'3321035004760003	noorwhanc	'	'08139141	KIR WAHYI	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Wonorejo	59565	CRAFT/KEF
HARTI OLA	HARTI	'3321035008740006	hartiolaha	'08139141	'08139141	HARTI P D	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Wonorejo	59565	MAKANAN
RUBIAH H	RUBIAH	'3321034905820006	rubiahhanc	'	'08898087	RUBIAH 33	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Wonorejo	59565	CRAFT/KEF
SULASTRI	SULASTRI	'3321036502860003	sulastrihar	'	'08129033	SULASTRI 3	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Wonorejo	59565	CRAFT/KEF
NGARIPAH	NGARIPAH	'3321035006790011	ngaripahol	'	'08139141	NGARIPAH	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Wonorejo	59565	MAKANAN
AGRO JAM	SANTI MEI	'1812036105890001	agrojamur	'	'08579938	SANTI MEI	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Pamongan	59565	MAKANAN
LEKKER JU	M. AMAR	'3321032206980001	lekkerjumb	'	'08774224	M. AMAR	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Guntur	59565	MAKANAN
Ahmad Suk	Ahmad Suk	'3321021804670002	ahmadsuki	'	'082 325 1	Ahmad Suk	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Karangawe	59566	FASHION/E
MAJU/57	FARID MA	'3321022701850003	maju57mie	'	'08561717	FARID MA	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Brambang	59566	MAKANAN
LISA DIAH	LISA DIAH	'3321024607760007	lisadiahpa	'	'08562723	LISA DIAH	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Pundenaru	59566	MAKANAN
MISNAENA	MISNAENA	'3209185705840009	misnaenak	'	'08172979	MISNAENA	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Brambang	59566	MAKANAN
Purwono C	Purwono	'3321021005700007	purwonoc	'	'085 641 6	Purwono 3	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Bumirejo	59566	MAKANAN
ANEKA JAY	SUPRIYAN	'3321031308730003	anekajaya	'	'08139083	SUPRIYAN	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Blerong	59565	MAKANAN
TULKAH U	AHMAD TU	'3321031206570002	tulkahusah	'	'08213502	AHMAD TU	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Gaji	59565	MAKANAN
MUSTIKAH	MUSTIKAH	'3321035511710002	mustikahtc	'	'08132864	MUSTIKAH	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Blerong	59565	PERDAGAN
MITRA JAY	KHOIRI	'3321032201710001	mitrajayak	'	'08132678	KHOIRI (M	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Sukorejo	59565	MAKANAN
SUS SNACK	SUAMAT	'3321080210650002	sussnackg	'	'08522643	SUAMAT/ S	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Mojosimo	59581	MAKANAN
FATAH GR	ABDUL FAT	'3321061604780001	fatahgroup	'	'08132657	FATAH GR	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Karangrow	59571	PERTANIAN
ZIDNA HIKI	HAROROT	'3321036202800002	zidnahikma	'	'08529002	HAROROT	Jawa Teng	Kab. Dema	Guntur	Gaji	59565	PERDAGAN
SUKARMAI	SUKARMAI	'3321061606690000	sukaraman	'	'08123456	SUKARMAI	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Pilangrejo	59571	CRAFT/KEF
H. SUGENC	H. SUGENC	'3321112205550001	sugengriya	'02916905	'08132533	H. SUGENC	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Cabean	59517	FASHION/E
UMAR SHC	UMAR SHC	'3321112001820001	umarshole	'02916905	'08132533	UMAR SHC	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Cabean	59517	FASHION/E
NOVITA SN	SRI RAHAY	'3321085901720002	novitasnac	'	'08132567	SRI RAHAY	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Jatisono	59581	MAKANAN
TOKO BAN	HJ PARYAT	'3321025012700005	tokobangu	'	'08122516	HJ PARYAT	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Rejosari	59566	PERDAGAN
LUMBA SN	BAMBANG	'3321010880270000	lumbasnac	'	'08122843	BAMBANG	Jawa Teng	Kab. Dema	Mranggen	Mranggen	59567	MAKANAN
Sinar Terar	EDY RIJAN	'1103081506680001	sinarterang	'	'08572578	EDY RIJAN	Jawa Teng	Kab. Dema	Mranggen	Mranggen	59567	MAKANAN
NURMMA	ZAENAL AE	'3321012610820005	nummaka	'	'08574071	ZAENAL AE	Jawa Teng	Kab. Dema	Mranggen	Mranggen	59567	INDUSTRI
MUTIARA	ARIFIN	'3321132806750001	mutiarabu	'	'08132639	ARIFIN (M	Jawa Teng	Kab. Dema	Wedung	Bungo	59554	FASHION/E
SUNARTO	SUNARTO	'3321025002790004	sunartong	'	'08532980	SUNARTO	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Bumirejo	59566	MAKANAN
BINTANG J	KUSANDRA	'3321024612810001	bintangjay	'	'081576 22	KUSANDRA	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Kuripan	59566	MAKANAN
BENGKEL	SURATMAI	'3321021908710002	bengkelmc	'	'08564118	SURATMAI	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Brambang	59566	JASA
AYU JAYA	AKSAN RO	'3321022010710002	ayujayamo	'	'08139027	AKSAN RO	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Brambang	59566	JASA
MUHAMA	MUHAMA	'3321020101740004	mysmotork	'	'08532537	MUHAMA	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Brambang	59566	JASA
AMU 354	LISA DIAH	'3321024607760007	jamu354de	'	'08562723	LISA DIAH	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Pundenaru	59566	MAKANAN

PUPUK CAI	BUDIYONC	'3321060809610002	pupukcairk'		'08216102	BUDIYONC	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Sido Mulyo	59571	INDUSTRI
RIFAH CAK	MUSRIFIN	'3321061902940003	rifahcakeb'		'089 855 9	MUSRIFIN	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Jogoloyo	59571	MAKANAN
Restu Wali	ISTIANAH	'3321064810680002	restuwalin'		'082 302 3	ISTIANAH	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Karangrow	59571	MAKANAN
MUAFIYAH	MUAFIYAH	'3321065205730003	muafiyaha'		'08132523	MUAFIYAH	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Jogoloyo	59571	MAKANAN
Siti Masto	Siti Masto	'3321065606780009	sitimastiah'		'08574075	Siti Masto	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Kuncir	59571	MAKANAN
ASSALAM F	ROCHIQIM	'3321063006880004	assalamfo'		'087 833 5	ROCHIQIM	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Lempuyang	59571	MAKANAN
ANNUR CC	BAMBANG	'3321060208960001	annurcolle'		'08532985	BAMBANG	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Wonosalar	59571	FASHION/E
MAJU BER	NUR WITA	'3321066804780001	majubersa'		'0	NUR WITA	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Wonosalar	59571	FASHION/E
ASLI Bram	SIH SOFIYA	'3321065212820002	aslibramba'		'08213344	ASIH SOFIY	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Wonosalar	59571	MAKANAN
TWINS KIT	AIMATUS S	'3321065507920003	twinskitch'		'08122817	AIMATUS S	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Jogoloyo	59571	MAKANAN
WAYANG M	MOH. KAN	'3321060702940004	wayangmo'		'08774202	MOH. KAN	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Mojodema	59571	MAKANAN
YASMIN EC	ARIS SETIA	'3321064709890004	yasminegg'		'08232405	ARIS SETIA	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Kuncir	59571	MAKANAN
ND OG BAK	MUHAMM	'3321060212950001	ndogbakar'		'08122823	MUHAMM	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Kerangkulc	59571	MAKANAN
ANEKA BAI	IMAM SUI	'3321041504800001	Hafizshake	'08223067	'08223067	ds.sayung	Jawa Teng	Kab. Dema	Sayung	Sayung	59563	PERDAGAN
BELIDA	DWI SETIA	'3321125811930003	dwisetiaw'		'08532607	Ds. Purwor	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Purworejo	59552	MAKANAN
INDO KHIL	ALI SYUKRI	'3321122503810001	indokhilyal'		'08522458	DS. Morod	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Morodema	59552	MAKANAN
TIGA PUTR	AHMAD SU	'3321120607700011	tigaputraal'		'08532877	DS. Krajan	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Krajanbog	59552	MAKANAN
4 BERSAU	MUSTAGHI	'3321121609920006	mustaghfir'		'08524631	DS. Purwor	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Purworejo	59552	MAKANAN
INDO SNA	MUSTAFA	'3321121111720002	indosnackr'		'08132568	Ds. Sumbe	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Sumberejo	59552	MAKANAN
BONANG C	AHMAD ZA	'3321122003930004	zaqibonang'		'08122811	DS. Geban	Jawa Teng	Kab. Dema	Bonang	Gebangaru	59552	PERDAGAN
Kuliner foo	SUPRIYAN	'3321070506700001	kulinerfooc'		'08158171	Ds, Kunir 1	Jawa Teng	Kab. Dema	Dempet	Kunir	59573	MAKANAN
AULIA SNA	SRI AULIYA	'1671105305750006	auliasnack'		'08538001	Desa Jatist	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Jatisono	59581	MAKANAN
EMPING J	NUR AHMA	'3321082005920001	nurahmads'		'08574007	Ds. Tanjun	Jawa Teng	Kab. Dema	Gajah	Tanjungan	59581	MAKANAN
ANEKA KRE	UMI LATIF	'3319086508820004	umilatifah'		'08231370	Ds. Karang	Jawa Teng	Kab. Dema	Karang Ter	Karangsari	59561	MAKANAN
K&M GALE	ALI MUSTH	'3321011606750008	k&mgaleri'		'08222338	Kebonbatu	Jawa Teng	Kab. Dema	Mranggen	Kebonbatu	59567	CRAFT/KEF
D 'n J Sepa	Mujahidin	'3321043003800002	dandjsepa'		'08963658	Prampelan	Jawa Teng	Kab. Dema	Sayung	Perampela	59563	FASHION/E
Ornamen U	Mohamma	'3321042707700003	ornamenuk'		'08529078	sayung kid	Jawa Teng	Kab. Dema	Sayung	Sayung	59563	INDUSTRI
Toko Ghay	Muhamma	'3321040404780004	naffcell88'		'08529054	prampelan	Jawa Teng	Kab. Dema	Sayung	Perampela	59563	JASA
guntomo o	guntomo	'3321061504830006	guntomoor'		'08973906	sekaran OC	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Mranak	59571	CRAFT/KEF
Toko Semb	Muhamma	'332106280185000	mstokosen'		'08139093	mojodema	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Mojodema	59571	MAKANAN
Arsa Snack	Siti Masto	'3321065606780009	arsasnack'		'08232267	Kuncir rt 3	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Kuncir	59571	MAKANAN
JENI NS	Misnaena	'3209185705840009	misnaenaj'		'08132679	ds. bramba	Jawa Teng	Kab. Dema	Karangawe	Brambang	59566	MAKANAN
V3 COLLEC	FITRIYANI	'3321106403930004	Hafizwae3'		'08522527	Geneng Rt	Jawa Teng	Kab. Dema	Mijen	Geneng	59583	PERDAGAN
Galaxy Art	Siti Sumiya	'3321065604980001	sitisumiyat'		'08122544	Wonosalar	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Wonosalar	59571	CRAFT/KEF
NUDIE_N S	MUHAMM	'3321040404910009	nudienspo'		'08968253	Prampelan	Jawa Teng	Kab. Dema	Sayung	Perampela	59563	PERDAGAN
OMAH WIT	DWI ENDA	'3321055304780001	aprilia867.'		'08212335	Karangsari	Jawa Teng	Kab. Dema	Karang Ter	Karangsari	59561	MAKANAN
YASMIN EC	ARIS SETIA	'3321064709890004	arissetiani'		'08232405	Kuncir RT.	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Kuncir	59571	MAKANAN
BRAMBAN	ENDANG V	'3321105509740001	brambangg'		'08121554	Mijen RT. (	Jawa Teng	Kab. Dema	Mijen	Mijen	59583	MAKANAN
Muza Food	MUYAROA	'3321064309870002	airaubayce'		'08522815	Kuncir RT.	Jawa Teng	Kab. Dema	Wonosalar	Kuncir	59571	MAKANAN
Triyanto W	Triyanto	'3321141312800002	triyantowa'		'08964756	mijen bara	Jawa Teng	Kab. Dema	Kebonagur	Mijen	59583	INDUSTRI
Asla Hijab	Siti Maslak	'3321045310930006	aslahijabce'		'08995822	Prampelan	Jawa Teng	Kab. Dema	Sayung	Perampela	59563	FASHION/E
KERIPIK G	PURHAYAT	'3321114506720002	purhayati6'		'08980937	Karangmla	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Karangmla	59517	MAKANAN
HANI STOR	HANIFAH	'3321145001970001	hanifahsof'		'08995946	Mijen RT. (	Jawa Teng	Kab. Dema	Kebonagur	Mijen	59583	PERDAGAN
Zem Silver	Abdul Ersh	'3172010309851002	zemsilver@'		'08128916	Jl Kriya Bal	Jawa Teng	Kab. Dema	Demak	Mangunjiw	59515	CRAFT/KEF

Rumah BUMN Demak yang di kelola oleh koordinator susuna struktur organisasinya sebagai berikut :



Adapun wewenang, tanggung jawab, tugas dan fungsi dari struktur organisasi tersebut sebagai berikut :

Ketua Pimpinan :

Wewenang : menyelesaikan dan mendukung semua pilihan dan pengaturan hierarkis utama melalui pengaturan dalam pertemuan administrasi otoritatif.

Tanggung jawab : Mengkoordinir dan mengatur seluruh paguyuban dan program kerjanya serta berhati-hati dalam rapat pengurus paguyuban.

Tugas Pokok :

1. Memimpin, mengkoordinasikan dan mengendalikan organisasi dalam pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi.
2. Memimpin rapat-rapat pengurus.
3. Mewakili organisasi untuk membuat persetujuan/kesepakatan dengan pihak lain setelah mendapatkan kesepakatan dalam rapat.
4. Mewakili organisasi menghadiri acara tertentu atau agenda lainnya.
5. Bersama-sama Sekretaris Umum/ wasekum menandatangani surat-surat yang berhubungan dengan sikap dan kebijakan organisasi.
6. Bersama-sama Sekretaris dan Bendahara merancang agenda mengupayakan pencarian dan penggalan sumber dana bagi aktifitas operasional dan program organisasi.
7. Memelihara keutuhan dan kekompakan seluruh pengurus organisasi
8. Memberikan pokok-pokok pikiran yang merupakan strategi dan kebijakan Organisasi dalam rangka pelaksanaan program kerja maupun dalam menyikapi reformasi diseluruh tatanan kehidupan demi pencapaian cita-cita dan tujuan organisasi.

9. Mengoptimalkan fungsi dan peran ketua-ketua bidang agar tercapainya efisiensi dan efektivitas kerja organisasi.

Fungsi :

1. Merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam pimpinan organisasi
2. Merumuskan kebijakan untuk pengembangan organisasi
3. Mengkoordinasikan kegiatan dan pengembangan organisasi.
4. Bertanggung jawab terhadap seluruh Keputusan Musyawarah dan melaksanakan program kerja sebaik-baiknya dengan seluruh jajaran pengurus pusat organisasi
5. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lain yang dipandang perlu menurut kepentingan dan perkembangan organisasi
6. Dalam melaksanakan tugas bertanggung jawab kepada Kongres Organisasi

Ketua Koordinator :

Wewenang : Menyelenggarakan segala program kegiatan yang telah ditetapkan dalam program kerja.

Tanggung Jawab : Mengkoordinasikan dan mengorganisasikan seluruh penyelenggaraan program kerja dan pelaksanaan kebijakan organisasi dalam Penyelenggaraan program kegiatan.

Tugas Pokok :

1. Merumuskan dan mengusulkan program kegiatan berikut anggaran kegiatan setiap tahunnya untuk disetujui oleh rapat bidang dan organisasi.
2. Mendata dan menginventarisir aktivitas dan Kegiatan Organisasi yang sudah ada untuk diteliti dan dikaji menjadi bahan pengembangan lebih lanjut.
3. Membangun hubungan kerjasama setiap anggota divisi.
4. Menyelenggarakan kegiatan yang sudah menjadi Agenda dalam Organisasi.

Fungsi :

1. Merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam mengelola kegiatan.
2. Merumuskan langkah-langkah strategis dan teknis untuk melaksanakan kegiatan yang diamanatkan dalam proker.
3. Mengkoordinasikan komponen-komponen kepanitiaan untuk pelaksanaan kegiatan.
4. Bertanggung jawab terhadap ketua bidang dalam melaksanakan kegiatan yang diamanatkan proker.
5. Dalam melaksanakan tugas bertanggung jawab kepada ketua bidang.

Sekretaris :

Wewenang : Membuat dan mengesahkan keputusan dan kebijakan organisasi bersama-sama ketua dalam bidang administrasi dan penyelenggaraan organisasi.

Tanggungjawab : Mengordinasikan seluruh penyelenggaraan roda organisasi bidang administrasi dan tata kerja organisasi dan mempertanggung jawabkan kepada ketua.

Tugas Pokok :

1. Melakukan organisasi kesekretariatan pengurus dan pengarahan antar pimpinan dan antar instansi.
2. Bersama Ketua Membuat Surat Keputusan dan Rencana Kerja Organisasi.
3. Bersama dengan Ketua dan Bendahara, mereka adalah Tim Kerja Keuangan (TKK) atau otoritas moneter di badan administrasi.
4. Menetapkan dan mengusulkan setiap pedoman dan pengaturan hierarkis di bidang organisasi dan sistem kerja otoritatif menjadi pendekatan hierarkis
5. Menyenggarakan semua kegiatan perkumpulan dalam bidang organisasi dan tata cara kerja serta menghadiri arisan dan arisan lainnya.
6. Bekerja dengan kebutuhan organisasi ke dalam asosiasi antar bidang

7. Mengikuti dan mengikuti kekokohan eksekutif melalui persatuan interior dan promosi perdamaian delegasi.

Fungsi:

1. Melakukan pengelolaan administrasi kesekretariatan, korespondensi dan kearsipan.
2. Melakukan pengelolaan inventaris organisasi serta pengadaan kebutuhan kesekretariatan.
3. Mengkoordinasikan kegiatan antar pengurus dengan pengurus.
4. Membuat laporan periodik kegiatan organisasi.
5. Mempersiapkan dan mengkoordinasikan kepanitiaan dan persiapan teknis lainnya untuk kegiatan organisasi.
6. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Ketua Umum sesuai dengan kepentingan dan perkembangan organisasi..
7. Dalam melaksanakan tugas bertanggung jawab kepada Ketua Umum.

Bendahara :

Wewenang : Membuat dan mengesahkan keputusan dan kebijakan organisasi bersama-sama Ketua dalam hal keuangan dan kekayaan organisasi.

Tanggungjawab : Mengordinasikan seluruh aktivitas pengolahan keuangan dan kekayaan organisasi dan mempertanggungjawabkan kepada ketua.

Tugas Pokok :

1. Melaksanakan pengelolaan keuangan dan pengadaan kebutuhan barang organisasi.
2. Mewakili Ketua apabila berhalangan hadir terutama untuk setiap aktivitas di bidang pengolahan keuangan organisasi.
3. Bersama Ketua dan Sekretaris merupakan Tim Kerja Keuangan (TKK) atau otorisator keuangan ditubuh pengurus.

4. Merumuskan dan mengusulkan segala peraturan organisasi di bidang pengelolaan keuangan organisasi untuk menjadi kebijakan organisasi.
5. Memimpin rapat-rapat organisasi dibidang pengolahan keuangan organisasi, menghadiri rapat-rapat Organisasi dan rapat-rapat Lainnya.
6. Memfasilitasi kebutuhan pembiayaan program kerja dan roda organisasi.

Fungsi:

1. Melaksanakan tata pembukuan penerimaan, pengeluaran dan pembayaran keuangan organisasi.
2. Melakukan pengadaan kebutuhan barang organisasi.
3. Menyusun rencana anggaran.
4. Membuat laporan periodik keuangan organisasi.
5. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Ketua Umum dan berkoordinasi langsung dengan Sekretaris Umum.
6. Dalam melaksanakan tugasnya, bertanggungjawab kepada Ketua Umum

2.2.2 Profil Zam Silver

Zem Silver merupakan salah satu UMKM yang ada di Kabupaten Demak, bergerak di sektor logam bernilai tinggi. Zem Silver ini dipelopori oleh Ershad Salam yang merupakan mantan pilot maskapai swasta. Awal didirikannya Zem Silver pada tahun 2013, pada awalnya UMKM ini hanya memiliki 1 karyawan saja. Akan tetapi dengan kegigihan dalam membangun usahanya Ershad sebagai pelopor memiliki tekad dan harapan untuk memberdayakan terhadap masyarakat sekitar. Agar memiliki ketrampilan dan salah satunya mengurangi jumlah pengangguran yang terjadi. Karena niat yang mulia tersebut, usahanya kini mampu berkembang pesat dan hingga saat ini Zem Silver sudah memiliki sampai 24 karyawan. Dan Zem Silver juga ikut berperan aktif dalam membangun UMKM yang ada di Kabupaten Demak melalui aktivitas-

aktivitas yang telah diprogramkan oleh pemerintah. UMKM yang berada di Desa Mijen, Kecamatan Kebonagung, Kabupaten Demak ini menghasilkan kerajinan perhiasan, seperti : perhiasaan perhotelan, cinderamata, bross, liontin wayang, kalung, logo, plakat dan lain-lain. Untuk yang sedang mencari produk kerajinan lokal atau mungkin ingin memesan secara costum sesuai desain sendiri, Zem Silver siap melayani apa yang diinginkan costumernya. Karena Zem Silver ini menerima pesanan sesuai keinginan konsumen karena produknya di kerjakan secara handmade jadi Zem Silver tidak membatasi jumlah pesanan dan juga desain. Hal inilah yang menjadikan produk dari Zem Silver diminati masyarakat secara luas. Salah satu hasil karya Zem Silver pernah di pakai oleh ibu negara yaitu Ibu Iriana Joko Widodo, Putri Indonesia dan Miss Universe. Selain itu juga Zem Silver pernah ekspor ke beberapa negara diantaranya Vientam, Austria, Jerman dan New Zealand.

Selain itu, untuk mempromosikan usahanya, Zem Silver menggunakan sosial media seperti aplikasi instagram dan whatsapp sebagai wadah untuk mengenalkan produk-produknya. Menurutnya instagram sangat cocok sebagai media promosi karena saat ini aplikasi yang sangat digandrungi oleh masyarakat. Karena dengan instagram kita dapat melihat hasil karyanya dan mendapatkan informasi secara langsung dengan menghubungi adminnya. Dengan melihat akunnya @zem_silver para costumer bisa menanyakan langsung perihal harga dan produk apa saja yang ready order. Dan juga zem silver tentunya memberikan harga yang kompetitif. Dengan tetap mempertahankan kualitas produk dan pelayanan. Zem Silver terus menjaga kualitas produk dan terus mengikuti trend dan permintaan pasar yang dinamis. Berikut ini contoh-contoh hasil kerajinan logam yang ada di Zem Silver :



2.2.3 Profil Toko Pakaian Nia

Toko pakaian Nia merupakan salah satu pelaku UMKM yang sudah bergabung anggota Rumah BUMN Demak sejak tanggal 3 Januari 2021. Pelaku UMKM ini memiliki 2 karyawan tetap. Toko Pakaian nia kini berada di perempatan jalan pemuda no.31 Demak. Awal dibukanya toko ini hanya menyediakan perlengkapan bayi saja, akan tetapi lama kelamaan pemilik toko yang sering dipanggil mbak Sofi ini menambah beberapa koleksi seperti baju sehari-hari, gamis, kerudung, peralatan solat dan masih banyak lagi. Terlebih target market yang sering menyarankan beberapa koleksi lainnya.

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini, akan dijelaskan hasil penelitian yang dilakukan dengan menyajikan hasil dari data penelitian tentang Rumah BUMN Demak sebagai community relations dalam mendorong keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak. Peneliti akan menggambarkan hasil penelitian secara kualitatif berdasarkan dengan kajian pustaka, dokumentasi dan wawancara dengan beberapa informan. Penelitian sendiri dilakukan berdasarkan tujuan dari penelitian, yaitu untuk mengetahui strategi community relations yang dilakukan Rumah BUMN Demak untuk mendorong keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak.

Peneliti akan menguraikan data-data dan hasil penelitian yang dikumpulkan dari beberapa informan. Data-data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti merupakan hasil wawancara mendalam kepada beberapa informan. Informan pertama merupakan kordinator rumah bumndemak, informan kedua dan informan ketiga merupakan pelaku UMKM Demak yang sudah terdaftar di rumah bumndemak. Wawancara ini dimulai pada tanggal 11 januari 2021 sampai 21 januari 2021, lokasi penelitian ini dilakukan di RKB yang beralamat di Jalan Sultan Fatah no. 676, Kauman, Bintoro, Demak, Jawa Tengah.

3.1 Deskripsi Objek Penelitian

3.1.2 Gambaran Profil Informan

Peneliti melakukan wawancara mendalam (*in-depth Interview*) yang bertujuan untuk memperjelas dan memperkuat data yang diperoleh di lapangan. Keseluruhan informan tersebut dipilih dengan mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria dari informan yang dipilih yaitu memiliki kriteria yang berdasarkan ketentuan yang telah

peneliti tentukan untuk kemudian dipertimbangkan oleh peneliti, sesuai dengan keterkaitan mereka dengan penelitian ini. Adapun nama dan jadwal wawancara informan kunci dan informan pendukung pada table dibawah ini :

Tabel 3.1 Profil Informan

No	Nama	Keterangan	Tanggal wawancara
1.	Aristya Risky Nadir	Staf BRI dan koordinator Rumah BUMN Demak	11 Januari 2021
2.	Ershad Salam	Pemilik UMKM Zem Silver Demak	15 Januari 2021
3	Sofiatun	Pemilik UMKM Toko Pakaian Nia Demak	21 Januari 2021

Sumber : Hasil Wawancara

Informan penelitian ini terdiri dari 3 informan, 1 informan kunci yaitu pemilik Staf BRI dan koordinator Rumah BUMN Demak dan 2 orang informan pendukung yaitu pemilik UMKM Zem Silver dan pemilik toko pakaian Nia Demak.

3.2 Hasil Wawancara

Strategi pengumpulan informasi yang digunakan dalam pengujian ini adalah teknik pertemuan sebagai strategi fundamental, dan strategi dokumentasi sebagai strategi pendukung. Dalam strategi persepsi, pencipta memanfaatkannya untuk memperoleh informasi hampir semua jenis latihan yang dilakukan di Gedung BUMN Demak. Sedangkan strategi pertemuan digunakan untuk menggali data lebih lanjut tentang kepura-puraan saksi dalam latihan dokumentasi yang digunakan untuk memperoleh informasi tambahan sebagai pelengkap informasi yang didapat melalui teknik pertemuan.

3.2.1 Tahap Perencanaan

3.2.1.1 Informan pihak Rumah BUMN Demak

Sebagai perusahaan negara, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) tidak hanya fokus pada tujuan kenegaraan saja akan tetapi juga melihat keberadaan UMKM yang

perlu dikembangkan lagi demi kesejahteraan masyarakat. Dan salah satu bentuk dari kepedulian yang diberikan oleh CSR BUMN kepada masyarakat yaitu dengan melakukan program yang disebut Rumah BUMN Demak sesuai dengan keberadaan setempat. Dalam hal ini untuk kelangsungan program yang direncanakan oleh CSR BUMN, sudah diserahkan kepada kordinator Rumah BUMN Demak.

Dalam pelaksanaan programnya, Rumah BUMN Demak memiliki teknik dalam penerapannya program community relations yang pertama yaitu pra program atau bisa diartikan sebagai perencanaan dari suatu program. William H. Newman, Manulang (1982 : 47) mengartikan perencanaan sebagai penentuan terlebih dahulu apa yang akan dikerjakan. Pada dasarnya perencanaan dikerjakan berkaitan dengan tindakan yang akan dilakukan untuk mewujudkan tujuan dan objektif organisasi. (Iriantara, 2013 : 102). Sebelum melakukan perencanaan program kegiatan, Rumah BUMN Demak tentunya harus mencari tahu rencana program apa yang dilakukan. Dari pihak Rumah BUMN Demak mengumpulkan informasi-informasi dan data sebagai landasan perencanaan program kegiatan yaitu melakukan komunikasi serta sosialisasi dengan pelaku UMKM melalui dinas perdagangan, koperasi dan UMKM Demak dan Forum UMKM Demak atau bisa mendapatkan informasi dari media lain. Menurut pemaparan informan, Aristya Risky Nadir (koordinator RBD) menjelaskan :

“Pertama yang dilaksanakannya program ini yaitu saya selaku koordinator Rumah BumN Demak mengkonfirmasi dengan DINDAGKOP atau dinas perdagangan koperasi ukm demak. Bahwa adanya rumah bumN demak yang merupakan program kegiatan yang diselenggarakan oleh CSR kementerian bumN bekerja sama dengan perusahaan bumN yaitu bank bri. Yang diharapkan mampu mendorong keberhasilan umkm yang ada di kabupaten demak. Setelah itu dindagkop demak sangat

mengapresiasi dan menginformasikan kepada para pelaku umkm adanya rumah Bumndemak.”

Mengenai perihal yang dibahas dalam pra program community relations yaitu mencari komunitas. Seperti yang dikatakan oleh koordinator Rumah BUMN Demak.

“Selain itu, saya juga melakukan promosi lewat sosial media yaitu instagram. Yang mana menurut saya lebih efektif karena fiturnya sangat mudah, maka para pelaku umkm, komunitas dan masyarakat tau keberadaan rumah bumndemak. Dengan mengenalkan informasi dan fasilitas yang ada, saya coba tunjukkan disosial media nama akunnya @rumahbumndemak”.

Dapat disimpulkan bahwa Rumah BUMN Demak melakukan pencarian para pelaku UMKM melalui dinas koperasi dan perdagangan. Dan membuat akun instagram sebagai wadah informasi mengenai program-program kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan. Sehingga para komunitas, masyarakat dan para pelaku UMKM akan mengetahui tentang informasi mengenai kegiatan Rumah BUMN Demak. Sebelum mengikuti program kegiatan yang akan diadakan oleh Rumah BUMN Demak, para pelaku UMKM disarankan untuk mendaftarkan diri sebagai anggota resmi RBD setelah aktif menjadi anggota pelaku UMKM akan disarankan untuk mengikuti program-program yang akan dilaksanakan.

Selama satu tahun terakhir didirikannya Rumah BUMN Demak, banyak para pelaku UMKM berminat untuk bergabung di RBD. Karena adanya dukungan-dukungan dari Dinas koperasi, perindustrian dan perdagangan, selain itu Rumah BUMN Demak menggandeng Bank BRI demak sebagai tempat dan siap membantu secara dukungan finansial seperti pinjaman terhadap UMKM yang membutuhkan modal. Selaku kordinator RBD, Aristya menjelaskan :

“Rumah BUMN Demak akan selalu membimbing dan mendampingi para pelaku umkm dalam menghadapi tantangan dalam mengembangkan usahanya. Bahkan dalam permodalan Rumah BUMN Demak membantu para pelaku umkm melalui kredit usaha rakyat (KUR). Selain permodalan Rumah BUMN Demak juga kerap mengadakan pelatihan yang diharapkan mampu meningkatkan kompetensi para pelaku umkm yang sesuai dengan bidangnya.”

Berikut data UMKM yang sudah mendaftar di Rumah BUMN tahun 2020 :

The image displays two side-by-side screenshots of Microsoft Excel spreadsheets. Both spreadsheets contain a list of UMKM (Small and Medium Enterprises) that have registered for RBD (Rural Business Development) in 2020. The data is organized into columns, likely representing fields such as business name, address, contact information, and registration details. The spreadsheets are viewed in a standard Excel interface with the ribbon menu visible at the top.

Gambar 3.1 : Screenshoot UMKM yang mendaftar RBD pada tahun 2020

The image displays two side-by-side screenshots of Microsoft Excel spreadsheets. Both spreadsheets contain a list of UMKM (Small and Medium Enterprises) that have registered for RBD (Rural Business Development) in 2020. The data is organized into columns, likely representing fields such as business name, address, contact information, and registration details. The spreadsheets are viewed in a standard Excel interface with the ribbon menu visible at the top.

Gambar 3.2 : Screenshoot UMKM yang mendaftar RBD pada tahun 2020

The image displays two side-by-side screenshots of Microsoft Excel spreadsheets. Both spreadsheets contain a list of UMKM (Small and Medium Enterprises) that have registered for RBD (Rural Business Development) in 2020. The data is organized into columns, likely representing fields such as business name, address, contact information, and registration details. The spreadsheets are viewed in a standard Excel interface with the ribbon menu visible at the top.

Gambar 3.3 : Screenshoot UMKM yang mendaftar RBD pada tahun 2020

Gambar 3.4 : Screenshoot UMKM yang mendaftar RBD pada tahun 2020

Gambar 3.5: Screenshoot UMKM yang mendaftar RBD pada tahun 2020

Gambar 3.6 : Screenshoot UMKM yang mendaftar RBD pada tahun 2020

Gambar 3.7 : Screenshoot UMKM yang mendaftar RBD pada tahun 2020

Gambar 3.8 : Screenshoot UMKM yang mendaftar RBD pada tahun 2020

Gambar diatas merupakan contoh data kesesuaian implementasi program kegiatan CSR BUMN. Masing-masing kolom merupakan nama UMKM, nama pemilik, nomer telpon, alamat, kategori UKM, omset, dan rantai usaha.

Pada persiapan atau perencanaan program kegiatan diperlukan adanya koordinasi dari koordinator RBD seperti pembagian tugas antar divisi, mempersiapkan kelengkapan peralatan yang dibutuhkan, mempersiapkan data UMKM yang sudah mendaftar sebelum pelaksanaan program kegiatan dan mempersiapkan ruangan yang akan digunakan. Selain itu juga koordinator sudah mendapatkan pembicara atau narasumber sesuai dengan tema program kegiatan. Aristy Risky Nadir menjelaskan :

“Jadi program perencanaan yang sudah direncanakan didalam program RBD ini minimal 2 kali dalam seminggu dilaksanakannya. Sebelumnya kita merancang program ini bersama para divisi dan akan disetujui oleh ketua organisasi. Dan juga adanya usulan dari para pelaku umkm yang sudah terdaftar, apa yang mereka butuhkan tentunya kita rencanakan dalam program kegiatan. Setelah itu kita mencari coach atau pelatih yang sudah memiliki ilmu yang memadai dan sudah terlatih dibidangnya. Maka jika semua sudah merasa pas atau cocok dengan rencananya, akan kita lakukan pelaksanaan dari semua yang sudah direncanakan.”

3.2.1.2 Informan pihak UMKM 1 (Pemilik usaha Zem Silver)

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan wawancara informan dengan pihak pelaku UMKM 1 yaitu Ershad Salam pemilik usaha zem silver yang bergerak dibidang bisnis perhiasan perak. Yang sudah bergabung dengan Rumah BUMN Demak sejak awal tahun 2020.

Didirikannya Rumah BUMN di kabupaten demak ini memberikan efek yang baik dan menarik bagi para pelaku UMKM dan masyarakat sekitar. Akan tetapi perlu adanya monitoring lebih untuk melihat kelangsungan UMKM yang ada di Kabupaten Demak. Seperti yang disampaikan oleh Ershad Salam :

“Rumah BUMN Demak adalah salah satu program kegiatan dari CSR BUMN yang dibentuk untuk menyalurkan ilmu dan sebagai tempat belajar kepada para pelaku UMKM khususnya yang ada di Kabupaten Demak.”

Terkait dengan hal itu, tentunya ada informasi bahwa adanya Rumah BUMN Demak didirikan di Kantor Cabang Bank BRI Demak. Ershad Salam menjelaskan :

“Saya tahu adanya Rumah BUMN Demak yaitu dari informasi yang diberikan oleh dinas perdagangan. Dan informasi dari banyak sumber dari Bank BRI, Disdagkop dan saya juga lihat di Instagram. Karena ya menurut saya, Rumah BUMN Demak memiliki daya Tarik yang sangat kuat.”

Secara promosi yang dilakukan oleh RBD menunjukkan bahwa kordinator sangat berusaha untuk memperkenalkan secara cepat dan baik. Adapun untuk perencanaan selanjutnya yang dilakukan, kordinator juga melibatkan pelaku UMKM yang sudah bergabung untuk ikut menyuarakan apa yang sedang dibutuhkan. Sebagai mana yang dikatakan oleh Ershad Salam :

“Menurut saya, Program itu sesuai dengan apa yang perlu saya kembangkan di usaha saya. Pasti saya mendaftarkan diri. Salah satunya program kegiatan tentang

manajemen, sedikit cerita ketika waktu awal-awal pandemi saya merasa pemasukan usaha menurun, sehingga saya harus membayar 16 karyawan. Setelah itu saya melihat program kegiatan yang dipromosikan dan saya mengikutsertakan diri sebagai bahan kajian saya. Dan saya merasa terbantu dan menemukan jalan keluar tentang manajemen keuangan. Untuk dilibatkan saya rasa iya, Karena setelah tergabung di grup RBD sering kali kordinator menanyakan sekira butuh pelatihan apa bisa konfirmasi ke RBD untuk mengisi data. Ingin ikut pelatihan apa nantinya jika ada yang mengadakan program kegiatan tersebut akan di informasikan. Dulu saya pernah ingin sekali mempelajari lebih dalam tentang skill terbaru pembuatan perak, lalu dari pihak RBD secara eksklusif memberikan kelas program kegiatan untuk saya. Karena waktu itu usaha saya mau diikuti sertakan di acara BRilian, dan alhamdulillah masuk di 9 besar se Indonesia.”

Dan dapat dipastikan bahwa adanya Rumah BUMN Demak, para pelaku UMKM mampu mengembangkan usaha nya dengan baik dan merasa sangat terbantu. Baik itu secara motivasi, ilmu dan modal. Sama dengan yang dikatakan oleh Ershad Salam :

“Adanya bantuan modal maupun banyak pelatihan seperti mendatangkan coach yang sudah ahli di bidangnya, sehingga saya sangat mengapresiasi dengan hal itu. Selain itu juga RBD menyiapkan fasilitas untuk mendisplay dari produk yang dihasilkan UKM.”

3.2.1.2 Informan pihak UMKM 2 (Pemilik usaha toko pakaian nia collection)

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan wawancara informan dengan pihak pelaku UMKM 2 yaitu Sofiatun pemilik usaha pakaian nia collection yang bergerak

dibidang bisnis sandang. Yang sudah bergabung dengan Rumah BUMN Demak sejak akhir tahun 2020.

Bagi pelaku UMKM adanya Rumah BUMN Demak ini, banyak sekali membantu dalam perkembangan di era digital seperti ini. Dan membantu di sektor perekonomian, seperti yang dikatan Sofiatun :

“Karena BRI akan memberikan bantuan modal bagi UMKM dan setelah melihat feed ig nya saya tertarik untuk ikut pelatihan tentang online shop.”

Yang bisa dipahami dari penjelasan Sofiatun, bahwa Rumah BUMN Demak bekerjasama dengan Bank BRI dalam membangun layanan pinjaman modal untuk pelaku UMKM yang sudah bergabung di RBD. Sehingga banyak manfaat yang didapatkan pelaku UMKM, selain itu juga mendapatkan banyak ilmu dari pelaksanaan kelas seminar yang sudah direncanakan oleh RBD.

3.2.2. Tahap Pelaksanaan

3.2.2.1 Informan pihak Rumah BUMN Demak

Perencanaan program kegiatan *community relations* yang dilaksanakan oleh Rumah BUMN Demak dengan Bank BRI serta pelaku UMKM dan masyarakat sekitar, tentunya menghasilkan beberapa program kegiatan yang sudah disepakati bersama. Dari mulai pembuatan proposal, rencana tanggal pelaksanaan, pengisi program kegiatan. Setelah semua rencana sudah terbentuk, maka program kegiatan *community relations* segera dilaksanakan.

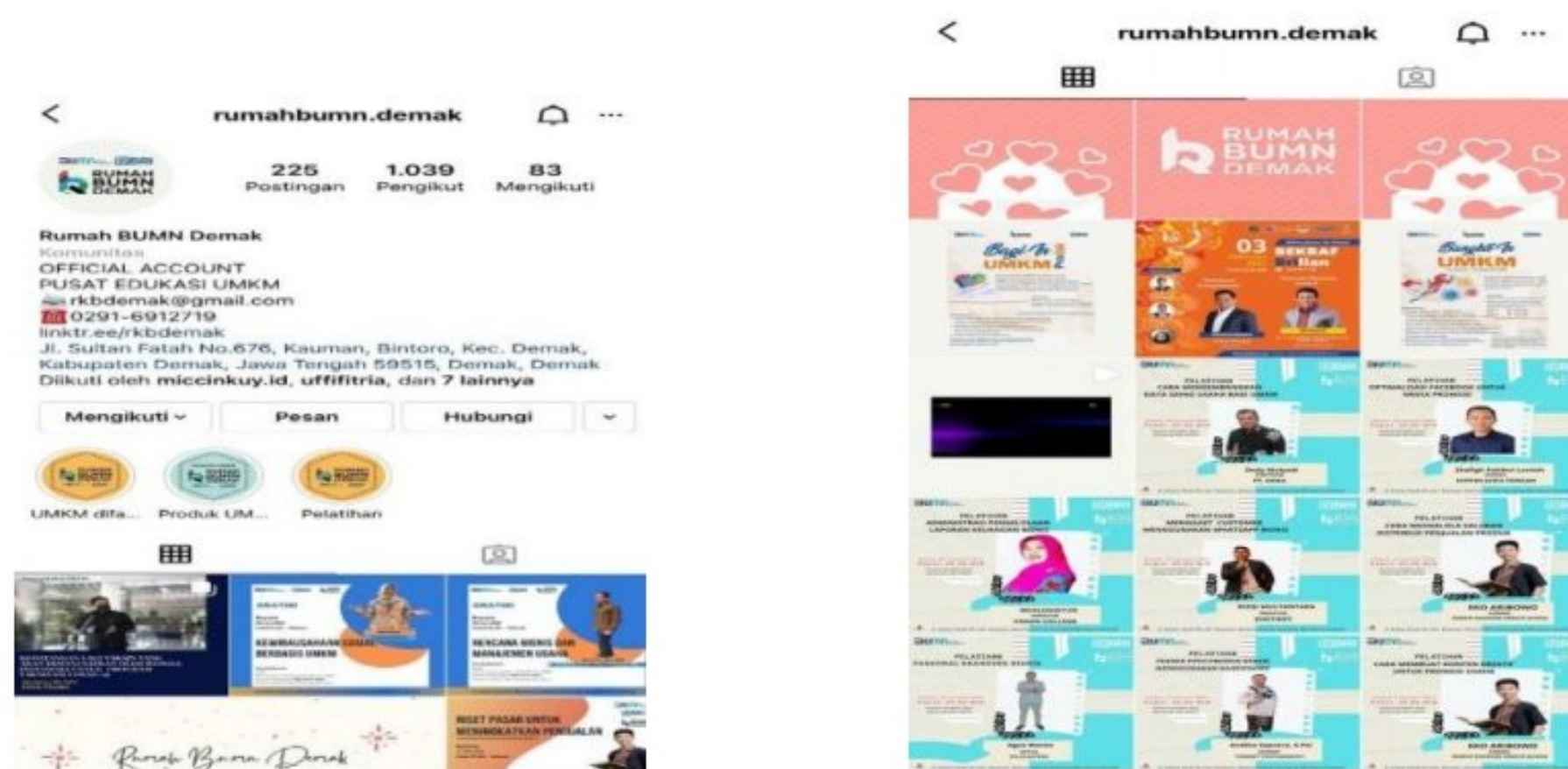
Dalam perencanaan program kegiatan Rumah BUMN Demak, sudah tersusun secara rapi dan kontinyu. Seperti yang disampaikan oleh, Aristya Rizky Nadir :

“Jadi program perencanaan yang sudah direncanakan didalam program RBD ini minimal 2 kali dalam seminggu dilaksanakannya. Sebelumnya kita merancang

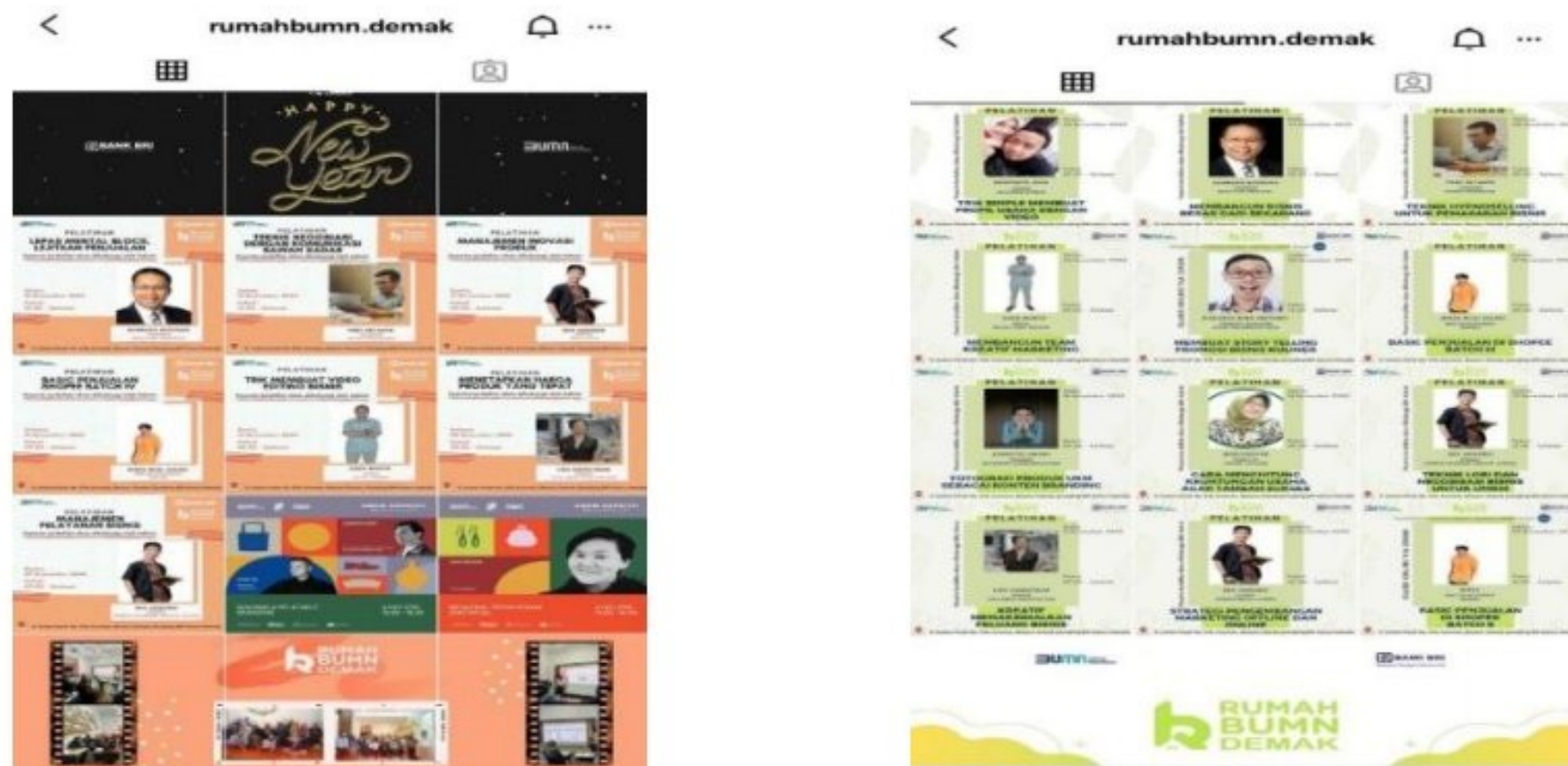
program ini bersama para divisi dan akan disetujui oleh ketua organisasi. Dan juga adanya usulan dari para pelaku umkm yang sudah terdaftar, apa yang mereka butuhkan tentunya kita rencanakan dalam program kegiatan. Setelah itu kita mencari coach atau pelatih yang sudah memiliki ilmu yang memadai dan sudah terlatih dibidangnya. Maka jika semua sudah merasa pas atau cocok dengan rencananya, akan kita lakukan pelaksanaan dari semua yang sudah direncanakan.”

Latihan-latihan yang dilakukan tidak bersifat asertif atau tidak teratur, melainkan dengan persiapan yang matang, dan pelaksanaan penataan dilakukan secara efektif dan berkesinambungan. Standar yang harus diciptakan melalui hubungan wilayah lokal adalah untuk membina hubungan yang baik. Setelah mengatur program yang akan dieksekusi, eksekusi akan segera selesai. Sebagai salah satu jenis kegiatan dari siklus surat menyurat yang telah diselesaikan dengan pertemuan-pertemuan penting, misalnya menjalankan program yang dicanangkan oleh para pelaku UMKM.

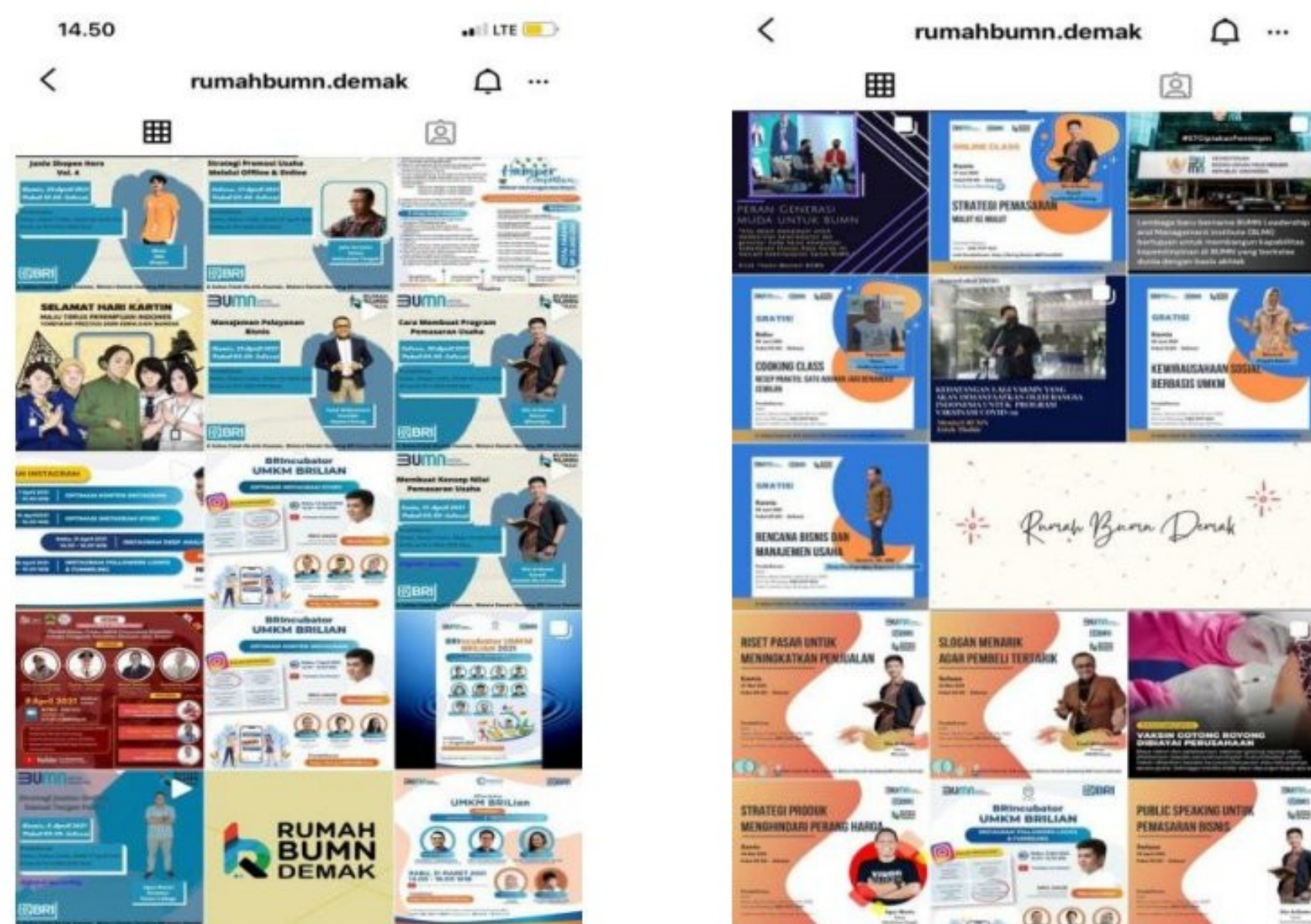
Berikut contoh rencana program kegiatan yang sudah dilaksanakan :



Gambar 3.9 : Screenshot pelaksanaan kegiatan tahun 2020



Gambar 3.10 : Screenshot pelaksanaan kegiatan tahun 2020



Gambar 3.11 : Screenshot pelaksanaan kegiatan tahun 2020

Setiap program kegiatan yang dilaksanakan, Rumah BUMN Demak selalu mendokumentasikannya guna sebagai sumber informasi, bukti data yang akurat, untuk kenangan dan bahan evaluasi program kegiatan kedepannya. Serta berguna untuk bahan pengenalan kepada masyarakat yang lebih luas mengenai kegiatan yang dilakukan oleh Rumah BUMN Demak di media sosial.

Berikut contoh dokumentasi dari Rumah BUMN Demak :



3.12 Contoh pelaksanaan program kegiatan pelatihan



3.13 Contoh pelaksanaan program kegiatan salah satu pameran display

3.2.2.2 Informan pihak UMKM 1

Dalam pelaksanaan program kegiatan pelaku UMKM yang sudah bergabung di RBD turut dilibatkan dalam perencanaan kegiatan tersebut. Dan juga keterbukaan yang dibangun antara koordinator RBD dan pelaku UMKM. Apapun yang dibutuhkan pelaku UMKM, pihak RBD akan berusaha membantu. Ershad Salam memaparkan :

“Untuk dilibatkan saya rasa iya, Karena setelah tergabung di grup RBD sering kali kordinator menanyakan sekira butuh pelatihan apa bisa konfirmasi ke RBD untuk mengisi data. Ingin ikut pelatihan apa nantinya jika ada yang mengadakan program

kegiatan tersebut akan di informasikan. Dulu saya pernah ingin sekali mempelajari lebih dalam tentang skill terbaru pembuatan perak, lalu dari pihak RBD secara eksklusif memberikan kelasprogram kegiatan untuk saya. Karena waktu itu usaha saya mau diikuti sertakan di acara BRilian, dan alhamdulillah masuk di 9 besar se Indonesia.”

Seperti yang sudah disebutkan oleh pihak pelaku UMKM dalam tahap perencanaan, sejauh RBD sudah berkordinasi dengan baik. Yaitu dengan menanyakan pelatihan apa saja yang dibutuhkan dan memberikan informasi-informasi yang berkaitan dengan hal tersebut. Dalam tahap ini RBD berusaha melakukan *license to operate*, yang mana rencana program mengharuskan upaya untuk terlebih dahulu mendapatkan hati masyarakat.

3.2.2.3 Informan pihak UMKM 2

Bentuk kegiatan untuk setiap area lokal adalah unik, bergantung pada apa yang dilakukan oleh area lokal tersebut. Jenis latihannya bisa seperti kelas, studio dan lain-lain. Dalam setiap program aksinya, RBD menyambut baik para pelaku UMKM penghibur memiliki pilihan untuk ambil bagian menjadi anggota gerakan. Seperti yang dikatakan oleh pelaku UMKM 2 yaitu Sofiatun:

“Rumah BUMN sering melakukan kegiatan dalam hal pelatihan pengembangan usaha di era social media.”

Seperti yang sudah disebutkan oleh pihak UMKM bahwasanya Rumah BUMN Demak telah melaksanakan program kegiatan sesuai dengan rencana yang dibuatnya. Dan dapat disimpulkan bahwa RBD sudah melakukan standar community relations sesuai dengan apa yang telah diterapkan.

3.2.3 Tahap Evaluasi

3.2.3.1 Informan pihak Rumah BUMN Demak

Strategi pelaksanaan community relations yang telah dilakukan oleh Rumah BUMN Demak mulai dari perencanaan, kemudian pelaksanaan hingga sampai pada evaluasi yang merupakan tahap akhir. Dalam tahap ini kordinator memastikan apa yang dilaksanakan sudah sesuai dengan apa yang direncanakan, kemudian kendala apa yang dialami dan lainnya. Aristya Risky Nadir memaparkan :

“Setiap bulannya, kami selaku penanggungjawab dari Rumah BUMN Demak selalu berusaha dalam pelaksanaan program kegiatannya. Jadi adapun program kegiatan seperti memberikan pinjaman modal dan kegiatan pelatihan selalu kita pantau dan kita evaluasi dari bulan ke bulan. Apakah pelatihan ini akan terus dilaksanakan atau tidak. Karena Rumah BUMN Demak akan selalu membimbing dan mendampingi para pelaku umkm dalam menghadapi tantangan dalam mengembangkan usahanya. Bahkan dalam permodalan Rumah BUMN Demak membantu para pelaku umkm melalui kredit usaha rakyat (KUR). Selain permodalan Rumah BUMN Demak juga kerap mengadakan pelatihan yang diharapkan mampu meningkatkan kompetensi para pelaku umkm yang sesuai dengan bidangnya.”

Kemudian Aristya Risky Nadir melanjutkan penjelasan tentang evaluasi program community relatons :

“Penilaian pelaksanaan program gerakan Rumah BUMN Demak dilakukan dengan memanfaatkan proporsi perluasan kuantitas BUMN yang dapat mengikuti program tersebut dan selanjutnya menggarap pameran UMKM peserta program aksi Rumah BUMN Demak. Meskipun demikian, cara yang digunakan untuk menilai pemenuhan surat menyurat yang telah diselesaikan belum tentu salah dan tentu saja karena sangat bergantung pada para pelaku UMKM dan untuk itu masih menunggu waktu..”

Dalam melakukan program kegiatan pun tidak lepas dari yang namanya kendala seperti yang disampaikan Aristya Risky Nadir :

“Untuk para pelaku umkm di kabupaten demak ini paling sering mengalami persoalan tentang pelaku usahanya sendiri. Seperti minimnya mindset yang dimiliki para pelaku sehingga perlu ditingkatkan lagi kepercayaan diri dari pelaku umkm agar tercapai. Contohnya seperti ini mbak, ada nih salah satu pelaku umkm demak memproduksi kripik gitu yaa. Terus dipajang dipameran ada konsumen yang tertarik untuk membeli dalam skala besar. Lalu saya konfirmasi ke umkm tersebut tapi sayangnya umkm itu malah menolak dengan alasan belum siap memproduksi dalam jumlah besar. Karena fasilitas yang belum memadai dan lain-lain. Ada lagi terlalu bersaing dengan sesama produsen lainnya. Padahal seharusnya kan bisa bekerjasama gitu ya.”

Dari pelajaran yang bisa diambil bahwa Rumah BUMN Demak dalam menghadapi pelaku UMKM yang ingiinya mudah. Karena jika antara para pelaku UMKM tidak adanya kolaborasi dan bersinergi bersama maka tidak akan memiliki tujuan untuk maju bersama. Evaluasi ini biasanya untuk mengumpulkan data dan membandingkannya dengan standar tujuan yang ingin dicapai, sehingga bisa dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan.

3.2.3.2 Informan pihak UMKM 1

Dalam perencanaan, pelaksanaan program kegiatan community relations Rumah BUMN Demak anggota UMKM selalu dilibatkan. Anggota selalu diajak komunikasi untuk adanya keterbukaan dan menghindari kesalahpahaman. Hubungan baik ini diharapkan mampu terus berlanjut antara Rumah BUMN Demak dan Anggota UMKM. Menurut salah satu anggota UMKM sejauh ini belum ada kendala yang

dialami selama program kegiatan yang dilaksanakan. Seperti yang dikatakan Ershad Salam :

“Belum ada sejauh ini, karena menurut saya ini sudah baik, tetapi jika ditingkatkan akan jauh lebih baik lagi.”

Selanjutnya Elshad menceritakan pengalamannya tentang partisipasinya setelah mengikuti program kegiatan pelatihan yang diadakan oleh Rumah BUMN Demak :

“Lumayan mbak, sekitar 5-6 kali yang menurut saya, Program itu sesuai dengan apa yang perlu saya kembangkan di usaha saya. Pasti saya mendaftarkan diri. Salah satunya program kegiatan tentang manajemen, sedikit cerita ketika waktu awal-awal pandemi saya merasa pemasukan usaha menurun, sehingga saya harus membayar 16 karyawan. Setelah itu saya melihat program kegiatan yang dipromosikan dan saya mengikutsertakan diri sebagai bahan kajian saya. Dan saya merasa terbantu dan menemukan jalan keluar tentang manajemen keuangan.”

Melihat hal tersebut dapat disimpulkan bahwa program kegiatan yang dilaksanakan oleh Rumah BUMN Demak memberikan dampak positif dan bermanfaat bagi anggota UMKM yang sudah mengikuti pelatihan tersebut.

3.2.3.3 Informan pihak UMKM 2

Dalam menjalin hubungan dengan tujuan ingin membina hubungan baik dengan komunitas dan juga ingin membantu komunitas dalam pelaksanaan program kegiatan. Akan tetapi dalam pelaksanaan program kegiatan pelatihan tentunya para anggota UMKM menemukan kendala-kendala yang harus dihadapinya. Agar tercapai suatu tujuan yang baik dan menciptakan pola pikir yang maju. Seperti kendala yang dihadapi pelaku UMKM, Sofiatun menjelaskan kendala yang dihadapinya yaitu :

“Harus mempraktekkan system atau menejemen yang sudah diajarkan setelah mengikuti program kegiatan, karena keterbatasan waktu dan tenaga.”

Hal tersebut sekiranya memberikan efek positif, akan tetapi sangat berat dilakukan oleh pelaku UMKM karena keterbatasan gawai. Menurut salah satu anggota UMKM dia mendapati kendala dalam mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Sehingga materi pelatihan yang disampaikan oleh RBD sulit untuk diaplikasikan. Meskipun begitu dari pihak RBD berharap anggota UMKM memiliki tekad kuat untuk terus belajar mengenai jualan online.

Tujuan tersebut dicapai dengan adanya program community relations. program community relations pada awal tahun 2020 sampai pertengahan tahun 2021 sudah terlaksana dan berjalan dengan baik karena kordinator community relations melakukan fungsi dan perannya sebagai penghubung komunikasi antara perusahaan BUMN dan komunitas UMKM dengan baik. kedepannya perusahaan dalam menjalankan CSR program community relations, akan selalu memperbaiki lagi supaya program kegiatan kedepannya bias berjalan lebih baik lagi.

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pelaksanaan program kemitraan sebagai *corporate social responsibility* dari badan usaha milik negara yang memiliki salah satu prinsip dari *good corporate governance*. Salah satu bentuk dari turunan CSR yaitu pelaksanaan *community relations* yang menghubungkan antara organisasi dengan komunitasnya. *Community Relations* yang sering dikatakan sebagai membina hubungan baik dengan lingkungan sekitar. Tetapi, ada juga yang menyebutkan sebagai bentuk bina lingkungan. Prinsip yang hendak dikembangkan melalui *community relations* adalah mengembangkan hubungan yang baik. (Wiwitan, 2018, p. 2018) Rumah BUMN Demak yang merupakan salah satu contoh dari program kegiatan yang sudah dilaksanakan oleh kementrian BUMN dan digerakkan oleh salah satu mitra yaitu Bank BRI Demak, diharapkan apa yang sudah menjadi rencana memberikan dampak positif dan mengutamakan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar khusus para pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Demak.

Untuk mengambil hati masyarakat dengan mengutamakan apa yang mereka butuhkan adalah salah satu cara untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat. Karena hubungan baik dengan masyarakat wilayah sekitar akan menunjang keberhasilan suatu organisasi perusahaan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Peak (dalam Lesly, 1991- 17 (dalam Iriantara, 2013: 1)) menyatakan, bukan hanya mereka yang tidak organisasi saja yang menentukan keberhasilan pencapaian tujuan, melainkan juga komunitas yang berada di sekeliling wilayah operasi organisasi.

Rumah BUMN pada awalnya bernama Rumah Kreatif (RKB) yang dibentuk oleh Kementerian BUMN dengan didukung oleh 14 BUMN strategis untuk membantu UMKM dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam rangka membentuk

UMKM yang modern, berbasis digital dan online. Strategi dapat disebutkankan suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan organisasi demi mencapai tujuan yang ingin dicapai (Budiono, Sestra, 2019, p. 2). Salah satu tugas Rumah BUMN adalah memberikan lebih banyak lapangan pekerjaan kepada masyarakat sekitar melalui kewajiban ramah dan ekologis. Selain itu, Rumah BUMN juga diharapkan dapat menerima kaum milenial yang memiliki semangat kemajuan dan bisnis yang ceria dengan menyediakan ruang untuk berkumpul dan belajar bersama dengan usia yang lebih muda semacam ruang kerja sama. Karena hanya ada satu wilayah di setiap kota atau daerah, BUMN juga diharapkan menjadi wahana kerjasama energi antar BUMN di kota tersebut.

Dalam penelitian Rumah BUMN Demak Sebagai Strategi *Community Relations* dalam Mendorong Keberhasilan UMKM di Kabupaten Demak ini, peneliti mendapatkan data-data melalui metode wawancara langsung, serta metode dokumentasi. Peneliti mendapatkan data dari Ketua Koordinator Rumah BUMN Demak dan pelaku UMKM yang bergabung menjadi anggota di RBD. Dokumentasi berupa data pelengkap, peneliti dapatkan melalui data internal Rumah BUMN Demak serta pencarian bank BRI. Data-data tersebut kemudian akan disusun mulai dari perencanaan strategi komunikasi hingga evaluasi.

Karena Rumah BUMN merupakan implementasi CSR dari BUMN khususnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) maka aktivitas yang dilakukan oleh Rumah BUMN Demak merupakan bentuk *community relations* yang mana untuk mendapatkan keberhasilan dalam pelaksanaannya mengacu pada beberapa tahapan antara lain :

1. Tahap mengumpulkan fakta-fakta
2. Tahap Perumusan masalah
3. Tahap perencanaan dan pemograman
4. Tahap Aksi dan komunikasi
5. Tahapan evaluasi (Iriantara, 2013 : 80)

4.1 Pengumpulan Fakta

Masalah-masalah social yang sering dihadapi oleh para pelaku UMKM tentunya cukup banyak. Dari mulai permasalahan internal seperti minimnya modal, distribusi tidak tepat, pengelolaan keuangan yang kurang efisien, kurangnya inovasi, belum memaksimalkan pemasaran online, menejemen waktu dan tidak memiliki izin yang resmi. Pada masalah ini merupakan uraian dari beberapa isu-isu yang diperoleh setelah mengidentifikasi suatu kegiatan. Cara yang paling tepat untuk mengidentifikasi kelompok- kelompok utama komunitas adalah dengan interaksi pada komunitas tersebut (Wiwitan, 2018, p. 151).

Pengumpulan fakta ini tentang masalah internal yang ada pada pelaku UMKM itu sendiri dan permasalahan ini bisa diambil dari berbagai sumber. Contohnya dari berita social media massa, data statistik, obrolan pelaku UMKM atau keluhan-keluhan langsung dari pemilik UMKM. Selain itu juga bisa menelusuri dari laporan-laporan hasil penelitian yang dilaksanakan LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) mengenai kondisi sosial. (Iriantara, 2013 : 80)

Dalam proses pengumpulan fakta, Rumah BUMN Demak melakukan pencarian informasi-informasi melalui pemetaan sosial, kemudiam mencari-cari data-data akurat, dan melalui forum yang diadakan oleh perusahaan sebagai tempat berkomunikasi antara para pelaku UMKM (forum UMKM) dan selain itu juga Rumah BUMN Demak menghubungi pihak Dinas Perdagangan, Industri dan Koperasi UKM guna mendata

UMKM yang sudah terdaftar dikabupaten Demak. Seperti yang dikatakan oleh Aristya Risky Nadir :

"Pertama yang dilaksanakannya program ini yaitu saya selaku koordinator Rumah Bumh Demak mengkonfirmasi dengan DINDAGKOP atau dinas perdagangan koperasi ukm demak. Bahwa adanya rumah bumh demak yang merupakan program kegiatan yang diselenggarakan oleh CSR kementerian bumh bekerja sama dengan perusahaan bumh yaitu bank bri. Yang diharapkan mampu mendorong keberhasilan umkm yang ada di kabupaten demak. Setelah itu dindagkop demak sangat mengapresiasi dan menginformasikan kepada para pelaku umkm adanya rumah Bumh demak. Selain itu, saya juga melakukan promosi lewat sosial media yaitu instagram. Yang mana menurut saya lebih efektif karena fiturnya sangat mudah, maka para pelaku umkm, komunitas dan masyarakat tau keberadaan rumah bumh demak. Dengan mengenalkan informasi dan fasilitas yang ada, saya coba tunjukkan disosial media nama akunnya @rumahbumh.demak."

Tahap awal melakukan pemetaan sosial itu untuk mengetahui apa saja kebutuhan, persoalan dan isu yang sering muncul dalam menjalankan usaha yang mereka jalankan. Setelah isu persoalan dan kebutuhan UMKM yang dipetakan, selanjutnya dilakukannya pembahasan dilingkup internal Rumah BUMN Demak. Khususnya berkaitan dengan kompetensi dan kapabilitas RBD, termasuk dalam mengelola pembagian beberapa program, sebelumnya kemudian dimasukkan ke dalam rekomendasi program *community relations*.

Dalam forum komunikasi bersama pelaku UMKM dan forum UMKM, kordinator RBD berkumpul bersama dalam suatu ruang. Membahas mengenai persoalan maupun isu-isu yang dialami oleh pelaku UMKM hingga menemukan solusi yang akan disepakati bersama agar lebih memaksimalkan usaha untuk dilakukan kedepannya. Contoh persoalan yang dihadapi seperti Kurangnya memaksimalkan pemasaran online, karena minimnya pengetahuan sampai dengan adaptasi terhadap internet dan perkembangan teknologi yang dialami pelaku UMKM ini menjadi

tantangan dan masalah yang harus dihadapi. Dan solusi yang akan dilakukan yaitu RBD akan merencanakan program kegiatan berupa pelatihan mengenai gencar memasarkan produk UMKM di pemasaran online. Masyarakat dilibatkan dalam melakukan forum komunikasi ini harus dilakukan karena tanpa mereka perusahaan tidak akan mengetahui persoalan dan isu yang sering terjadi di masyarakat, sehingga nantinya juga perusahaan tidak bisa mengumpulkan informasi-informasi dan data yang dibutuhkan untuk menjadi landasan perencanaan program. Karena itu, masyarakat sangat mempengaruhi proses keberhasilan dan pencapaian tujuan operasional perusahaan. Seperti yang dikatakan Freeman (1984 : 46) (dalam Rachmat Kriyantono, 2014 : 62), mengatakan bahwa stakeholder adalah *“any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization’s objective”*. Yang dapat diartikan sebagai kelompok atau individu yang dipengaruhi atau dapat mempengaruhi tujuan organisasi.

Forum komunikasi bersama pelaku UMKM rutin dilaksanakan dan Rumah BUMN Demak sangat terbuka dalam mendengarkan keluhan-keluhan yang dihadapi mereka, sehingga kedekatan antara pelaku UMKM dan kordinator UMKM bisa dikatakan sangat dekat...

Dalam forum ini, pelaku UMKM menyampaikan berbagai segala yang ingin disampaikan kepada pihak Rumah BUMN Demak, baik itu dari isu dikalangan internal UMKM maupun eksternal UMKM, saran atau masukan untuk RBD dan sebagainya. Kemudian informasi baik saran ataupun kritik dan data yang sudah didapatkan ditampung lebih dahulu oleh pihak kordinator RBD. Sehingga dari forum komunikasi inilah yang bisa didapatkan oleh pihak Rumah BUMN Demak mendapatkan informasi dan data tentang apa yang terjadi di lingkungan UMKM sekitar dan mengetahui apa saja yang dibutuhkan masyarakat.

Peak (dalam Lesly, 1991 :117) menyatakan, bukan hanya mereka yang di dalam organisasi saja yang menentukan keberhasilan pencapaian tujuan, melainkan juga komunitas yang berada di sekeliling wilayah operasi organisasi. (Iriantara, 2013 : 31). Dengan demikian, sesungguhnya komunitas sekitar organisasi memiliki pengaruh yang besar dan langsung pada kinerja organisasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, perlu untuk menjalin hubungan yang baik antara organisasi dengan komunitasnya.

4.2 Perumusan Masalah

Suatu masalah secara sederhana bisa dirumuskan sebagai kesenjangan antara yang diharapkan dengan yang dialami, maka untuk menyelesaikannya diperlukan suatu kemampuan menggunakan pikiran dan ketrampilan serta kinerja yang sangat tepat. (Iriantara, 2013 : 81). Informasi, isu-isu dan persoalan yang dialami oleh pelaku UMKM kepada Rumah BUMN Demak pada forum komunikasi yang dilakukan ditempat RBD, nantinya akan dijadikan landasan dalam melakukan perencanaan program community relations.

Dalam tahapan pengumpulan fakta-fakta, informasi-informasi dan data -data akurat yang didapatkan dari pelaku UMKM, dikumpulkan dulu didalam perusahaan atau organisasi. Karena RBD juga perlu mempertimbangkan informasi-informasi dan isu yang didapatkan dari pelaku UMKM, yang mana perlu disesuaikan dari berbagai pihak yang bersangkutan. Pelaku pemberdayaan masyarakat harus membantu pihak organisasi dalam rangka memilah media massa, menetapkan isi, pesan, dan juga membuat perencanaan agar pelaksanaan pemberdayaan lebih efisien dan efektif (Saleh, Arifin, 2020, p. 105).

Jadi tidak semua isu yang diajukan oleh pelaku UMKM ke RBD, saran dan masukan yang diberikan anggota UMKM untuk Rumah BUMN Demak tersebut bisa dilakukan langsung semuanya. Mungkin itu bisa dilaksanakan pada nanti ketika semua

pelaksanaan yang sudah diprogramkan berjalan lancar. Semua masalah bisa dihadapi, pada hakikatnya itu akan menjadi prioritas dari masing-masing program yang akan direncanakan. Ada juga program yang akan dilaksanakan langsung pada bulan depannya. Tapi tetap menyesuaikan dengan apa yang dibutuhkan oleh para pelaku dan anggota UMKM binaan RBD. Contoh dari persoalan yang diajukan oleh pelaku UMKM yang tidak bisa diatasi secara langsung yaitu seperti perizinan, para pelaku UMKM sebagian besar tidak memiliki pengetahuan yang memadai terkait aspek legalitas dan perizinan, mulai dari persyaratan hingga proses yang ditempuh dalam pengurusannya. Tidak jarang juga yang enggan mengurus izin usahanya karena prosedur yang dianggap merepotkan. Karena bagi Rumah BUMN Demak, memiliki izin usaha adalah tanggungjawab dari pemilik usaha. Contoh lain dari saran pelaku UMKM yang akan segera dilaksanakan yaitu seperti masalah permodalan, disini RBD akan mendampingi pelaku UMKM untuk ikut dalam program kegiatan pinjaman modal, karena RBD bekerja sama dengan Bank BRI dalam permodalan bisnis. Sesuai dengan ketentuan dan syarat yang harus disetujui oleh pihak pelaku UMKM.

Pada dasarnya tujuan *community relations* adalah yang pertama untuk pengidentifikasian kebutuhan dari publik dikarenakan sifatnya yang berubah-ubah, dan tujuan kedua adalah untuk menjembatani hubungan perusahaan dengan komunitas. Hal tersebut dilakukan dengan pemetaan sosial (*social mapping*), memotret kondisi fisik lingkungan UMKM di Kabupaten Demak, menggolongkan kelompok-kelompok yang ada di sekitar, mengamati proses komunikasi antar tokoh di masyarakat, dan melihat apa pengaruh yang dihasilkan dari interaksi antar tokoh tersebut (Abraham, 2017, p. 2). Secara hipotetis seperti yang dirujuk di bagian sebelumnya, hubungan wilayah lokal benar-benar memiliki target yang sangat berfluktuasi. Mulai dari bangunan batas wilayah setempat, penataan gambar, hingga sebagai cara untuk kemajuan. Berdasarkan

penegasan di atas, hubungan wilayah lokal dalam organisasi terkait lebih ditekankan pada pengenalan organisasi dengan wilayah lokal dan lebih jauh lagi penataan gambaran organisasi. Hal ini tentu menarik karena program persiapan tersebut merupakan program hubungan daerah yang menekankan pada komponen pelatihan di bidang moneter. Kemudian, bagaimana sebuah program yang menonjolkan unsur pendidikan di bidang keuangan membantu mencapai tujuan hubungan daerah, melalui pengenalan organisasi dengan pengusaha UMKM dan membingkai gambaran organisasi yang menarik untuk dipelajari.

4.3 Perencanaan dan Pemograman

William H. Newman, Manulang (1982 : 47) mengartikan perencanaan sebagai penentuan terlebih dahulu apa yang akan dikerjakan. Pada dasarnya perencanaan dikerjakan berkaitan dengan tindakan yang akan dilakukan untuk mewujudkan tujuan dan objektif organisasi. (Iriantara, 2013 : 102). Sebelum melakukan perencanaan program kegiatan, Rumah BUMN Demak tentunya harus mencari tahu rencana program apa yang dilakukan. Dari pihak Rumah BUMN Demak mengumpulkan informasi-informasi dan data sebagai landasan perencanaan program kegiatan yaitu melakukan komunikasi serta sosialisasi dengan pelaku UMKM melalui dinas perdagangan, koperasi dan UMKM Demak dan Forum UMKM Demak atau bisa mendapatkan informasi dari media lain. Dalam kerangka yang lebih luas perencanaan diperlukan untuk menyusun strategi agar program- program berhasil dengan baik, dengan adanya perencanaan maka berbagai kemungkinan yang dapat menghambat pencapaian tujuan diharapkan dapat diatasi, karena melalui perencanaan akan mampu mengoptimalkan sistem kerja organisasi (Mulyadi, 2020, p. 448).

Mengenai perihal yang dibahas dalam perencanaan community relations yaitu mencari komunitas. Seperti yang dikatakan oleh koordinator Rumah BUMN Demak,

“sebelum kita melaksanakan program kegiatan kami mencari para pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Demak, melalui dinas perdagangan, koperasi dan UMKM yang menginformasikan jumlah total pelaku UMKM dan komunitas-komunitas yang sudah terbentuk. Selain itu juga membuat akun instagram @rumahbumn.demak”. Dapat disimpulkan bahwa Rumah BUMN Demak melakukan pencarian para pelaku UMKM melalui dinas koperasi dan perdagangan. Dan membuat akun instagram sebagai wadah informasi mengenai program-program kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan. Sehingga para komunitas, masyarakat dan para pelaku UMKM akan mengetahui tentang informasi mengenai kegiatan Rumah BUMN Demak. Sebelum mengikuti program kegiatan yang akan diadakan oleh Rumah BUMN Demak, para pelaku UMKM disarankan untuk mendaftarkan diri sebagai anggota resmi RBD setelah aktif menjadi anggota pelaku UMKM akan disarankan untuk mengikuti program-program yang akan dilaksanakan.

Pada persiapan program kegiatan diperlukan adanya koordinasi dari koordinator RBD seperti pembagian tugas, mempersiapkan kelengkapan peralatan yang dibutuhkan, mempersiapkan data-data dan mempersiapkan ruangan yang akan digunakan. Selain itu juga koordinator sudah mendapatkan pembicara atau narasumber sesuai dengan tema program kegiatan.

Dalam program community relations, Rumah BUMN Demak selaku community activator mulai mencari komunitas dengan mencari data-data komunitas dan pelaku UMKM apa saja yang ada di Demak. Rumah BUMN Demak mencari tahu melalui dinas Koperasi dan perdagangan Demak sebagai tumpuan dan informasi yang ada di forum-forum komunitas pelaku UMKM. Data tersebut digunakan untuk menyusun kontak komunitas menjadi database. Database diperlukan untuk data simpanan perusahaan. Dengan adanya database akan memudahkan RBD dalam

melaksanakan program community relations dan memudahkan untuk mencari kontak komunitas jika sewaktu-waktu diperlukan.

Manulang (1982 : 49) menjelaskan makna dari perencanaan yang baik, yaitu dengan menjawab pertanyaan 5W+1H harus benar. Berdasarkan hal ini, perencanaan yang baik semestinya harus bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini (Iriantara, 2013 : 105) :

1. Tindakan apa yang harus dilakukan?
2. Apakah sebabnya tindakan itu harus dilakukan?
3. Siapa yang melaksanakan tindakan itu?
4. Dimana tindakan tersebut dilaksanakan?
5. Kapan tindakan itu dilaksanakan?
6. Bagaimana cara melaksanakan tindakan itu?

Dari uraian di atas, penjelasan tentang tindakan yang harus dilakukan sudah dilaksanakan ketika berada di forum komunikasi. Pada saat itu melakukan pengumpulan informasi-informasi dan berkomunikasi dengan pelaku UMKM dan menggali informasi dari diskoperindag kabupaten Demak. Sehingga bisa menyimpulkan program dan tindakan apa saja yang harus diambil pada langkah pertama.

Setelah itu pada penjelasan kedua, yaitu tentang tindakan apa yang harus dilakukan, tentunya Rumah BUMN Demak melakukan riset terlebih dahulu untuk dijadikan landasan dalam pengambilan keputusan untuk merencanakan program atau tindakan yang harus diambil sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM dan masyarakat sekitar. Sehingga antara instansi dan pelaku UMKM paham betul maka akan saling mengetahui.

Selanjutnya penjelasan ketiga, yaitu mengenai siapa yang melaksanakan tindakan atau pelaksanaan program. Pada tahap pelaksanaan program, tentunya sudah merencanakan siapa saja yang akan terlibat didalamnya. Adapun yang akan dilibatkan pada saat pelaksanaan yaitu pertama dari pihak RBD yang sudah bersangkutan. Setelah itu pihak RBD menentukan siapa yang akan mengisi program kegiatan pelatihan dan siapa saja anggota yang sudah mendaftar di program pelatihan tersebut.

Kemudian yang keempat, yaitu tentang dimana tindakan tersebut dilakukan. Di program kegiatan ini tentunya dilaksanakan di tempat Rumah BUMN Demak yang beralamat di Jl. Sultan Fatah no. 676, Kauman, Bintoro, Demak, Jawa Tengah. Bisa juga jika program kegiatan pelatihan dilaksanakan di Rumah BUMN diantar kota lain. Menyesuaikan dengan tema pelatihan apa yang diinginkan oleh pelaku UMKM Demak.

Selanjutnya yang ke lima dan ke enam, yaitu tentang kapan dan bagaimana pelaksanaan tindakan tersebut. Mengenai kapan program kegiatan dilaksanakan, bisa dilihat dari sosial media instagram apa saja program kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan. Setidaknya dalam kurun waktu seminggu melakukan program kegiatan minimal sebanyak 2 kali. adapun dengan bagaimana tindakan itu dilaksanakan para pelaku yang ikut mendaftarkan program kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan. Ketika hari H dilaksanakannya pelatihan diharap pelaku UMKM datang sebelum dimulainya pelatihan dan mengisi daftar hadir. Setelah itu memasuki ruangan yang sudah disiapkan oleh pihak kordinator RBD.

Sebagai penggerak area lokal, RBD telah menjalankan tugasnya dengan baik. RBD adalah master resep. Semua kontak kelompok orang yang diperoleh dari diskoperindag dikumpulkan secara individual dan kemudian dicapai secara terpisah. Semakin banyak individu yang dijangkau oleh RBD, semakin banyak jaringan yang

mengetahui RBD. Alhasil secara tidak langsung mengenalkan RBD dengan para pelaku UMKM. Informasi UMKM juga dapat dimanfaatkan oleh Advertising atau Showcasing untuk berbagai keperluan, agar kumpulan data tersebut dapat bermanfaat nantinya.

4.4 Aksi dan Komunikasi

Aksi sebagai implementasi program yang sudah direncanakan, pada dasarnya sama saja dengan pelaksanaan program apapun dan tentu saja didalamnya juga ada komunikasi yang menjelaskan mengapa program ini dijalankan, juga masalah tanggung jawab sosial organisasi pada komunitasnya sehingga memilih untuk menjalankan program kegiatan tersebut. Perencanaan dalam organisasi harus dilaksanakan dengan baik, karena jika tidak maka tidak akan berdampak apapun. Sama halnya dengan program *community relations*. Jika program *community relations* tidak dilaksanakan dengan baik, maka manfaat program tersebut tidak dapat dirasakan dengan baik oleh organisasi maupun public dan masyarakat. Dan akibatnya tujuan *community relations* tidak tercapai. (Iriantara, 2013 : 123)

Dalam pelaksanaannya, organisasi berkomunikasi dengan stakeholder yang menjadi penanggungjawab dimasyarakat. Melalui kordinator Rumah BUMN Demak wilayah binaan, kemudian disosialisasikan ke pelaku UMKM. Hal ini juga bisa disebut sebagai enabling linkage yang merupakan bentuk hubungan antara organisasi dengan kelompok sosial yang memberikan kontrol yang memungkinkan organisasi eksis, termasuk hubungan dengan pemerintah lokal. Dengan koneksi tersebut dilanjutkan untuk disosialisasikan kepada seluruh anggota UMKM sehingga semua anggota dapat mengetahui tindakan atau program yang akan dilakukan.

Pelaksanaan program ini, antara organisasi dan masyarakat saling berkomunikasi dan berkolaborasi. Keterlibatan anantara pelaku UMKM dan organisasi saling mendapatkan manfaat. Dengan manfaat dirasakan masing-masing pihak berarti

komunitas memberi kontribusi bagi organisasi. Komunitas bukan hanya anggota yang dibantu oleh program kegiatan yang dihasilkan melalui organisasi, tapi juga ikut berkontribusi dalam memberikan dorongan untuk mengembangkan usahanya. Selain itu pelaku UMKM dapat belajar bergotong royong, sedangkan organisasi mengambil peran sebagai pendukung, pembimbing, pendamping dan lainnya.

Terdapat kemungkinan munculnya kejadian yang tidak diinginkan dalam pelaksanaan program, pelaku UMKM yang tidak bisa diatasi secara langsung yaitu seperti perizinan, para pelaku UMKM sebagian besar tidak memiliki pengetahuan yang memadai terkait aspek legalitas dan perizinan, mulai dari persyaratan hingga proses yang ditempuh dalam pengurusanannya. Tidak jarang juga yang malas mengurus izin usahanya karena prosedur yang dianggap merepotkan. Karena bagi Rumah BUMN Demak, memiliki izin usaha adalah tanggungjawab dari pemilik usaha.

Kita tidak selalu bisa mengharapkan, langkah-langkah pelaksanaan program community relations yang dilakukan perusahaan atau organisasi akan memberikan hasil seperti yang diinginkan. Kemungkinan munculnya hal-hal yang tidak diinginkan selalu harus diantisipasi sebelumnya, karena program dan kegiatan community relations melibatkan secara erat pihak lain, yaitu komunitas. (Iriantara, 2013 : 124).

Ketika organisasi mengetahui adanya kejadian yang tidak diinginkan terjadi, maka organisasi harus memikirkan inovasi dan solusi agar jika terulang tersebut dapat diatasi secara tepat. Cara Rumah BUMN Demak dalam menanggapi hal ini yaitu dengan berkumpul bersama stakeholder untuk berdiskusi mengenai langkah yang akan dilakukan. Anggota UMKM yang bersangkutan dalam mendapatkan bantuan juga harus mengetahui secara jelas tentang kesempatan atau langkah-langkah yang dilakukan tersebut. Interaksi seperti ini akan berguna bagi organisasi dalam merumuskan program perencanaan selanjutnya. (Kreps, 1990) menyebutkan bahwa organisasi memiliki

karakteristik yang dimiliki setiap system sosial yaitu pertukaran dengan lingkungan (interchange with the environment) yang artinya system berinteraksi dengan lingkungannya. Interaksi ini akan menghasilkan proses pertukaran input dan output. Seperti, perusahaan akan mendapatkan opini public yang bermanfaat untuk perencanaan program selanjutnya. (Rachmat Kristiantono, 2014 : 80)

4.5 Evaluasi

Evaluasi merupakan keharusan pada setiap akhir program atau kegiatan untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi program. Berdasarkan hasil evaluasi itu bisa diketahui apakah program bisa dilanjutkan, dihentikan atau dengan melakukan beberapa perbaikan dan penyempurnaan. (Iriantara, 2013 : 84) Evaluasi program dapat disimpulkan sebagai suatu proses pencarian informasi, penemuan informasi dan penetapan informasi yang dipaparkan secara sistematis tentang perencanaan, nilai, tujuan, manfaat, efektifitas dan kesesuaian sesuatu dengan kriteria dan tujuan yang telah ditetapkan. (Ashiong, 2015, p. 5)

Evaluasi community relations dalam konteks public relations menurut Steele (dalam Djudju, 1992 : 191) adalah proses penilaian secara sistematis tentang nilai, tujuan, efektifitas atau ketepatan sesuatu berdasarkan kriteria atau tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Artinya dalam evaluasi kita memberi makna, tujuan, efektifitas atau kesesuaian program kegiatan/ tindakan dengan acuan pada dua hal, yaitu standar atau kriteria dan tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. (Iriantara, 2013 : 147)

Dalam pelaksanaan program community relations bisa diketahui bagaimana respon dari UMKM dalam menerima program tersebut. Di Rumah BUMN Demak bisa dilihat berdasarkan manfaat dari setiap program yang dilaksanakan baik itu langsung ataupun tidak. Aristya Risky Nadir menyampaikan dalam wawancara :

“Evaluasi pelaksanaan program kegiatan Rumah BUMN Demak ini dilakukan menggunakan ukuran peningkatan jumlah BUMN yang dapat mengikuti program dan juga peningkatan kinerja UMKM peserta program kegiatan Rumah BUMN Demak.”

Namun demikian proses evaluasi keberhasilan komunikasi yang sudah dilakukan belum terukur secara jelas dan pasti karena ini masih tergantung banyak pada UMKM peserta dan untuk itu masih menunggu waktu

Dalam konteks community relations, bahwa evaluasi bukan hanya dilakukan terhadap penyelenggaraan program atau kegiatannya belaka. Melainkan juga melakukan evaluasi terhadap bagaimana sikap komunitas pada organisasi. Evaluasi atas sikap public itu diperlukan karena pada dasarnya community relations ini meski merupakan wujud tanggungjawab sosial organisasi, tetap merupakan kegiatan public relations (Iriantara, 2013 : 84)

Djudju (1992 : 240-246) membagi evaluasi menjadi 6 kategori, yaitu :

1. Evaluasi untuk pengambilan keputusan, yaitu evaluasi yang diarahkan untuk pwnumpulan informasi yang berkaitan dengan berbagai keputusan tentang perencanaan program.
2. Evaluasi bagian program, yang mengevaluasi bagian tertentu dari program seperti implementasi dan dampak program.
3. Evaluasi jenis dan data efektivitas, yang mengambil data dan jenis kegiatan tertentu untuk dievaluasi seperti mengategorisasikan data untuk menilai komponen-komponen program.
4. Evaluasi atas proses evaluasi, yang diperlukan oleh para perancang program untuk memahami proses evaluasi.

5. Evaluasi pencapaian tujuan, yang menilai pengkajian pada tujuan-tujuan khusus program apakah tercapai atau tidak.
6. Evaluasi atas hasil dampak, yang menilai sejauh mana hasil atau dampak dari program (Iriantara, 2013 : 148)

Kepuasan anggota UMKM dalam menerima program kegiatan community relations yang dilakukan organisasi termasuk aspek penting. Anggota UMKM sangat merasa terbantu dengan hadirnya program Rumah BUMN Demak, dari hadirnya program kegiatan pelatihan, peminjaman modal, membantu berkembangnya UMKM serta menghadirkan ruang dan tempat diskusi. Kemudian respon positif yang diberikan, anggota UMKM akan berinisiatif sendiri dalam mengembangkan potensi yang dimilikinya sehingga mampu menjalankan perputaran ekonomi. Seperti yang dikatakan Ershad Salam :

“Program kegiatan yang sudah dijalankan RBD sangat bagus dan semoga akan terus dipertahankan.”

4.6 Penerapan Stakeholder Theory

Konsep tentang tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak tahun 1970an dan secara umum dikenal dengan stakeholder theory. Istilah stakeholder diperkenalkan pertama kali oleh Standford Research Institute (SRI) di tahun 1963 (Marsela 2015:161). Menurut Freeman (1984:46), stakeholder didefinisikan sebagai sebuah organisasi, grup atau individu yang dapat dipengaruhi dan mempengaruhi tujuan organisasi tersebut. Tujuan dari manajemen stakeholder adalah untuk merancang metode yang digunakan untuk mengelola berbagai kelompok dan hubungan yang dihasilkan dengan cara yang strategis.

Stakeholder sendiri dibagi menjadi 2 bagian yaitu Stakeholder internal dan Stakeholder eksternal. Stakeholder internal yaitu Stakeholder yang berada dalam ruang

lingkup sebuah perusahaan ataupun organisasi contohnya manajer, karyawan dan pemegang saham sedangkan Stakeholder eksternal yaitu yang berasal dari luar sebuah perusahaan ataupun organisasi contohnya pemerintah, masyarakat, konsumen. Hubungan perusahaan dengan stakeholder di dalam perusahaan dibangun berdasarkan konsep kebermanfaatannya yang membangun kerjasama dalam menciptakan kesinambungan usaha perusahaan, sedangkan hubungan dengan stakeholder di luar perusahaan didasarkan pada hubungan yang bersifat fungsional yang bertumpu pada kemitraan. Perusahaan selain menghimpun kekayaan juga berusaha bersama-sama membangun kualitas kehidupan dengan stakeholder di luar perusahaan (Ely, 2014, p. 11).

Seperti halnya RBD Rumah BUMN Demak yang berada dibawah naungan kementerian BUMN membuat sebuah wadah ataupun tempat berkumpulnya para pemilik UMKM di Kabupaten Demak agar mendapatkan edukasi ataupun pelatihan-pelatihan untuk menjalankan UMKM nya. Maka dari itu dalam menjalankan program CSR nya kementerian BUMN melalui Rumah BUMN Demak menjalin hubungan dengan para stakeholders agar tujuan program yang di rencanakan dapat tercapai.

Dalam hal ini Rumah BUMN Demak memiliki berbagai stakeholder diantaranya yaitu

Tabel Stakeholder pada Rumah BUMN Demak

Stakeholder	Peran
Bank BRI	Dalam hal ini Rumah BUMN Demak di inisiasi oleh kementerian BUMN. bersama Bank BRI Rumah BUMN Demak melaksanakan program tersebut. Hal tersebut merupakan hal yang sangat menguntungkan bagi program Rumah

	BUMN Demak, karena Bank BRI telah memiliki citra positif dikalangan masyarakat khususnya bagi mereka yang bergerak di bidang ekonomi kerakyatan seperti UMKM di Kabupaten Demak ini. Sehingga Bank BRI juga diuntungkan adanya program Rumah BUMN Demak ini diantaranya yaitu mempermudah promosi tentang simpan dan pinjam ataupun program lainnya yang ada di Bank BRI.
Pemilik UMKM	Salah satu ekonomi kerakyatan yang memiliki perputaran uang secara cepat yaitu adalah UMKM. Salah satunya di Kabupaten Demak, dengan sebutannya sebagai Kota Wali Kabupaten Demak menjadi salah satu destinasi wisata religius bagi para wisatawan sehingga tak terlepas dari banyaknya pemilik UMKM. Dari hal tersebut Rumah BUMN Demak hadir sebagai wadah atau tempat berkumpul para pemilik UMKM untuk mendapatkan pelatihan-pelatihan agar dapat menghadapi tantangan dalam mengembangkan usahanya. Selain itu keuntungan bagi pemilik UMKM yang mengikuti Rumah BUMN Demak ini yaitu mereka akan mendapatkan bantuan dalam

	pengajuan <i>KUR</i> (Kredit Usaha Rakyat) untuk menambah permodalan usaha mereka. Peran penting juga di miliki oleh para pemilik UMKM yaitu, dengan mereka mengikuti program ini artinya mereka juga mendukung keberlangsungan akan adanya program Rumah BUMN Demak ini.
Pemerintah	Dalam hal ini pemerintah berperan sebagai regulator yang mana memberikan arahan-arahan ataupun masukan kepada Rumah BUMN yang disini berperan sebagai fasilitator. Keuntungan pemerintah dari adanya Rumah BUMN yaitu lebih mudah mengkoordinir ataupun mendata bagi masyarakat yang memiliki UMKM, mendapatkan pembayaran pajak negara, mendapatkan exposure ataupun opini publik tentang pemerintah yang memperhatikan para pelaku UMKM.
Masyarakat	Masyarakat juga tak luput mendapatkan keuntungan dari program Rumah BUMN ini yaitu, bagi mereka yang belum berkecimpung di dunia UMKM ataupun yang dulunya memiliki pekerjaan yang lain akan mendapatkan pencerahan bahwasanya jika bergerak di bidang UMKM, kita akan mendapatkan tempat

	pelatihan-pelatihan ataupun arahan dari Rumah BUMN. Sehingga hal tersebut menjadi pertimbangan bagi masyarakat yang belum ataupun hendak masuk dibidang UMKM. Selain itu mereka (masyarakat) akan menceritakan atau menjadi bahan obrolan baik di keluarga, teman, ataupun tetangga. Sehingga hal tersebut scara tidak langsung menjadi media promosi bagi Rumah BUMN Demak.
--	--

Dalam teori Stakeholder, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri serta hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder-nya yang dalam hal ini terdiri atas, Bank BRI, pemilik UMKM, pemerintah, masyarakat. Dari tabel tersebut masing-masing stakeholder mempunyai peran dan keuntungannya masing-masing, sehingga dapat dikatakan bahwasanya hubungan antara Rumah BUMN Demak dengan para stakeholdernya mempunyai hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kehadiran dan pengelolaan suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh bantuan yang diberikan oleh mitra kepada organisasi.

Oleh karena itu, dapat diduga bahwa hipotesis mitra adalah hipotesis yang mengatakan bahwa pengelolaan suatu organisasi tidak dapat dipisahkan dari pekerjaan mitra baik di dalam maupun di luar dengan landasan yang berbeda dari berbagai kepentingan dari setiap mitra saat ini.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan penelitian dan saran. Kesimpulan penelitian menjelaskan tentang rumah BUMN sebagai strategi community relations dalam mendorong keberhasilan UMKM Kabupaten Demak yang meliputi tahapan-tahapan dimulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Kesimpulan dan saran, berkaitan dengan rumah BUMN sebagai strategi community relations dalam mendorong keberhasilan UMKM kabupaten Demak.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Rumah BUMN sebagai strategi community relations dalam mendorong keberhasilan UMKM Kabupaten Demak. Secara umum, hasil menegaskan bahwa pengembangan praktik tanggung jawab sosial oleh BUMN berupa penerapan strategi kegiatan yang dilakukan oleh Rumah BUMN Demak dilakukan melalui beberapa tahap :

1. Tahap mengumpulkan fakta-fakta yang terjadi di lingkungan sekitar dan dihadapi oleh masyarakat dan UMKM. Fakta yang dimaksud yaitu suatu problem yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM. Masalah-masalah yang sering dihadapi oleh para pelaku UMKM tentunya cukup banyak. Dari mulai permasalahan internal seperti minimnya modal, distribusi tidak tepat, pengelolaan keuangan yang kurang efisien, kurangnya inovasi, belum memaksimalkan pemasaran online, manajemen waktu dan tidak memiliki izin yang resmi.
2. Tahap Perumusan masalah. Masalah dirumuskan untuk membatasi ruang lingkup permasalahan dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dan UMKM. setelah tahapan pengumpulan fakta-fakta, informasi-informasi dan data-data akurat yang didapatkan dari pelaku UMKM, dikumpulkan dulu didalam perusahaan atau

organisasi. Karena RBD juga perlu mempertimbangkan informasi-informasi dan isu yang didapatkan dari pelaku UMKM, yang mana perlu disesuaikan dari berbagai pihak yang bersangkutan. Agar ditemukan solusi terlebih dahulu oleh pihak RBD.

3. Tahap perencanaan dan pemogramann yang merupakan penyusunan rencana dan program yang akan dilakukan untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Kegiatan yang sebagai bagian dari program merupakan langkah-langkah yang akan ditempuh untuk mewujudkan program guna mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.
4. Tahap Aksi dan komunikasi, berupa pelaksanaan tindakan nyata untuk menjawab masalah yang ada. Aksi sebagai implementasi program yang sudah direncanakan, pada dasarnya sama saja dengan implementasi program apapun dan tentu saja didalamnya juga ada komunikasi yang menjelaskan mengapa program ini dijalankan, juga masalah tanggung jawab sosial perusahaan pada komunitasnya sehingga memilih untuk menjalankan program kegiatan tersebut.
5. Tahapan evaluasi berupa evaluasi pelaksanaan program kegiatan Rumah BUMN Demak. Aksi sebagai implementasi program yang sudah direncanakan, pada dasarnya sama saja dengan implementasi program apapun dan tentu saja didalamnya juga ada komunikasi yang menjelaskan mengapa program ini dijalankan, juga masalah tanggung jawab sosial perusahaan pada komunitasnya sehingga memilih untuk menjalankan program kegiatan tersebut.

5.2 Saran

1. Bagi Instansi

Rumah BUMN Demak harus menjaga hubungan yang terjalin dengan pelaku UMKM karena instansi ini merupakan salah satu bentuk tanggungjawab yang dilakukan pemerintah dalam membantu masyarakat disektor ekonomi. Pemerintah

diharap lebih teliti dan lebih detail dalam melakukan survey untuk membentuk program-program dengan matang agar menghindari adanya ketidaktepatan sasaran dalam memberikan bantuan kepada masyarakat.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat supaya belajar untuk tidak ketergantungan dengan pemerintah, berinisiatif sendiri. Karena pemerintah tidak selamanya akan mendampingi, sehingga nantinya masyarakat tidak kaget dan bisa mengembangkan ekonomi diwilayahnya.

3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang berjudul Rumah BUMN Demak sebagai Strategi community Relations dalam mengembangkkn UMKM di Kabupaten Demak dalam melakukan tanggungjawab sosial, dari penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Analisis yang dilakukan disini difokuskan pada strategi yang dilakukan oleh Rumah BUMN untuk meningkatkan kinerja UMKM. Pendekatan kualitatif yang dilakukan masih belum menjawab keberhasilan kinerja UMKM atas penerapan program olah Rumah BUMN. Hal ini karena banyaknya UMKM yang mengikuti dan kesulitan dalam mengumpulkan data keuangan kuantitatif yang andal dari UMKM, karena metode kualitatif yang digunakan untuk mengumpulkan informasi adalah berdasarkan persepsi dengan menanyakan kepada pemilik UMKM. Untuk mengatasi beberapa keterbatasan yang disebutkan sebelumnya, maka sampel penelitian melibatkan lebih banyak informan baik dari Rumah BUMN Demak maupun dari UMKM.

4. Rekomendasi Penelitian

Rekomendasi untuk peneliti yang lain yaitu penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini hanya mengungkap sebagian kecil permasalahan yang berhubungan dengan proses community relations. Dalam hal ini masih banyak factor yang dapat mempengaruhi pada proses tersebut dan belum diungkap sepenuhnya dalam penelitian

ini. Untuk itu disarankan kepada peneliti selanjutnya yang ingin melakukan kajian atau penelitian lebih lanjut agar dilaksanakan dengan baik.

INTERVIEW GUIDE

INTERVIEW GUIDE KOORDINATOR RUMAH BUMN DEMAK :

1. Bagaimana awal mula didirikannya Rumah BUMN Demak?
2. Apa fungsi dan manfaat dilaksanakannya Rumah BUMN Demak?
3. Apa peran anda di Rumah BUMN Demak?
4. Bagaimana anda selaku koordinator Rumah BUMN Demak mengajak pelaku UMKM di kab. Demak untuk bergabung di Rumah BUMN Demak?
5. Strategi apa yang dilakukan oleh para koordinator Rumah BUMN Demak dalam menerapkan kegiatan yang akan dilaksanakan?
6. Biasanya persoalan apa yang sering dialami/keluhan oleh para pelaku UMKM di Kab. Demak?
7. Perencanaan apa yang dilakukan oleh Rumah BUMN Demak untuk mewujudkan – tujuan program kegiatan / keberhasilan pelaku UMKM di kab. Demak?
8. Setelah adanya perencanaan tentunya ada aksi dan komunikasi. Nah itu apa implementasi dari rencana tersebut yang sudah dicanangkan oleh Rumah BUMN Demak?
9. Bagaimana evaluasi setelah dilakukannya program kegiatan Rumah BUMN Demak?
10. Sudah ada berapakah pelaku UMKM yang bergabung selama satu tahun, kira2 berapa persen peningkatan yang sudah dialami?

INTERVIEW GUIDE ANGGOTA RBD 1 :

1. Berapa jumlah karyawan zem silver sekarang ini?
2. Apa yang anda ketahui tentang Rumah BUMN Demak?
3. Siapa yang memberikan informasi kepada anda adanya Rumah BUMN Demak?
4. Sejak kapan anda sudah bergabung di Rumah BUMN Demak?

5. Mengapa anda tertarik untuk mengikutsertakan diri di RBD?
6. Program kegiatan apa sajakah yang sudah anda ikuti di RBD? Apakah anda juga terlibat dalam perencanaan program kegiatan?
7. Menurut anda apakah manfaat yang anda rasakan setelah bergabung di RBD?
8. Bagaimana pendapat anda tentang RBD
9. Bagaimana cara tahapan seleksi agar bisa terdaftar sebagai anggota di RBD?
10. Kendala yang dihadapi usaha anda setelah mengikuti RBD ?

INTERVIEW GUIDE ANGGOTA RBD 2 :

1. Berapa jumlah karyawan Toko Pakaian nia collection sekarang ini?
2. Apa yang anda ketahui tentang Rumah BUMN Demak?
3. Siapa yang memberikan informasi kepada anda adanya Rumah BUMN Demak?
4. Sejak kapan anda sudah bergabung di Rumah BUMN Demak?
5. Mengapa anda tertarik untuk mengikutsertakan di RBD?
6. Program kegiatan apa sajakah yang sudah anda ikuti di RBD?
7. Menurut anda apakah manfaat yang anda rasakan setelah bergabung di RBD?
8. Bagaimana pendapat anda tentang RBD?
9. Bagaimana cara tahapan seleksi agar bisa terdaftar sebagai anggota di RBD?
10. Kendala yang dihadapi usaha anda setelah mengikuti RBD ?

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

1. Informan 1 (Bapak Aristya Risky Nadir)

Bapak Aristya Risky Nadir adalah pemilik Koordinator Rumah BUMN Demak. Beliau adalah informan kunci dalam penelitian ini karena setiap kegiatan hubungan komunikasi pemasaran dilakukan oleh Rumah BUMN. Berikut ini adalah pertanyaan dan jawaban dari wawancara yang dilakukan.

Tabel 4.2
Hasil Wawancara dengan Bapak Aristya Risky Nadir

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana awal mula didirikannya Rumah BUMN Demak?	Awal mula dilaksanaannya program rumah bumn yaitu dari kementerian bumn yang memiliki perusahaan besar seperti pertamina, bank bri, bank mandiri dan lainnya ingin turut membantu dalam mengembangkan perekonomian indonesia. Sebagai langkah tanggung jawab sosial terhadap masyarakat yang ingin memajukan usaha yang dibangun agar mencapai tujuan. Dengan bersama-sama membuat program yang disebut rumah kreatif bumn. Awal pembentukan RKB pada tahun 2016 dengan RKB pertama kali didirikan adalah RKB Labuan Bajo oleh PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Sampai saat ini telah tercatat ada 277 RKB yang tersebar seluruh provinsi di Indonesia dengan melibatkan 14 BUMN. Rumah BUMN Demak awalnya memiliki nama rumah kreatif BUMN ini berlangsung sejak 10 Februari 2020. Rumah BUMN Demak merupakan program kementerian bumn yang memfokuskan pada pengembangan umkm tok, akan tetapi saat ini dibuka untuk umum bukan hanya pelaku umkm saja. Masyarakat sekitar bisa menikmati fasilitas-fasilitas yang sudah disediakan oleh rumah bumn ini. Seperti komunitas-komunitas yang ingin menggunakan fasilitas sangat diperbolehkan sebagai sarana kumpul, rapat atau belajar.
2	Apa fungsi dan manfaat dilaksanakannya Rumah BUMN Demak?	Adapun fungsinya yakni sebagai tempat berkumpul para pelaku umkm sekitar untuk belajar menciptakan bisnis yang berkualitas. Secara keseluruhannya ya mbak, rumah

		bumn ini ingin mendorong kemajuan para pelaku umkm dengan beragam pelatihan, permodalan, dan pengadaan aplikasi seperti shopee yang paling kita gencarkan. Rumah BUMN Demak akan selalu membimbing dan mendampingi para pelaku umkm dalam menghadapi tantangan dalam mengembangkan usahanya. Bahkan dalam permodalan Rumah BUMN Demak membantu para pelaku umkm melalui kredit usaha rakyat (KUR). Selain permodalan Rumah BUMN Demak juga kerap mengadakan pelatihan yang diharapkan mampu meningkatkan kompetensi para pelaku umkm yang sesuai dengan bidangnya.
3	Apa peran anda di Rumah BUMN Demak?	Saya selaku koordinator rumah bumndemak bertanggung jawab terhadap koordinasi dan mengorganisasikan seluruh penyelenggaraan program kegiatan dan pelaksanaan kebijakan organisasi dalam Penyelenggaraan program kegiatan. Selain itu, tugas saya sebagai koordinator yaitu mengusulkan program kegiatan, mendata aktivitas dan kegiatan juga mengkaji ulang program kegiatan yang sudah pernah dilaksanakan seperti program kegiatan pelatihan apa yang akan terus berlangsung, membangun kerjasama dengan devisi lain, komunitas dan para pelaku umkm. Dan terakhir yaitu mengadakan agenda program kegiatan rutin.
4	Bagaimana anda selaku koordinator Rumah BUMN Demak mengajak pelaku UMKM di kab. Demak untuk bergabung di Rumah BUMN Demak?	Pertama yang dilaksanakannya program ini yaitu saya selaku koordinator Rumah Bumndemak mengkonfirmasi dengan DINDAGKOP atau dinas perdagangan koperasi ukmdemak. Bahwa adanya rumah bumndemak yang merupakan program kegiatan yang diselenggarakan oleh CSR kementerian bumndemak bekerja sama dengan perusahaan bumndemak yaitu bank bri. Yang diharapkan mampu mendorong keberhasilan umkm yang ada di kabupaten demak. Setelah itu dindagkop demak sangat mengapresiasi dan menginformasikan kepada para pelaku umkm adanya rumah Bumndemak. Selain itu, saya juga melakukan promosi lewat sosial media yaitu instagram. Yang mana menurut saya lebih efektif

		karena fiturnya sangat mudah, maka para pelaku umkm, komunitas dan masyarakat tau keberadaan rumah bumh demak. Dengan mengenalkan informasi dan fasilitas yang ada, saya coba tunjukkan disosial media nama akunnya @rumahbumh.demak.
5	Strategi apa yang dilakukan oleh para koordinator Rumah BUMN Demak dalam menerapkan kegiatan yang akan dilaksanakan?	RBD itu kan, Program yang dibentuk oleh CSR kementerian BUMN maka dapat diartikan bahwa ini merupakan kegiatan community relations. Sehingga strateginya pun melalui tahapan-tahapan seperti, mengumpulkan fakta-fakta yang terjadi dilingkungan sekitar. Maksudnya dari data-data yang sudah bahwa umkm di kabupaten demak memiliki tingkat produktivitas yang tinggi, maka perlu adanya dorongan untuk mengembangkan usaha yang dimiliki. Itu salah satunya. Tahapan selanjutnya yaitu perumusan masalah, Masalah secara sederhana bisa dirumuskan sebagai kesenjangan antara yang diharapkan dengan apa yang dialami, yang untuk menyelesaikannya diperlukan kemampuan menggunakan pikiran dan ketrampilan secara tepat. Hal itu perlu ditangani dengan tepat, seperti rumah bumh demak akan senantiasa mendampingi para pelaku umkm dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Tahapan ketiga yaitu perencanaan dan pemograman, rencana itu sebuah perkiraan yang didasarkan pada fakta dan informasi tentang sesuatu yang akan terwujud atau terjadi nanti. Untuk bisa mewujudkan apa yang diandaikan akan terjadi kemudian hari. Program merupakan cara untuk mencapai tujuan tersebut. Kegiatan yang sebagai bagian dari program merupakan langkah-langkah yang ditempuh untuk mewujudkan program guna mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Tahapan keempat yaitu aksi dan komunikasi, Aksi sebagai implementasi program yang sudah direncanakan, pada dasarnya sama saja dengan implementasi program apapun dan tentu saja didalamnya juga ada komunikasi yang menjelaskan mengapa program ini dijalankan, juga masalahtanggung jawab sosial perusahaan pada komunitasnya sehingga memilih untuk menjalankan program kegiatan tersebut.

		Tahapan terakhir yaitu evaluasi, keharusan pada setiap akhir program atau kegiatan untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi program. Berdasarkan hasil evaluasi itu bisa diketahui apakah program bisa dilanjutkan, dihentikan atau dilanjutkan dengan melakukan beberapa perbaikan dan penyempurnaan.
6	Biasanya persoalan apa yang sering dialami/keluhan oleh para pelaku UMKM di Kab. Demak?	Untuk para pelaku umkm di kabupaten demak ini paling sering mengalami persoalan tentang pelaku usahanya sendiri. Seperti minimnya mindset yang dimiliki para pelaku sehingga perlu ditingkatkan lagi kepercayaan diri dari pelaku umkm agar tercapai. Contohnya seperti ini mbak, ada nih salah satu pelaku umkm demak memproduksi kripik gitu yaa. Terus dipajang dipameran ada konsumen yang tertarik untuk membeli dalam skala besar. Lalu saya konfirmasi ke umkm tersebut tapi sayangnya umkm itu malah menolak dengan alasan belum siap memproduksi dalam jumlah besar. Karena fasilitas yang belum memadai dan lain-lain. Ada lagi terlalu bersaing dengan sesama produsen lainnya. Padahal seharusnya kan bisa bekerjasama gitu ya.
7	Perencanaan apa yang dilakukan oleh Rumah BUMN Demak untuk mewujudkan – tujuan program kegiatan / keberhasilan pelaku UMKM di kab. Demak?	Jadi program perencanaan yang sudah direncanakan didalam program RBD ini minimal 2 kali dalam seminggu dilaksanakannya. Sebelumnya kita merancang program ini bersama para divisi dan akan disetujui oleh ketua organisasi. Dan juga adanya usulan dari para pelaku umkm yang sudah terdaftar, apa yang mereka butuhkan tentunya kita rencanakan dalam program kegiatan. Setelah itu kita mencari coach atau pelatih yang sudah memiliki ilmu yang memadai dan sudah terlatih dibidangnya. Maka jika semua sudah merasa pas atau cocok dengan rencananya, akan kita lakukan pelaksanaan dari semua yang sudah direncanakan.
8	Setelah adanya perencanaan tentunya ada aksi dan komunikasi. Nah itu apa implementasi dari	Untuk memperkenalkan dan menyebarluaskan Rumah BUMN Demak ini kami melakukannya dengan terlebih dahulu memilih para komunikator.

	rencana tersebut yang sudah dicanangkan oleh Rumah BUMN Demak?	Beberapa cara yang dilakukan adalah dengan meningkatkan keterlibatan masyarakat antara lain: menunjukkan minat aktif pada masalah-masalah masyarakat; mensponsori kegiatan UMKM; berpartisipasi dalam pemerintah daerah; bergabung dengan grup bisnis dan layanan layanan UMKM; membeli bahan dan persediaan dari perusahaan lokal; mendorong pendidikan dan budaya masyarakat; menyediakan kantor atau fasilitas lain untuk organisasi masyarakat; mendukung gerakan amal lokal; dan ikut serta dalam kegiatan kemasyarakatan. Selain itu, kami menyiapkan rekaman video informasi tentang produk, layanan, kebijakan, dan misi keseluruhan dan membuat sumber daya yang tersedia bagi masyarakat. Brosur dan buletin informasi juga dapat didistribusikan kepada para pemimpin dan pemerintah kecamatan dan kelurahan dan apapun jenis program hubungan masyarakat yang digunakan, yang penting untuk selalu memberi informasi kepada media tentang kegiatan Rumah BUMN Demak.
9	Bagaimana evaluasi setelah dilakukannya program kegiatan Rumah BUMN Demak?	Evaluasi pelaksanaan program kegiatan Rumah BUMN Demak ini dilakukan menggunakan ukuran peningkatan jumlah BUMN yang dapat mengikuti program dan juga peningkatan kinerja UMKM peserta program kegiatan Rumah BUMN Demak. Namun demikian proses evaluasi keberhasilan komunikasi yang sudah dilakukan belum terukur secara jelas dan pasti karena ini masih tergantung banyak pada UMKM peserta dan untuk itu masih menunggu waktu
10	Sudah ada berapakah pelaku UMKM yang bergabung selama satu tahun, kira2 berapa persen peningkatan yang sudah dialami?	Wahh .. banyak mbak. Hampir setiap hari kerja UMKM yang bergabung selalu ada... selama tahun 2020 saja dari Januari sampai Desember itu tercatat sebanyak 1252 UMKM mendaftar ke kami... sedangkan pada tahun 2021 ini hingga akhir Februari 2021 itu tercatat sudah 127 UMKM baru.. Rata-rata setiap bulannya itu ada penambahan sebanyak 65 UMKM mbak.

Sumber: Wawancara

2. Informan 2 (Ershad)

Ershad adalah pemilik UMKM Zem Silver. Dalam operasionalnya Zem Silver mengubah limbah elektronik menjadi perhiasan berharga tinggi. Zem Silver melibatkan penyandang disabilitas dalam kerja sehari-hari. Produk mereka kini telah diekspor ke berbagai negara seperti Brasil, Belanda, Suriname, hingga Prancis.

Tabel 4.3
Hasil Wawancara dengan Ershad

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Berapa jumlah karyawan zem silver sekarang ini?	7 orang, dulu sebelum pandemic ada sekitar 16 orang yang bekerja, selain itu kami juga mempekerjakan orang disabilitas, guna membantu perekonomian keluarga.
2	Apa yang anda ketahui tentang Rumah BUMN Demak?	Rumah BUMN Demak adalah salah satu program kegiatan dari CSR BUMN yang dibentuk untuk menyalurkan ilmu dan sebagai tempat belajar kepada para pelaku UMKM khususnya yang ada di Kabupaten Demak.
3	Siapa yang memberikan informasi kepada anda adanya Rumah BUMN Demak?	Informasi dari banyak sumber dari Bank BRI, Disdagkop dan saya juga lihat di Instagram. Karena ya menurut saya, Rumah BUMN Demak memiliki daya Tarik yang sangat kuat.
4	Sejak kapan anda sudah bergabung di Rumah BUMN Demak?	Awal tahun 2020 kemarin, ketika pembukaan Rumah BUMN saya langsung mendaftarkan diri.
5	Mengapa anda tertarik untuk mengikutsertakan diri di RBD?	Adanya bantuan modal maupun banyak pelatihan seperti mendatangkan coach yang sudah ahli di bidangnya, sehingga saya sangat mengapresiasi dengan hal itu. Selain itu juga RBD menyiapkan fasilitas untuk mendisplay dari produk yang dihasilkan UKM.
6	Program kegiatan apa sajakah yang sudah anda ikuti di RBD? Apakah anda juga terlibat dalam perencanaan program kegiatan?	Lumayan mbak, sekitar 5-6 kali yang menurut saya, Program itu sesuai dengan apa yang perlu saya kembangkan di usaha saya. Pasti saya mendaftarkan diri. Salah satunya program kegiatan tentang manajemen, sedikit cerita ketika waktu awal-awal pandemi saya merasa pemasukan usaha menurun, sehingga saya harus membayar 16 karyawan. Setelah itu saya melihat program kegiatan yang dipromosikan dan saya mengikutsertakan diri sebagai bahan kajian saya. Dan saya

		merasa terbantu dan menemukan jalan keluar tentang manajemen keuangan. Untuk dilibatkan saya rasa iya, Karena setelah tergabung di grup RBD sering kali kordinator menanyakan sekira butuh pelatihan apa bisa konfirmasi ke RBD untuk mengisi data. Ingin ikut pelatihan apa nantinya jika ada yang mengadakan program kegiatan tersebut akan di informasikan. Dulu saya pernah ingin sekali mempelajari lebih dalam tentang skill terbaru pembuatan perak, lalu dari pihak RBD secara eksklusif memberikan kelasprogram kegiatan untuk saya. Karena waktu itu usaha saya mau diikuti sertakan di acara BRilian, dan alhamdulillah masuk di 9 besar se Indonesia.
7	Menurut anda apakah manfaat yang anda rasakan setelah bergabung di RBD?	Saya jadi mendapatkan banyak relasi dan kenalan. Kenal dengan para usaha dibidang perak dan saling bertukar pikiran. Membuka mindset saya tentang manajemen.
8	Bagaimana pendapat anda tentang RBD?	Sangat bagus dan semoga akan terus dipertahankan.
9	Bagaimana cara tahapan seleksi agar bisa terdaftar sebagai anggota di RBD?	Kami hanya diminta mendaftar dengan syarat-syarat yang mudah. Seperti menyiapkan fotokopi KTP dan mengisi formulir data diri. Setelah itu juga disarankan untuk membuka rekening BRI jika membutuhkan modal usaha.
10	Kendala yang dihadapi usaha anda setelah mengikuti RBD ?	Belum ada sejauh ini, karena menurut saya ini sudah baik, tetapi jika ditingkatkan akan jauh lebih baik lagi.

3. Informan 3 (Sofiatun)

Sofiatun adalah pemilik UMKM Toko Pakaian Nia. Dalam operasionalnya Toko Pakaian Nia Collection adalah produsen pakain jadi sekaligus juga sebagai penjualnya di toko mereka.

Tabel 4.3
Hasil Wawancara dengan Sofiatun

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Berapa jumlah karyawan Toko Pakaian nia collection sekarang ini?	Kami memiliki 4 orang karyawan, alhamdulillah selama pandemi kami bisa bertahan dikeadaan ketika pemasukan menurun. Karena bagi saya karyawan adalah salah satu strategi yang perlu dipertahankan.
2	Apa yang anda ketahui tentang Rumah BUMN Demak?	Ya saya tahu... Rumah BUMN itu tempat dimana bank BRI memberikan bantuan kepada UMKM untuk meningkatkan usahanya.
3	Siapa yang memberikan informasi kepada anda adanya Rumah BUMN Demak?	Tahu dari salah satu kerabat, setelah itu saya kepoin di Instagram.
4	Sejak kapan anda sudah bergabung di Rumah BUMN Demak?	Kami mendaftar pada akhir tahun 2020
5	Mengapa anda tertarik untuk mengikutsertakan di RBD?	Karena BRI akan memberikan bantuan modal bagi UMKM dan setelah melihat feed ig nya saya tertarik untuk ikut pelatihan tentang online shop.
6	Program kegiatan apa sajakah yang sudah anda ikuti di RBD?	Rumah BUMN sering melakukan kegiatan dalam hal pelatihan pengembangan usaha di era social media.
7	Menurut anda apakah manfaat yang anda rasakan setelah bergabung di RBD?	Semakin banyak dikenal dan menjaidi semakin banyak kenalan
8	Bagaimana pendapat anda tentang RBD?	Sangat bermanfaat bagi kami para UMKM di Demak dan RBD juga menyediakan display untuk mengenalkan salah satu produk yang saya jual..
9	Bagaimana cara tahapan seleksi agar bisa terdaftar sebagai anggota di RBD?	Kami hanya diminta mendaftar dengan syarat-syarat yang mudah
10	Kendala yang dihadapi usaha anda setelah mengikuti RBD ?	Harus mempraktekkan system atau manajemen yang sudah diajarkan setelah mengikuti program kegiatan, karena keterbatasan waktu dan tenaga.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Fajar, Mukti. (2010). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia Studi Tentang Penerapan Ketentuan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional & BUMN di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Iriantara, Yosol. (2013). *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lattimore, Dan & Otis Baskin. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saputra, Wahidin & Rulli Nasrullah. (2011). *Public Relations 2.0 Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Solihin, Ismail. (2015). *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r & d. *Bandung: Alfabeta*.

Non Buku

Laporan Kegiatan pelatihan Rumah BUMN Demak tahun 2020-2021

Jurnal Ilmiah

Nainggolan, A. N., Vidyarini, T. N., & Sari, Y. D. (2019). Strategi Community Relations PT Pertamina Hulu Energi West Madura Offshore dalam Melaksanakan Program CSR Si Komo Pasir-Taman Pendidikan Mangrove (2013-2017). *Scriptura*, 9(1), 16-25.

Oktariyanda, T. A. (2011) Kualitas Layanan Go Online Sebagai Bentuk Corporate Social Responsibility Pembinaan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Rumah Bumn Bank Mandiri Surabaya.

Putra, Y. P. (2013). Program Csr Sebagai Penerapan Community Relations: Studi Kasus “Living With Hiv” Oleh Salah Satu Bank Internasional Yang Memiliki Cabang Pusat Di Indonesia. *Jad: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*.

Putri, R. D. (2019). *Strategi komunikasi rumah kreatif sleman dalam upaya pengembangan UMKM di era ekonomi digital* (Doctoral dissertation, Universitas Ahmad Dahlan).

Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98-105.

Taurissa, A. M. (2017). Evaluasi Program Community Relations Perusahaan X. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1).

Wiwitan, T., Trigartanti, W., & Hernawati, R. (2018). Konsep “Corporate Social Responsibility” dalam Kegiatan “Community Relations”. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 24(2), 151-164.

Skripsi

Chusna, Anisa Ul. (2018). Strategi Communiy Relations PT Holcim Indonesia tbk (Pabrik Cilacap) dalam Melakukan Program Corporate Social Responsibility (CSR). Skripsi. Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi. Semarang: UNISSULA

Putri, Reinalda Destriana. (2020). Strategi Komunikasi Rumah Kreatif Sleman Dalam Upaya Pengembangan Umkm Di Era Ekonomi Digital. Skripsi. Fakultas Ilmu Komunukasi. Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan

Sumber Internet

<https://bumn.go.id/responsible/info/rumah-kreatif-bumn-rkb-5d>

diakses pada 23 Novemver 2020

<https://www.rkb.id/>

diakses pada 7 Januari 2021

