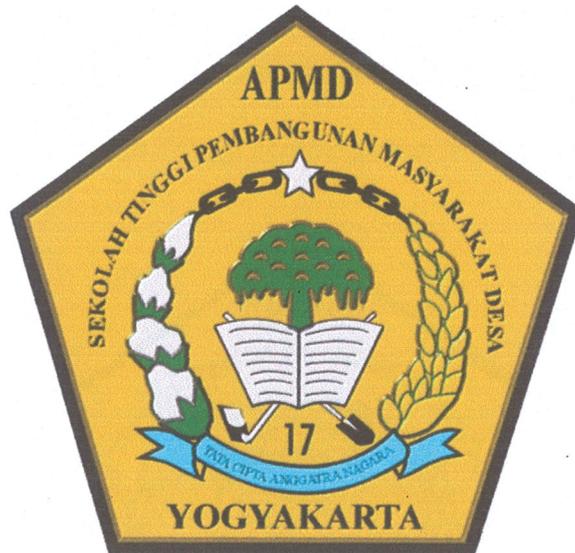


SKRIPSI
KOMUNIKASI ORGANISASI KOPERASI SUMEKAR DALAM
PEMBERDAYAAN BAKPIA RUMAHAN DI PATHUK
NGAMPILAN



Oleh :

RAFLY PUTRA LAKOSONO

NIM: 19530019

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"
YOGYAKARTA

2024



SKRIPSI
KOMUNIKASI ORGANISASI KOPERASI SUMEKAR DALAM
PEMBERDAYAAN BAKPIA RUMAHAN DI PATHUK
NGAMPILAN

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD”



Disusun Oleh:

RAFLY PUTRA LAKOSONO

NIM: 19530019

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”
YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

NAMA : RAFLY PUTRA LAKOSONO

NIM : 19530019

**JUDUL SKRIPSI : KOMUNIKASI ORGANISASI KOPERASI
SUMEKAR DALAM PEMBERDAYAAN BAKPIA RUMAHAN DI
PATHUK NGAMPILAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya menyatakan bahwa bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi.

Yogyakarta, 19 Juni 2024


20 METERAI
TEMPEL
F2C4ALX156157301
Rafly Putra Lakosono

19530019

HALAMAN MOTTO

“Penolakan membuat lelaki lebih kuat”

(Jiraiya)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Banyak kekurangan dan keterbatasan yang terdapat di dalamnya. Namun demikian, skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan rasa syukur, saya ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang selalu menyertai langkah saya. Tanpa bimbingan dan kekuatan dari-Nya, saya tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu yang telah memberikan cinta, doa, dukungan, serta pengorbanan tiada henti. Terima kasih atas segala kasih sayang, dorongan, dan nasihat yang telah kalian berikan. Skripsi ini adalah bukti dari hasil kerja keras dan doa kalian.
3. Adik Tercinta yang selalu memberikan semangat dan keceriaan di tengah kesibukan. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungan moral yang begitu berarti. Kehadiranmu memberikan warna dalam setiap langkah perjuanganku.

Yogyakarta, 19 Juni 2024



Rafly Putra Lakosono



**YAYASAN PENGEMBANGAN PENDIDIKAN TUJUH BELAS YOGYAKARTA
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD" YOGYAKARTA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

STATUS TERAKREDITASI : Baik Sekali
SK BAN PT No: 528/SK/BAN-PT/Ak.KP/S/II/2024

Alamat : Jl. Timoho No. 317 Yogyakarta 55225, Telp. (0274) 561971, 552775, Fax. (0274) 515989, website : www.apmd.ac.id, e-mail : info@apmd.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim penguji untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi pada Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "STPMD APMD" Yogyakarta pada :

Pada hari : Jumat
Tanggal : 14 Juni 2024
Pukul : 10.00 WIB
Tempat : Ruang Ujian Skripsi STPMD "APMD" Yogyakarta

TIM PENGUJI

Nama	Tanda tangan
1. Ade Chandra, S.Sos., M.Si. Ketua Tim Penguji/Pembimbing	
2. Habib Muhsin, S.Sos, M.Si. Penguji Samping I	
3. Dr. Irsasri, M.Pd. Penguji Samping II	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi




Dwi Lili Setyowati, M.Si

NIY : 170 230 197

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat juga penyertaanNya, hingga skripsi sederhana ini bisa terselesaikan. Melalui karya ini, Penulis mencoba memberikan yang terbaik sebagai bentuk kontribusi dengan judul “Komunikasi Organisasi Koperasi Sumekar Dalam Pemberdayaan Bakpia Rumahan”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan program Strata-1 di Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.

Penulis sadar bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ketua STPMD “APMD” Yogyakarta Dr. Sutoro Eko Yunanto, M.Si
2. Ibu Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta Dr. Yuli Setyowati, S.IP., M.Si.
3. Bapak Ade Chandra, S.Sos.,M.Si. selaku dosen pembimbing, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga atas kesabaran dan bimbingan hingga proposal ini selesai dengan baik.

4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta yang telah menyalurkan ilmu dan pengalaman semasa perkuliahan.

Yogyakarta, 2024

(Rafly Putra Laksono)

**KOMUNIKASI ORGANISASI KOPERASI SUMEKAR DALAM
PEMBERDAYAAN BAKPIA RUMAHAN DI PATHUK
NGAMPILAN**

Oleh

Rafly Putra Lakosono

19530019

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan peran komunikasi organisasi di Koperasi Sumekar, upaya pemberdayaan dalam meningkatkan penjualan bakpia rumahan, serta kendala pemberdayaan dalam meningkatkan penjualan bakpia rumahan yang dinaungi oleh koperasi Sumekar tersebut. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan subjek penelitian pengurus koperasi sumekar. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Triangulasi sumber digunakan pada penelitian ini untuk mendapatkan hasil penelitian yang absah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ditemukan beberapa bentuk komunikasi organisasi yang berperan dalam pengelolaan dan pemberdayaan usaha yang dimiliki oleh anggota koperasi sumekar yaitu adalah komunikasi intenal dan eksternal. Bentuk komunikasi internal yang terjadi adalah komunikasi vertikal dan horizontal. Sedangkan bentuk komunikasi eksternal yang terjadi adalah komunikasi dari khalayak ke organisasi serta komunikasi organisasi ke khalayak. Selanjutnya, ditemukan bentuk pemberdayaan yang dilakukan Koperasi Sumekar kepada anggotanya yang anantara lain adalah pinjaman modal kepada anggota dan pemberdayaan dari dinas terkait yang antara lain adalah: Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UKM, serta Dinas Kesehatan. Terakhir, ditemukan kendala dalam pemberdayaan dalam bentuk hambatan komunikasi yang terdiri dari hambatan manusiawi, semantik, dan sosio-antri-psikologis.

Kata Kunci: Komunikasi Organiasasi, Koperasi Sumekar, Bakpia, Pathuk

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori	7
F. Kerangka Pikir	21
G. Metodologi Penelitian.....	22
1. Metode Penelitan.....	22
2. Lokasi Penelitian	23
3. Sumber Data	23
4. Teknik Pengumpulan Data	24
5. Teknik Pengambilan Sample.....	26
6. Teknik Analisis Data	26
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	28
A. Bakpia Pathuk	28
1. Sejarah Berdirinya <i>Home Industry</i> Bakpia Pathuk.....	28
2. Bahan Baku dan Proses Pembuatan Bakpia Pathuk.....	29
B. Koperasi Sumekar.....	30
1. Sejarah Koperasi Sumekar	30
2. Visi dan Misi KSP Sumekar.....	32
3. Keanggotaan KSP Sumekar	32

C. Gambaram Umum Kelurahan Ngampilan	33
1. Aspek Geografis	33
2. Aspek Demografis	34
3. Kondisi Perekonomian Kelurahan Ngampilan.....	36
D. Dimensi Organisasi.....	37
1. SDM	37
2. Rule of Game	38
3. Pembagian Kerja	40
4. Agenda Rutin.....	43
E. Dimensi Pemasaran	45
1. Bahan Baku	45
2. Kemasan	47
3. Pasar	49
F. Dimensi Akses	51
1. Pelatihan dari Instansi Terkait.....	51
BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA	54
A. Sajian Data.....	54
1. Pelaksanaan Penelitian	54
2. Hasil Penelitian	55
a. Komunikasi Organisasi di Koperasi Sumekar.....	55
b. Pemberdayaan dalam Meningkatkan Penjualan Bakpia Rumahan	66
c. Hambatan Komunikasi dalam Pemberdayaan untuk Meningkatkan Penjualan Bakpia Rumahan.....	70
B. Analisis Data.....	77
1. Komunikasi Organisasi di Koperasi Sumekar.	77
2. Pemberdayaan dalam Meningkatkan Penjualan Bakpia Rumahan ..	81
3. Fluktuasi Usaha Anggota Koperasi Sumekar.....	83
4. Perkembangan Produksi Bakpia Anggota Koperasi Sumekar	85
5. Hambatan Komunikasi dalam Pemberdayaan untuk Meningkatkan Penjualan Bakpia Rumahan	89
BAB IV PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Daftar Informan.....	24
Tabel 2. 1. Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk di Kecamatan Ngampilan.....	36
Tabel 2. 2 Banyaknya Wajib Pajak dan Pemasukan di Kecamatan Ngampilan	37

DAFTAR BAGAN

	<i>Halaman</i>
Bagan 1. 1.Kerangka Berfikir	22

DAFTAR GAMBAR

	<i>Halaman</i>
Gambar 2. 1. Gedung Koperasi Sumekar.....	30
Gambar 2. 2. Pelaksanaan Agenda Bakpia Day.....	44
Gambar 2. 3. Transaksi Keuangan Antara Pengurus dan Anggota Koperasi Sumekar.....	58
Gambar 3. 1. Pertemuan Rutin Koperasi Sumekar	78
Gambar 3. 2. Pelatihan Manajerial dari Disperindag.....	82
Gambar 3. 3. Kemasan Bakpia Produksi Anggota Koperasi Sumekar	86
Gambar 3. 4. Kemasan Bakpia Produksi Rumah Produksi Lain	87
Gambar 3. 5. Kemasan Sebelum dilakukan pemberdayaan	88
Gambar 3. 6. Kemasan Terbaru Salah Satu Anggota Koperasi Sumekar	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pola hidup masyarakat, terkhusus di Kawasan desa, dengan kearifan lokal, kehidupan harmonis, ramah, dan semangat gotong royong, akan terus mempertahankan tradisi desa yang ada yang bertujuan untuk menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya. Kesulitan yang dihadapi masyarakat dalam mempertahankan budaya berasal dari rasa gengsi dan keterbatasan sumber daya manusia. Budaya dianggap tidak lagi relevan untuk masa depan. Pandangan semacam ini menunjukkan bahwa kita sebagai penerus bangsa gagal dalam menjaga budaya kita sendiri. Sementara itu, negara-negara lain berlomba-lomba agar budaya mereka dikenal di seluruh dunia. Apakah kita sebagai bangsa Indonesia tidak bangga dengan kekayaan budaya kita sendiri?

Produk Bakpia Pathuk yang telah menjadi merek terkenal di antaranya adalah Bakpia 25 dan Bakpia 75. Pada tahun 2017, muncul produk bakpia dengan diferensiasi yang unik, yaitu tidak dipanggang tetapi dikukus. Produk Bakpia Kukus Tugu Yogya dengan tekstur yang lebih lembut berhasil memecahkan pasar bakpia di Yogyakarta dan menarik minat segmen milenial. Saat ini, media sosial berperan penting dalam pengelolaan dan mendukung operasional sebuah organisasi. Berbeda dengan sentra Bakpia Pathuk yang mampu bertahan dan tetap eksis hingga kini, hanya dengan cara berkomunikasi atau memberi tahu lingkungan sekitar, masyarakat bisa menyebarkan informasi kepada

orang lain. Namun, kegiatan koperasi ini terhenti karena pandemi, sehingga para pekerja dan pedagang tidak dapat memproduksi dan memasarkan seperti sebelumnya.

Kawasan sentra industri Bakpia Pathuk dikenal oleh masyarakat Yogyakarta sebagai Pasar Pathuk. Mitra PKM merintis usaha produksi Bakpia Pathuk rumahan sekitar 14 tahun yang lalu. Bermodalkan pengetahuan dan semangat dari Bapak Rikwanto dan Ibu Dwi Suprapti, mitra telah mengalami pasang surut dalam menjalankan usaha Bakpia Pathuk. Posisi produk dari mitra adalah mengambil segmentasi atau ceruk Bakpia Pathuk untuk kelas menengah ke bawah. Hal tersebut dikarenakan mitra belum sanggup bersaing dengan produk Bakpia Pathuk lainnya yang bermain dengan bahan baku kelas premium. Bakpia Pathuk sendiri merupakan kuliner khas Yogyakarta yang dalam perkembangannya telah mengikuti perkembangan jaman.

Komunikasi terintegrasi dengan kehidupan manusia sebagai makhluk sosial yang berinteraksi dengan orang lain. Ini menunjukkan bahwa komunikasi berfungsi sebagai media atau simbol untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada penerima. Pemahaman yang baik dari penerima pesan sangat penting untuk mencapai hasil yang memuaskan dan memahami satu sama lain antara komunikator dan komunikan. Komunikasi bukan hanya tentang menerima dan menyampaikan pesan, tetapi juga melibatkan keterbukaan dan kemampuan mengolah kepribadian dalam bersosialisasi. Penting untuk menyadari aspek-aspek yang perlu diperhatikan saat berkomunikasi

dengan orang lain, karena setiap individu memiliki karakteristik yang berbeda. Dari sini, kita bisa memahami betapa pentingnya komunikasi dalam mengatasi berbagai masalah. Menyadari pentingnya komunikasi membantu menciptakan pemahaman yang sama, yang merupakan inti dari komunikasi itu sendiri.

Teknologi berkembang sangat cepat di era globalisasi ini, memungkinkan kita untuk mengakses internet tanpa batasan berkat jaringan yang luas. Perkembangan ini juga berdampak pada budaya, dengan Indonesia sebagai salah satu negara yang kaya akan keberagaman budaya. Teknologi memungkinkan orang-orang untuk berkomunikasi melintasi berbagai budaya yang ada. Keunggulan dan kinerja teknologi yang semakin canggih menarik perhatian pemuda, mendorong mereka untuk fokus pada kemajuan ini. Keterampilan dalam teknologi, termasuk penggunaan media sosial, menjadi penting dalam membangun komunikasi, yang berperan sebagai sebuah langkah untuk mempererat relasi antar manusia.

Organisasi merupakan sekelompok individu atau entitas sosial yang terbentuk dari inisiatif individu dengan suatu maksud. Pada umumnya, organisasi dibentuk berdasarkan keinginan yang kemudian diimplementasikan sebagai visi dan misi. Ada berbagai alasan seseorang mendirikan organisasi, termasuk melihat peluang dan kebutuhan pembangunan di lingkungan sekitar. Memanfaatkan lingkungan sekitar untuk kepentingan bangsa dan negara merupakan salah satu motivasinya. Kesenian budaya adalah salah satu bentuk kesadaran yang mendorong

kita untuk melestarikan dan menjaganya. Menurut Edward Burnett Tylor, budaya adalah keseluruhan yang kompleks yang mencakup kepercayaan, kesusilaan, kesenian, adat istiadat, hukum, kemampuan, dan kebiasaan lain yang dipelajari manusia sebagai bagian dari masyarakat. Pemuda memiliki peran penting dalam pengembangan budaya, yang sangat membantu pelestarian seni budaya di Indonesia. Kesenian budaya mengandung nilai-nilai luhur yang harus kita banggakan dan lestarikan.

Penelitian sebelumnya terkait dengan komunikasi organisasi pada sebuah koperasi dilakukan oleh Utami (2021) dengan judul Pola Komunikasi Organisasi Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Kopdit Mekarsai Bandarlampung. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Temuan dari penelitian tersebut adalah terdapat pola komunikasi di KSP kopdit Mekar Sai yaitu Pola Bintang dan Pola Rantai. Teknik komunikasi yang terjadi adalah antara Atasan kepada Bawahan dan Bawahan kepada atasan Media Komunikasi Organisasi yang digunakan adalah HP, internet, CCTV, e-mail. WA grup, Face book. Faktor pendukung Komunikasi Organisasi yaitu tersedianya fasilitas (telepon, WA, CCTV), gaji, insentif, dan jenjang karir. Faktor penghambat komunikasi organisasi yaitu miscommunication atau kesalahpahaman, sifat atau watak personal (ego), dan sulit komunikasi (menyampaikan pendapat). Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Purnamawati (2023) dengan judul “Kepemimpinan dan Komunikasi Organisasi sebagai Solusi Dasar Tantangan Internal dalam

Modernisasi Koperasi”. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif deskriptif, temuan dari penelitian tersebut adalah untuk mencapai performa optimal ataupun maksimal, semua pemangku kepentingan (stakeholders) koperasi harus memiliki pemahaman yang baik tentang organisasi koperasi. Organisasi koperasi akan lebih tepat jika dikategorikan pada keorganisasian normatif. Dalam sistem-sistem normatif, bentuk-bentuk organisasi terikat pada motif-motif Tindakan dan tujuan bersama, pada keterlibatan moral yang tinggi dan pada keyakinan bahwa apa yang sedang dikerjakan adalah penting dan menggairahkan. Wewenang dalam organisasi demikian itu berasal dari kualitas kepribadian pemimpin, karisma atau keahliannya dalam memecahkan persoalan-persoalan bersama yang penting.

Berdasarkan data tersebut, peneliti tertarik menyusun tugas akhir berjudul “Komunikasi Organisasi Koperasi Bakpia Pathuk Ngampilan” guna memahami kinerja dan manajemen komunikasi yang diterapkan oleh anggota koperasi, baik dalam proses pembuatan dan penjualan bakpia maupun dalam kegiatan lain seperti pemasaran dan rapat. Peneliti juga mencatat bahwa koperasi ini telah berdiri cukup lama, tetap eksis hingga kini, dan bahkan terdaftar di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tanpa memanfaatkan media sosial. Dari pemaparan di latar belakang ini, peneliti menyimpulkan bahwa kinerja dan manajemen komunikasi yang dilakukan mampu menjaga keberlangsungan komunikasi organisasi dan eksistensi koperasi tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Komunikasi Organisasi Koperasi Sumekar Dalam Bakpia Rumahan Pathuk Ngampilan?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang dilakukan antara lain:

1. Mendeskripsikan peran komunikasi organisasi di Koperasi Sumekar
2. Mengetahui upaya pemberdayaan dalam meningkatkan penjualan bakpia rumahan
3. Mengetahui kendala pemberdayaan dalam meningkatkan penjualan bakpia rumahan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Riset ini akan berkontribusi dalam memahami proses komunikasi pada organisasi koperasi sumekar,

2. Manfaat Teoritis

Sebagai kontribusi akademik dalam pengkajian serta pengembangan terkhusus di bidang komunikasi organisasi serta sebagai upaya untuk menyiapkan referensi bagi para peneliti selanjutnya.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi

1.1 Definisi Komunikasi

Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari kata "*communication*" dalam bahasa Latin yang berarti bicara, menyampaikan pesan, informasi, pemikiran, perasaan, gagasan, dan pendapat dari seseorang kepada orang lain dengan harapan mendapatkan jawaban, tanggapan, atau umpan balik (*feedback*) dari lawan bicaranya. Komunikasi dalam bahasa Latin lainnya adalah "*communicati*" dengan kata sifat "*communis*" yang berarti sama, dan dalam bahasa Inggris dikenal sebagai "*communication*" dengan kata sifat "*communeness*" yang berarti pemberitahuan. Semua istilah ini mengandung makna berbagi secara bersama-sama antara dua orang atau lebih mengenai kebersamaan, kepentingan, keinginan, pengetahuan, kepemilikan, dan gagasan. (Fiske 2012)

2. Komunikasi Organisasi

2.1. Definisi Komunikasi Organisasi

Menurut Lee Thayer (1968:102) dalam karyanya yang berjudul "*Communication And Communication System: In Organization, Management, Interpersonal Relations*", ia mengemukakan definisi bahwa "komunikasi organisasi adalah interaksi komunikatif yang terjadi di dalam suatu organisasi dan juga dengan lingkungannya. Interaksi ini tidak hanya mempengaruhi kondisi eksistensi organisasi tersebut tetapi juga menentukan arah gerakannya." Dari uraian Lee

Thayer, terlihat bahwa organisasi tidak sekadar menjadi entitas yang berdiri sendiri, melainkan terbentuk dari hubungan-hubungan yang terjalin di dalamnya, baik antara anggota organisasi maupun dengan lingkungan sekitarnya. Hal ini menandakan bahwa organisasi yang memiliki visi jangka panjang dapat menjadi pedoman bagi pengurus dan anggotanya untuk bergerak ke depan dengan memegang teguh visi dan misi yang telah ditetapkan.

Komunikasi organisasi merupakan proses saling menukar pesan dalam satu jaringan yang saling berketergantungan satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Subkhi and Jauhar 2013). Komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi (Pace and Faules 2010). Komunikasi organisasi yaitu pengirim dan penerima pesan di dalam suatu organisasi, di dalam kelompok formal maupun informal organisasi (Subkhi and Jauhar 2013).

Komunikasi di dalam sebuah organisasi dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu komunikasi formal dan informal. Komunikasi formal merupakan jenis komunikasi yang diatur dan disepakati oleh organisasi itu sendiri, dengan tujuan yang berorientasi pada kepentingan organisasi secara keseluruhan. Sementara itu, komunikasi informal adalah jenis komunikasi yang terjadi secara spontan dan tidak resmi, lebih berfokus pada hubungan antarindividu

dalam organisasi daripada pada kepentingan organisasi secara langsung. (Wiryanto, 2004:54-55).

Ditinjau dari berbagai pengertian yang dikemukakan oleh para pakar di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem yang terbuka, yang dipengaruhi oleh berbagai pihak baik dari internal maupun eksternal organisasi. Komunikasi organisasi mencakup beragam elemen seperti pesan yang disampaikan, tujuan yang ingin dicapai, arus komunikasi antar anggota organisasi, serta media yang digunakan dalam proses komunikasi tersebut. Selain itu, komunikasi organisasi juga mencakup individu-individu yang memiliki keterampilan, hubungan interpersonal, dan pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan.

2.2. Tujuan Komunikasi Organisasi

Fungsi inti komunikasi dalam suatu grup atau entitas organisasi meliputi kontrol, dorongan, ekspresi afektif, dan penyaluran data. (Robbins and Judge 2017). Tujuan dari komunikasi organisasi adalah untuk mempermudah, melaksanakan, dan mengalirkan jalannya suatu organisasi (Liliweri 2013). Empat tujuan komunikasi organisasi yaitu

- a. Mengungkapkan pemikiran, sudut pandang, dan opini
- b. Membagikan informasi
- c. Mengungkapkan perasaan dan emosi
- d. Melakukan penyaluran

2.3. Dimensi Komunikasi Organisasi

a. Komunikasi Internal

Komunikasi internal di dalam organisasi merupakan proses pengiriman pesan di antara anggota-anggota organisasi untuk kepentingan organisasi itu sendiri, termasuk komunikasi antara pimpinan dan karyawan serta sebagainya. Proses komunikasi internal ini dapat berupa komunikasi antarpribadi maupun dalam kelompok. (Afdjani 2014). Komunikasi internal dibagi jadi dua bentuk, yakni :

- 1) Komunikasi vertikal adalah jenis komunikasi yang terjadi dari tingkat yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah, serta sebaliknya, dari tingkat yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi. Ini melibatkan komunikasi antara pimpinan dan bawahan, serta dari bawahan kepada pimpinan. Dalam jenis komunikasi ini, pimpinan memberikan instruksi, petunjuk, dan instruksi lainnya, sementara bawahan memberikan laporan, saran, dan keluhan kepada pimpinan.
- 2) Komunikasi horizontal merupakan jenis komunikasi antara individu atau kelompok yang berada pada tingkat yang sama, seperti antara karyawan dengan karyawan atau antara manajer dengan manajer. Pesan dalam komunikasi ini mengalir di dalam bagian organisasi yang sama. Komunikasi horizontal ini membantu organisasi dalam mengatasi berbagai masalah, memecahkan tantangan, serta memperkuat semangat kerja dan kepuasan kerja di antara anggota tim. (Afdjani 2014).

b. Komunikasi Eksternal

Komunikasi organisasi eksternal merujuk pada interaksi antara kepala organisasi dan pihak di luar organisasi. Umumnya, komunikasi semacam ini lebih sering ditangani oleh staf hubungan masyarakat daripada langsung oleh pimpinan. Pimpinan biasanya terlibat hanya dalam hal-hal yang dianggap sangat penting. Jenis komunikasi ini melibatkan dua arah, di mana respons dari pihak luar juga diharapkan. (Afdjani 2014).

- 1) Komunikasi dari organisasi kepada publiknya memiliki sifat informatif, dimana tujuannya adalah agar publik terlibat secara emosional setidaknya secara internal. Media yang digunakan untuk komunikasi ini bervariasi, termasuk majalah organisasi, rilis pers, artikel di surat kabar atau majalah, siaran radio, film dokumenter, brosur, poster, dan konferensi pers.
- 2) Komunikasi dari masyarakat kepada organisasi merupakan respons sebagai hasil dari interaksi dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

2.4. Hambatan Komunikasi Organisasi

Seperti komunikasi pada umumnya, komunikasi di dalam organisasi juga dapat dihalangi oleh berbagai faktor yang dapat mengurangi efektivitasnya. Robby mengidentifikasi beberapa hambatan umum dalam komunikasi organisasi, termasuk penyaringan

(filtering), persepsi selektif, kelebihan informasi, definisi dan bahasa. Hambatan-hambatan ini dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, seperti hambatan sistematis, teknis, biologis, fisiologis, dan kecakapan. Meskipun demikian, hambatan-hambatan dalam komunikasi organisasi secara umum memiliki pola dan karakteristik yang serupa dengan hambatan dalam komunikasi pada umumnya. Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut mengenai hambatan-hambatan tersebut yang mungkin dihadapi dalam konteks komunikasi organisasi.

1) Hambatan Teknis

Hambatan teknis merupakan salah satu jenis hambatan yang timbul karena kendala pada media yang digunakan dalam proses komunikasi. Gangguan pada media komunikasi seperti radio, jaringan telepon, dan perangkat komunikasi lainnya dapat menghambat jalannya komunikasi dan mengurangi efektivitasnya. Menurut Cluden dan Sherman, yang dikutip dalam buku mereka yang berjudul "Personal Management," hambatan teknis dalam komunikasi dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Tidak ada prosedur kerja ataupun rencana kerja yang jelas.
- b) Tidak adanya penjelasan atau informasi yang jelas
- c) Kemampuan membaca yang kurang baik
- d) Media yang dipilih tidak tepat

Dalam konteks komunikasi organisasi, pemilihan media yang tepat sangatlah penting agar dapat digunakan dengan efisien

oleh anggota organisasi. Walaupun demikian, pada era saat ini, seharusnya sudah tersedia banyak pilihan media komunikasi yang lebih canggih dan andal dibandingkan dengan masa lalu. Kemajuan teknologi telah membawa perubahan yang signifikan sehingga masalah teknis seperti gangguan jaringan telepon atau radio seharusnya sudah dapat diminimalkan. Oleh karena itu, hambatan teknis seharusnya tidak lagi menjadi kendala besar dalam komunikasi organisasi.

2) Hambatan Semantik

Jenis hambatan ini terjadi karena ketidaklancaran proses penyampaian, pemahaman, atau ide yang kurang efektif. Semantik, sebagai studi tentang pengertian yang diungkapkan dalam bahasa, memiliki peran penting dalam komunikasi. Pilihan kata dalam komunikasi membantu dalam pertukaran arti dan pemahaman antara komunikator dan komunikan. Namun, kadang-kadang terjadi penafsiran yang keliru, yang disebabkan oleh kurangnya keterkaitan antara simbol atau kata dengan makna atau ide yang ingin disampaikan. Hal ini dapat menyebabkan interpretasi yang berbeda dari yang dimaksudkan. Oleh karena itu, untuk mengatasi kebingungan semacam ini, komunikator sebaiknya memilih kata-kata dengan hati-hati sesuai dengan karakteristik audiensnya, dan mempertimbangkan kemungkinan penafsiran yang mungkin terjadi.

3) Hambatan Manusiawi

Hambatan manusiawi dalam komunikasi organisasi muncul dari faktor-faktor yang berkaitan dengan manusia atau para pelaku komunikasi dalam organisasi itu sendiri. Faktor-faktor ini meliputi emosi, prasangka pribadi, persepsi, kemampuan atau ketidakmampuan, serta keterbatasan alat-alat indera seseorang, dan lain sebagainya. Cluden dan Sherman menguraikan hambatan manusiawi dalam komunikasi organisasi dengan dua poin berikut ini:

- a) Hambatan yang timbul akibat perbedaan individual manusia mencakup perbedaan persepsi, usia, keadaan emosi, kemampuan mendengarkan, status sosial, kebutuhan akan informasi, dan proses penyaringan informasi.
- b) Kendala yang muncul akibat iklim psikologis di dalam organisasi dapat memengaruhi sikap dan perilaku staf serta efektivitas komunikasi organisasi.

Dalam kendala yang bersifat manusiawi ini, pengaruhnya juga dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu:

- a) Atensi selektif

Ini berarti bahwa manusia cenderung memilih fokus komunikasi sesuai dengan preferensi pribadinya. Dalam konteks ini, seseorang memiliki hak untuk menentukan topik yang mereka sukai saat berkomunikasi. Penting bagi pelaku

komunikasi organisasi, baik sebagai komunikator maupun komunikan, untuk menyadari bahwa lawan bicaranya juga memiliki preferensi dalam melakukan komunikasi organisasi.

b) Persepsi selektif

Individu juga memiliki interpretasi sendiri dalam memahami isi dari informasi yang disampaikan. Kemungkinan besar, interpretasi yang dilakukan oleh penerima pesan bisa berbeda dengan maksud yang dimaksud oleh pengirim pesan. Ini dapat menjadi masalah serius dalam komunikasi organisasi ketika anggota organisasi salah memahami maksud pimpinan, dan sebaliknya..

c) Retensi selektif

Faktor lain dari hambatan manusiawi adalah kecenderungan individu untuk hanya mengingat hal-hal yang mereka sukai. Dalam komunikasi organisasi, seorang penerima pesan mungkin memahami isi pesan yang disampaikan oleh pengirim, namun tidak berarti mereka dapat mengingat seluruh bagian dari informasi tersebut. Hambatan komunikasi ini harus diminimalisasi agar tidak terjadi kesalahan dalam instruksi maupun koordinasi dalam proses komunikasi organisasi.

4) Hambatan Sosio-Antro-Psikologis

Hambatan jenis ini terjadi pada sisi penerima informasi atau komunikan. Kita memahami bahwa proses komunikasi, termasuk dalam organisasi, terbentuk dalam keadaan situasional. Artinya, komunikator harus benar-benar memahami situasi atau kondisi saat komunikasi berlangsung. Situasi sangat berpengaruh terhadap proses komunikasi dan akan berdampak langsung pada efektivitasnya. Hambatan komunikasi akibat faktor situasional ini bisa berasal dari hambatan sosiologis, antropologis, dan psikologis. Misalnya, saat terjadi komunikasi antara seorang manajer dengan bawahannya yang sedang mengalami musibah, penting bagi komunikator untuk memahami kondisi psikologis bawahan tersebut agar komunikasi organisasi dapat berjalan efektif.

5) Hambatan Ekologis

Faktor lingkungan juga mempengaruhi kelancaran proses komunikasi dalam organisasi. Banyak contoh komunikasi yang terhambat oleh gangguan dari lingkungan tempat komunikasi berlangsung. Contoh hambatan ekologis ini antara lain lingkungan yang bising, orang yang berlalu-lalang, suara petir dan hujan, serta kebisingan kendaraan yang lewat. Sangat penting bagi komunikator untuk memperhatikan hambatan ekologis ini untuk memperlancar komunikasi organisasi. Misalnya, memilih ruangan yang tenang dan bebas dari suara-suara yang

mengganggu saat melakukan komunikasi. Jika akan berkomunikasi melalui telepon atau konferensi video, pastikan ruangan yang dipilih bebas dari kebisingan lingkungan. Dengan demikian, proses komunikasi dalam organisasi dapat berjalan lebih lancar dan efektif. Hambatan komunikasi memang sering terjadi, termasuk dalam kegiatan komunikasi organisasi.

<https://pakarkomunikasi.com/hambatankomunikasi-organisasi>

(Diakses pada tanggal 30 Oktober 2021 pukul 11.55 WIB).

3. Komunikasi Pemberdayaan

a. Pemberdayaan

Prijono dan Pranarka (2001) menyatakan Pemberdayaan memiliki dua makna. Pertama, "*to give power or authority*" yang berarti memberikan kekuasaan atau mengalihkan kekuatan kepada mereka yang kurang atau belum berdaya. Kedua, "*to give ability to or enable*" yang berarti memberikan kemampuan atau keberdayaan serta menyediakan peluang bagi pihak lain untuk melakukan sesuatu.

Suharto and Lorosa (2017) menyatakan Secara konseptual, pemberdayaan atau pemerkuasaan (empowerment) berasal dari kata "power" (kekuasaan atau pemberdayaan). Ide utama dari pemberdayaan berkaitan dengan kemampuan untuk membuat orang lain melakukan apa yang kita inginkan, terlepas dari keinginan dan minat mereka. Pemberdayaan juga erat kaitannya dengan pembangunan, di mana masyarakat berinisiatif untuk memulai proses kegiatan sosial guna memperbaiki situasi dan kondisi mereka sendiri.

Oleh karena itu, pemberdayaan hanya dapat terjadi jika masyarakat itu sendiri turut serta berpartisipasi.

Berbeda dengan pendapat Teguh (2004) yang menyampaikan bahwa Pemberdayaan sebenarnya merupakan istilah yang khas Indonesia daripada Barat. Di Barat, istilah tersebut diterjemahkan sebagai "empowerment," dan meskipun istilah itu benar, penerjemahannya kurang tepat. Pemberdayaan yang dimaksud di sini adalah memberikan "daya" bukan "kekuasaan." Barangkali istilah yang lebih tepat adalah "energize" atau memberikan "energi." Pemberdayaan adalah pemberian energi agar pihak yang bersangkutan mampu bergerak secara mandiri.

b. Tujuan Pemberdayaan

Pemberdayaan sebenarnya merupakan istilah yang khas Indonesia daripada Barat. Di Barat, istilah tersebut diterjemahkan sebagai "*empowerment*," dan meskipun istilah itu benar, penerjemahannya kurang tepat. Pemberdayaan yang dimaksud di sini adalah memberikan "daya" bukan "kekuasaan." Barangkali istilah yang lebih tepat adalah "*energize*" atau memberikan "energi." Pemberdayaan adalah pemberian energi agar pihak yang bersangkutan mampu bergerak secara mandiri. (Soekanto 1987). Ada beberapa kelompok yang dapat dikategorikan sebagai kelompok lemah atau tidak berdaya meliputi:

- 1) Kelompok lemah secara struktural, naik lemah secara kelas, gender, maupun etnis.

- 2) Kelompok lemah khusus, seperti manula, anak-anak, dan remaja penyandang cacat, gay dan lesbian, masyarakat terasing.
- 3) Kelompok lemah secara personal, yakni mereka yang mengalami masalah pribadi atau keluarga.(Suharto 2005)

Tujuan pemberdayaan masyarakat adalah membangun kemampuan masyarakat untuk meningkatkan kehidupan mereka menuju arah yang lebih baik secara seimbang. Pemberdayaan masyarakat berupaya memperluas cakrawala pilihan bagi masyarakat, memungkinkan mereka untuk melihat dan memilih sesuatu yang bermanfaat bagi diri mereka sendiri. (Suharto 2005).

Payne menyatakan bahwa proses pemberdayaan (empowerment) pada dasarnya bertujuan untuk membantu klien mendapatkan kekuatan dalam mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan dilakukan terkait dengan diri mereka sendiri. Ini termasuk mengurangi dampak hambatan pribadi dan sosial dalam melaksanakan tindakan tersebut. Tujuan ini dicapai melalui peningkatan kemampuan dan kepercayaan diri untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki, salah satunya melalui transfer daya dari lingkungannya (Suharto 2005).

c. Komunikasi Pemberdayaan

Komunikasi pemberdayaan adalah komunikasi masyarakat yang lebih fokus ke kajian komunikasi pembangunan yang diungkapkan oleh Ginanjar Kartasasmita (Yossa and Riyanto 2019) menyatakan Komunikasi pemberdayaan masyarakat dalam kajian komunikasi,

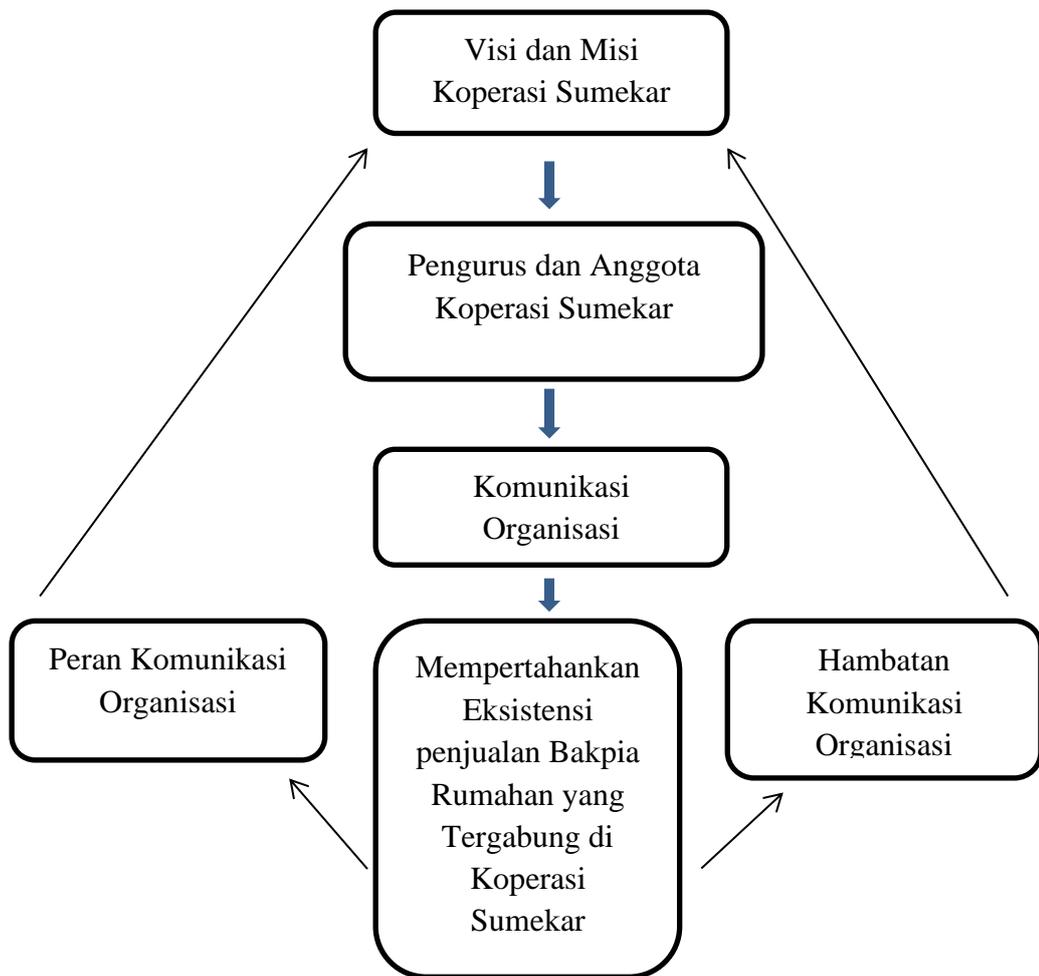
fokus pada pentingnya peran masyarakat maka dari itu proses-proses komunikasi dalam pemberdayaan lebih mefokuskan pada proses yang bersifat transaksional dan saling berhubungan baik. Pemberdayaan membahas bagaimana cara individu, kelompok, atau komunitas berjuang mengatur kehidupan mereka sendiri dan mencari jalan untuk menatap masa depan dengan tujuan mereka. Salah satu yang mendasar dalam pemberdayaan ketika individu ataupun masyarakat diberikan kesempatan membicarakan apa yang dianggap perlu untuk peralihan yang mereka inginkan. Terdapat manfaat komunikasi yang dibutuhkan oleh tokoh pemberdayaan yang pertanda dalam suatu diskusi atau komunikasi yang setara antar masyarakat lainya untuk mengatur serta memilih kehidupanya bermulai dari proses perancangan, penerapan,dan hasil catatan dalam membangun.bagaimana dituturkan Lubis (Sulaiman 2013), bahwa saat ini pembangunan banyak memakai pendekatan partispatif yang menyangkut semua warga, yaitu sejak langkah perancangan, penerapan, dan hasil catatan hingga sampai tahap merasakan akhir pembangunan. Pada penjajakan ini,langkah komunikasi memeluk peran sangat inti, karena melewati langkah komunikasi, partisipasi tersebut dapat tercapai.

Pemberdayaan masyarakat merupakan konsep pembangunan ekonomi yang mencakup nilai-nilai sosial. Tujuan peningkatannya tidak hanya pada aspek ekonomi, tetapi juga mencakup peningkatan harkat, martabat, rasa percaya diri, dan harga diri individu. Dasar

pemikiran pemberdayaan masyarakat adalah bahwa segala upaya harus diarahkan langsung pada akar permasalahan, yaitu meningkatkan kemampuan rakyat. Konsep ini mencerminkan paradigma baru dalam pembangunan yang berfokus pada manusia, partisipatif, memberdayakan, dan berkelanjutan. (Chambers, 1995). Konsep pemberdayaan masyarakat tidak menempatkan pertumbuhan dan pemerataan sebagai konsep yang bertentangan, melainkan sebaliknya, mencoba untuk menggabungkan keduanya. Pemberdayaan dimulai dengan keyakinan bahwa pemerataan menciptakan dasar yang lebih kokoh untuk pertumbuhan, dan menjamin pertumbuhan yang berkelanjutan (Indardi 2016).

F. Kerangka Pikir

Pada kerangka berfikir penelitian ini untuk melihat cara para pengurus dan anggota Koperasi Sumekar dalam wadah organisasi. Karena koperasi yang sudah sedikit lama dibangun sehingga sudah pasti dalam langkah komunikasi tidak ada masalah atau konflik selama organisasi dibangun. Dari langkah komunikasi organisasi yang diciptakan serta tata kelola yang mereka bentuk selama berjejak sampai saat ini. Pengawasan para pengelola dan pengikut cukup amat baik, sehingga berdasarkan alasan koperasi Sumekar yang hingga kini bertahan dengan keberadaan koperasi Sumekar membantu simpan pinjam dan membantu penjualan bakpia rumahan.



Bagan 1. 1.Kerangka Berfikir

G. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian tugas akhir yang berjudul “Komunikasi Organisasi Koperasi Sumekar Dalam Pemberdayaan Bakpia Rumahan di Pathuk Ngampilan Yogyakarta” adalah kualitatif deskriptif.

Alasan mengapa metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif yang akan digunakan dalam penelitian ini yang berjudul “Komunikasi Organisasi Koperasi Sumekar Dalam Pemberdayaan Bakpia Rumahan di Pathuk Ngampilan Yogyakarta” karena dengan metode penelitian deskriptif mampu mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data serta informasi dengan jelas, faktor ini memungkinkan secara jelas penelitian Komunikasi Organisasi Koperasi “Sumekar Dalam Pemberdayaan Bakpia Rumahan di Pathuk Ngampilan Yogyakarta”.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian yaitu di Kampung Bakpia Pathuk, Ngampilan Yogyakarta.

3. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer merupakan hasil interview dengan narasumber. Narasumber merupakan salah satu informasi atau data penting yang diperlukan dalam penelitian, dengan mencari narasumber kita bisa menemukan data yang diperoleh dari metode wawancara dengan meminta pendapat dari narasumber tersebut mengenai isu-isu dan masalah dari penelitian yang diteliti. Menurut Bagong Suyatna dalam <https://www.dosenpendidikan.co.id/narasumber-adalah/> narasumber adalah peranan penting dalam sebuah penelitian dari narasumber, peneliti dapat menggali informasi yang memiliki

nilai dalam menguasai persoalan yang akan diteliti serta memiliki keahlian dan berwawasan cukup.

Adapun narasumber yang digunakan pada penelitian ini antara lain adalah :

Tabel 1. 1. Daftar Informan

Nama	Jabatan
Sumiyati	Ketua
Bangunteki	Humas
Suryani	Anggota
Ilah	Anggota

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan arsip yang didapatkan peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung. Data sekunder bisa berbentuk catatan, arsip, gambar, serta literature yang memiliki hubungan penting dengan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah pertama dalam sebuah penelitian, dalam penelitian ini ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain:

a) Observasi

Observasi dalam teknik pengumpulan data dapat dikatakan sebagai dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, atau sebagai integral dari seluruh

cakupan penelitian di lapangan (Hasanah 2017). Observasi didefinisikan Bungin sebagai sebuah proses melakukan pemulihan, pengubahan, pencatatan, dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana bersamaan dengan organisme sesuai dengan tujuan empiris. Dalam pengumpulan data teknik observasi merupakan sebuah pengamatan dengan panca indra yang digunakan untuk membuat laporan berdasarkan apa yang diamati. Observasi dalam kegiatan sehari-hari merupakan kesanggupan seseorang dalam mengamati sebuah masalah dengan panca indera.

b) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu faktor terpenting dalam proses pengumpulan data, teknik wawancara ini dilakukan dengan mengandalkan dokumen dan arsip sebagai salah satu sumber data yang dipergunakan dalam pelengkapan data penelitian. Seperti kuisisioner, pertanyaan wawancara sesuai dengan topik yang diteliti, agar peneliti dapat memperoleh data yang dibutuhkan.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah cara yang digunakan dalam mendapatkan data serta informasi yang berupa buku, arsip, dokumen, tulisan angka, serta gambar yang berwujud laporan yang mendukung penelitian.

5. Teknik Pengambilan Sample

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah teknik *pourposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sebuah teknik pengambilan sample dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini digunakan untuk memilih sumber atau informan yang telah ditentukan.

- a. Ketua “Koperasi Sumekar”
- b. Anggota “Koperasi Sumekar” dua orang
- c. Humas “Koperasi Sumekar”

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif, yang bersifat menggunakan banyak uraian dari hasil wawancara serta studi dokumentasi. Berdasarkan data yang diperoleh akan di analisis secara kualitatif dalam pola deskriptif. Data yang terkumpul dari aktivitas penampungan data mungkin kurang atau lebih jumlahnya. Walaupun telah memenuhi jumlahnya, data ataupun informasi tersebut perlu ditimbang lagi untuk memperoleh informasi yang lebih akurat dan lengkap. Sementara menurut Miles dan Huberman (Sugiyono 2013) menjelaskan bahwa kegiatan analisis data kualitatif secara aktif dan berlangsung secara berkelanjutan hingga selesai, sehingga datanya sudah bosan. Kegiatan berupa analisis data, adalah reduksi data, penyajian data, serta penentuan kesimpulan dan pemeriksaan ulang.

a) Reduksi Data

Data yang diambil dari kunjungan lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk karena itu ditulis secara akurat. Karena datanya cukup banyak, oleh karena itu cepat dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data bermakna menyusun, serta memperhatikan hal-hal penting, ditentukan tema dan bentuknya. Dengan ini, data yang sudah direduksi akan menimbulkan pola lebih mudah. Dalam mereduksi data, peneliti bisa dipandu oleh tujuan yang akan dituju yaitu paparan (Sugiyono 2013).

b) Penyajian Data

Setelah dilakukannya reduksi data, langkah berikutnya yaitu penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dibuat dalam pola penjelasan singkat, sekema, relasi antara kedudukan

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Bakpia Pathuk

1. Sejarah Berdirinya *Home Industry* Bakpia Pathuk

Bakpia sebenarnya berasal dari negeri China dengan namanya Tou Luk Pia yang artinya kue pia kacang hijau. jika dilihat dari konteks historis, dan dalam tataran tertentu konteks sosio-kultural bakpia adalah sebuah produk olahan makanan yang dimiliki sebuah komunitas. Secara historis bakpia adalah makanan “impor” dari negeri Cina yang dibawa oleh para imigran Tionghoa pada dekade awal abad ke-20. Bakpia ini konon sudah ada sejak tahun 1930 dan dimiliki oleh keluargakeluarga pedagang Tionghoa yang banyak menempati daerah Pathuk, pusat Kota Yogyakarta (Nihayati 2020).

Bakpia awalnya bukanlah makanan komersial, juga bukan makanan yang bernilai kultural seperti kue keranjang yang sering menjadi kue dalam perayaan Imlek. Posisi bakpia adalah sebagai pelengkap dari kue keranjang dan sebagai camilan sehari-hari keluarga. Namun pada saat kesulitan ekonomi terjadi pada beberapa keluarga Tionghoa, bakpia kemudian dijual untuk memperoleh tambahan penghasilan. Mengingat, relevansinya pada sekitar tahun 1930 Hindia-Belanda sedang mengalami depresi ekonomi. Seiring berjalannya waktu Bakpia Pathuk berkembang menjadi industri dan dikenal sebagai makanan khas Yogyakarta. Mengapa disebut Bakpia Pathuk, karena memang sejak awal Bakpia tumbuh dan berkembang di daerah Pathuk

(Nihayati 2020). Hal ini tentu saja dapat meningkatkan gairah kehidupan pariwisata di Yogyakarta, dan menjadikan Pathuk sebagai kawasan sentra Bakpia khas Yogyakarta. Apalagi lokasinya yang sangat strategis, yaitu di sebelah barat jalan Maliboro yang merupakan kawasan wisata belanja bagi para masyarakat lokal maupun wisatawan. Berkembangnya kawasan Pathuk sebagai sentra Bakpia juga memberi dampak sosial bagi kehidupan masyarakat di wilayah tersebut, baik yang bersifat positif maupun negatif. Ahimsa-Putra, H. S. Raharjana (2001) menyatakan bahwa berdasarkan sifatnya dampak dibagi menjadi dua yaitu dampak positif dan dampak negatif. Dampak sosial adalah berbagai macam perubahan yang terjadi pada satu sistem interaksi dan relasi antar individu sebagai akibat dari adanya perubahan pada lingkungan fisik, sosial, dan budaya dari sistem tersebut, sedangkan dampak sosial pariwisata adalah akibat yang muncul karena hadirnya wisatawan dan kegiatan yang dilakukan terhadap sistem interaksi dan relasi tersebut.

2. Bahan Baku dan Proses Pembuatan Bakpia Pathuk

Di balik sejarah dan cita rasanya yang enak, pembuatan Bakpia tidak begitu sulit. Untuk pembuatan kulit bakpia, gula dan garam dicampur lalu masukkan di dalam air diaduk hingga larut. Setelah itu masukkan tepung terigu sedikit demi sedikit lalu diaduk hingga menjadi adonan. Proses pencampuran semua bahan ini paling lama diperlukan waktu setengah jam sampai kalis atau semua adonan tercampur. Isi bakpia terbuat dari kacang hijau yang dipecah dan direndam selama 3

hari selanjutnya dicuci serta dikukus selama satu jam. Kemudian, dihaluskan dan dimasak dengan minyak, garam, dan gula pasir. Langkah terakhir yaitu membentuk adonan kulit yang diisi dengan kacang hijau dengan bentuk bulat pipih dan di panggang kurang lebih 15-20 menit (Wida R and Anam 2016).

B. Koperasi Sumekar

1. Sejarah Koperasi Sumekar

Koperasi Simpan Pinjam Sumekar (KSP Sumekar) didirikan oleh Bpk. Agustinus Sujalal (Alm) bersama 66 anggota yang lain di Kelurahan Ngampilan Kecamatan Ngampilan di Kota Yogyakarta KSP Sumekar didirikan secara resmi oleh 66 anggota berdiri pada tanggal 1 Mei tahun 1996 dengan Badan Hukum No.080/KD/AD/1/2012.



Gambar 2. 1. Gedung Koperasi Sumekar

Alamat KSP Sumekar berada di Sanggrahan Pathuk, Kelurahan Ngampilan Kecamatan Ngampilan Kota Yogyakarta Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Jenis usaha KSP Sumekar adalah menerima

simpanan dari anggota dan memberikan pinjaman kepada anggota. Tujuan KSP Sumekar adalah mensejahterakan anggota dan masyarakat Kelurahan Ngampilan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, terbaik dari sisi kualitas, pelayanan yang memuaskan dan memberikan manfaat yang optimal. KSP Sumekar mengadakan pertemuan rutin setiap bulan setiap tanggal 12. Pertemuan itu diadakan untuk membahas tentang aktivitas simpan pinjam serta sosialisai hasil dari pelatihan yang didapatkan oleh pengurus. Kemudian, pada pertemuan itu juga diadakan promo produk yang terkhusus pada inovasi bakpia. KSP Sumekar juga mengadakan kegiatan tahunan yaitu Bakpia Day yang berkolaborasi dengan kelurahan Ngampilan. Pada kegiatan tersebut, para pengrajin bakpia yang sebagian besar merupakan UKM mampu berkolaborasi untuk sama-sama terus mempromosikan oleh-oleh khas Kota Yogya tersebut,

Susunan Pengurus KSP Sumekar adalah sebagai berikut:

- a. Ketua I :Sumiyati
- b. Ketua II :Dewi Nurhidayah
- c. Sekretaris 1 :Bangunteki Maryani
- d. Sekretaris II : Dwi Catur Listiyani
- e. Bendahara I : Anastasia Suryani
- f. Bendahara II :Lucia Retno Safitri

Susunan Pengawasan KSP Sumekar adalah sebagai berikut:

- a. Ketua :Martinus Djoko Pratomo
- b. Anggota :Wasiyati

2. Visi dan Misi KSP Sumekar

Visi KSP Sumekar adalah menjadikan koperasi yang mandiri dengan mengedepankan pelayanan terbaik di dalam membangun dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat. Untuk mencapai visi tersebut, KSP Sumekar memiliki misi sebagai berikut:

- a. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk anggota /calon anggota
- b. Meningkatkan kesejahteraan anggota calon anggota
- c. Memberikan pelayanan lebih cepat dibanding lembaga keuangan lainnya.
- d. Mengembangkan amanah anggota
- e. Menjunjung tinggi keputusan rapat anggota.
- f. Manajemen yang tangguh, mandiri, berdedikasi dan terpercaya

3. Keanggotaan KSP Sumekar

Anggota KSP Sumekar adalah beberapa orang yang telah memenuhi dan menyerahkan simpanan pokok dan simpanan wajib serta memiliki kepentingan terhadap perkembangan KSP MBU. Persyaratan untuk diterima menjadi anggota KSP Sumekar adalah sebagai berikut:

- a. Warga Negara Indonesia (WNI)
- b. Bersedia membayar Simpanan Pokok sebesar Rp. 100.000,- per bulan 3000,- per bulan.
- c. Menyetujui isi yang berlaku dalam KSP Sumekar
- d. Bertempat kedudukan, bekerja dan atau pernah bekerja di wilayah Kelurahan Ngampilan

Setiap anggota memiliki hak sebagai berikut:

- a. Memperoleh pelayanan dari pengurus KSP Sumekar
- b. Menghadiri dan berbicara dalam rapat anggota
- c. Memiliki hak suara yang sama.
- d. Memilih dan dipilih menjadi peneurus

Setiap anggota KSP Sumekar mempunyai kewajiban sebagai berikut

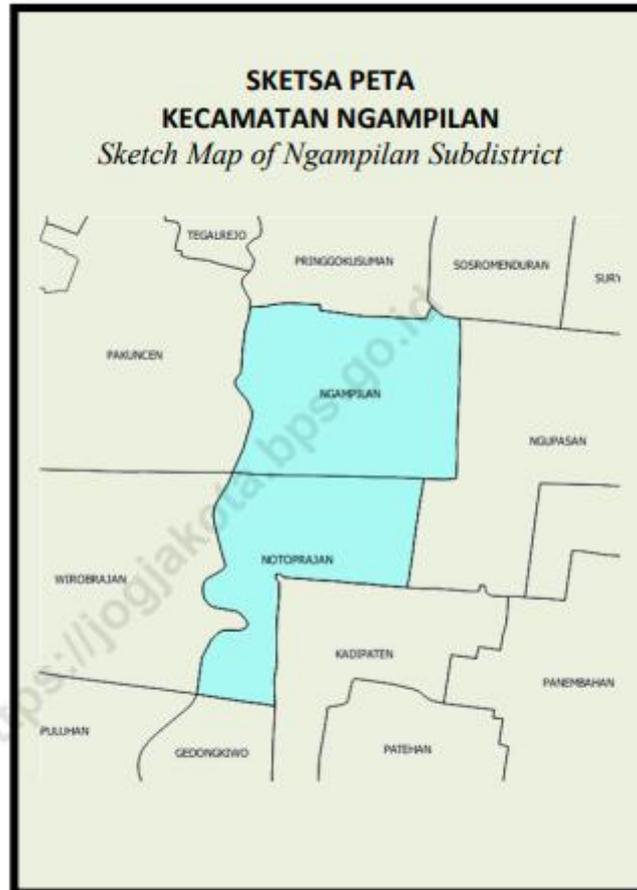
- a. Membayar pokok dari simpanan wajib sesuai ketentuan yang diputuskan rapat anggota
- b. Berpartisipasi dalam kegiatan usaha KSP Sumekar.
- c. Mentaati ketentuan Anggaran Dasar, Anggaran Rumah Tangga, Keputusan Rapat Anggota dan ketentuan lainnya yang berlaku dalam KSP Sumekar
- d. Memelihara nama baik dalam kebersamaan dalam KSP Sumekar

C. Gambaram Umum Kelurahan Ngampilan

1. Aspek Geografis

Kecamatan Ngampilan merupakan bagian wilayah Kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta dengan luas wilayah 0,82 Km² dan sebagian wilayahnya dilalui oleh sungai winongo yaitu berada di tepi barat yang berbatasan dengan Kecamatan Wirobrajan, Ke dua Kelurahan dilalui oleh sungai Winongo yaitu Kelurahan Notoprajan di RW 01, RW 02, RW 03, RW 04 sedangkan Kelurahan Ngampilan di RW 01 dan RW 02. Letak Kecamatan Ngampilan terletak pada 7-8° LS

dan 11-11,1° BT, dan terletak pada ketinggian 114 m dari permukaan laut. Berikut adalah peta Kecamatan Ngampilan



Gambar 2. 1 Peta Kecamatan Ngampilan

2. Aspek Demografis

Jumlah penduduk di suatu wilayah dipengaruhi oleh faktor kelahiran, kematian dan Migrasi/perpindahan penduduk, perkembangan penduduk di Kecamatan Ngampilan mengalami perubahan setiap tahunnya, berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil kota Yogyakarta jumlah penduduk Kecamatan

Ngampilan tahun 2020 sebanyak 18.483 jiwa, terdiri dari penduduk laki-laki 9.079 jiwa dan penduduk perempuan 9.404 jiwa, jika dilihat dari jumlah penduduk per kelurahan, terlihat kelurahan Ngampilan mempunyai jumlah penduduk yang paling banyak yaitu 10.257 jiwa terdiri dari penduduk laki-laki 4.991 jiwa dan penduduk perempuan 5.266 jiwa, sedangkan untuk Kelurahan Notoprajan dengan jumlah penduduk 8.226 jiwa terdiri dari penduduk laki-laki 4.088 jiwa dan penduduk perempuan 4.138 jiwa. Perkembangan jumlah penduduk ini bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah adanya Kelahiran dan kematian yang biasa disebut perkembangan alamiah, selain itu perkembangan penduduk juga dipengaruhi oleh adanya penduduk yang datang dan pergi/pindah.

Berdasarkan data regestrasi tahun 2020 Kecamatan Ngampilan jumlah kelahiran tercatat sebanyak 192 bayi, sedangkan jumlah Kematian sebanyak 157 jiwa, sedangkan perkembangan penduduk dilihat dari penduduk yang datang tahun 2020 sebanyak 295 jiwa dan penduduk yang pindah/pergi sebanyak 434 jiwa. Berikut adalah tabel jumlah penduduk dan laju pertumbuhan penduduk di Kecamatan Ngampilan

Tabel 2. 1. Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk di Kecamatan Ngampilan

Kelurahan	Penduduk	Laju Pertumbuhan Penduduk tahun 2010-2020	Persentase Penduduk	Kepadatan Penduduk
Notoprajan	6.924	-0,73	45,08	18.713,51
Ngampilan	8.434	-0,47	54,92	18.742,22
Jumlah	15.358	-0,59	100	18.729,27

3. Kondisi Perekonomian Kelurahan Ngampilan

Kecamatan Ngampilan pada tahun 2020 dalam pembayaran PBB yaitu dari Wajib pajak sebanyak 3.643 wajib pajak baru terealisasi sebanyak 2.209 wajib pajak dengan pemasukan sebesar Rp. 2.271.146.835,00 kalau dirinci per kelurahan, Kelurahan Notoprajan wajib pajak 1.518 yang melunasi 936 wajib pajak dengan pemasukan uang sebesar Rp.887.891.576,00 sedang Kelurahan Ngampilan dari Wajib pajak 2.125 yang melunasi 1.273 pemasukan uang Rp.1.383.255.259,00.

Sedangkan Lembaga perbankan dan keuangan di Kecamatan Ngampilan tahun 2020 yaitu Koperasi sebanyak 15 koperasi, Bank ada 5 hal ini sangat besar manfaatnya bagi masyarakat Kecamatan Ngampilan untuk melakukan transaksi keuangan baik menabung maupun kredit. Sarana ekonomi lainnya di Kecamatan Ngampilan terdapat pasar umum sebanyak 2 pasar, toko ada 237, kios 269, warung 597 dan supermarket ada 8.

Tabel 2. 2 Banyaknya Wajib Pajak dan Pemasukan di Kecamatan Ngampilan

Kelurahan	Wajib Pajak	Pemasukan
Notoprajan	1.518	887.892.576,00
Ngampilan	2.125	1.383.255.259,00
Jumlah	3.643	2.271.147.146.835,00

D. Dimensi Organisasi

1. SDM

Koperasi Sumekar memiliki anggota yang berjumlah 61 orang pada awal tahun 2024. Hal tersebut dapat diketahui dari pemaparan sesi wawancara dengan peneliti.

Jumlah SDM yang ada di koperasi sumekar sampai hari ini, atau tahun 2023 awal 2024 sebanyak 61 anggota. (Sumiyati, Wawancara, 12 Januari 2024)

Selanjutnya, anggota koperasi Sumekar sendiri mayoritas pengusaha bakpia yang tinggal di kelurahan Ngampilan, Kecamatan, Ngampilan, Kota Yogyakarta. Adapun anggota koperasi sumekar didominasi oleh pengusaha bakpia. Sebagaimana yang terdapat dalam pemaparan berikut ini.

Pengelolaannya yaitu karena koperasi sumekar itu ada pengurus dan anggota, jadi memang untuk pengurus memang ada anggota sejumlah 61 yang merupakan hampir 98 persen adalah pengusaha bakpia. (Sumiyati, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat dipastikan bahwa kurang lebih 98 persen anggota koperasi Sumekar sendiri merupakan pengusaha bakpia. Dengan demikian terdapat anggota dari koperasi

Sumekar yang bukan merupakan pengusaha bakpia yang berjumlah sekitar 2 persen dari anggota koperasi. Hal tersebut dapat diketahui dari pemaparan sesi wawancara berikut ini.

Jadi gini, koperasi sumekar itu kan memang terdiri dari anggota pengusaha bakpia atau sebagian yang 98 persen tadi. Tapi memang ada yang sebagian yang tidak pengusaha bakpia, tapi berbasis tepung terigu. Jadi memang dikhususkan yang menjadi anggota koperasi Sumekar itu harus memiliki usaha. Dimana usaha itu sebagian besar pembuat bakpia, dan selebihnya itu berbasis tepung terigu, misalnya membuat makanan, membuat snack yang berbasis tepung terigu. (Bangunteki, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa Sebagian dari anggota koperasi sumekar merupakan pengusaha makanan yang berbasis tepung terigu, sebagai contoh adalah snack atau makanan ringan. Namun, syarat untuk menjadi anggota koperasi sumekar sendiri haruslah memiliki usaha yang berbasis tepung. Hal tersebut disampaikan informan dalam sesi wawancara dengan peneliti. Informan mengungkapkan bahwa memang itu aturannya harus memiliki usaha.

2. Rule of Game

Sebagai sebuah koperasi, tentu Koperasi Sumekar memiliki aturan dalam menjalankan kegiatannya. Adapun syarat untuk menjadi anggota telah di bahas pada anak subbab sebelumnya, bahwa untuk menjadi anggota koperasi sumekar haruslah memiliki usaha bakpia, atau usaha yang memproduksi produk berbahan dasar tepung terigu, sebagai contoh adalah snack atau makanan ringan.

Selanjutnya anggota koperasi sumekar memiliki kewajiban yang harus dipenuhi. Dalam sesi wawancara diketahui beberapa persyaratan wajib yang harus diikuti oleh anggota.

Aturannya itu harus memenuhi kewajiban harus ada simpanan pokok 100 rb dan setiap bulan memberikan simpanan wajib 20 rb. (Bangunteki, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan informan tersebut, dapat diketahui bahwa anggota diwajibkan untuk memiliki simpanan pokok sejumlah Rp. 100.000,00 dan juga simpanan wajib yang diberikan setiap bulannya sejumlah Rp. 20.000,00. Selain itu, terdapat beberapa aturan yang dimiliki oleh Koperasi Sumekar untuk kesejahteraan anggotanya. Beberapa aturan lainnya juga diungkapkan dalam sesi wawancara.

Ada simpanan sukarela, terus ada sosial, 3rb untuk sosial, terus nanti ada pinjamannya juga. (Suryani, Wawancara, 12 Januari 2024)

Dari pemaparan data hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa selain simpanan pokok dan simpanan wajib, terdapat simpanan sukarela yang bilangannya diberikan secara sukarela. Selain itu ada dana sosial sejumlah sedikitnya Rp. 3000,00 yang harus diberikan setiap bulannya. Ketika anggota telah memenuhi kewajiban tersebut, maka anggota dapat menerima haknya, yaitu dapat mengajukan pinjaman terhadap koperasi Sumekar. Hal tersebut sejalan dengan pemaparan dalam sesi wawancara berikut ini.

Terus kita ada pinjaman, pinjaman itu juga ada aturannya juga. Jadi kita sistemnya disini koperasi simpan pinjam tapi anggotanya memang pengusaha bakpia. Jadi kita memang hanya memberikan modal tapi ada aturan yang harus di patuhi untuk anggotanya. Aturannya yaitu tadi, memberikan simpanan pokok 200 rb, simpanan wajib setiap bulan 20 rb, terus e ada simpanan sukarela, terus ada sosial, 3rb untuk sosial, terus nanti ada pinjamannya juga. Jadi memang ada hak untuk meminjam di koperasi. (Ilah, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat diketahui bahwa, anggota wajib memenuhi kewajiban yang telah ditentukan oleh koperasi sumekar. Dengan memenuhi kewajiban tersebut, anggota dapat mengambil haknya untuk mengajukan pinjaman modal.

3. Pembagian Kerja

Pembagian kerja yang dilakukan oleh Koperasi Sumekar didasarkan pada kepengurusan organisasi yang dimiliki oleh koperasi Sumekar itu sendiri. Adapun susunan pengurus koperasi sumekar sendiri terdiri dari ketua, dua sekretaris, dua bendahara, dan pengawas. Hal tersebut dipaparkan oleh ketua Koperasi Sumekar saat sesi wawancara dengan peneliti.

Pembagiannya di koperasi sumekar itu jadi susunannya ada ketua, sekretaris 1, sekretraris, bendahara 1. bendahara 2, dan pengawas. (Sumiyati, Wawancara, 12 Januari 2024)

Adapun masing-masing anggota tersebut memiliki tugas dalam rutinitas agenda yang dimiliki oleh koperasi Sumekar. Informan dalam sesi wawancara mengungkapkan tugas masing-masing elemen pengurus koperasi sumekar. Adapun tugas dari ketua

adalah untuk memimpin pertemuan dan menghadiri undangan yang diberikan oleh dinas terkait.

Dimana ketua itu mengampu semuanya, di dalam lingkup koperasi maupun pertemuan di luar, di eksternal ya. Misalnya kalau ketua itu memimpin waktu kita pertemuan, atau kalau ada undangan dari dinas, misalnya dinas koperasi, dinas penelitian, dinas kesehatan, itu yang mewakili ketua kalau bisa. Nah nanti di situ, apa yang di sampaikan oleh dinas-dinas itu kita sampaikan waktu kita pertemuan rutin, yang menyampaikan ketuanya. Misalnya ketuanya berhalangan hadir nanti pengurus lainnya bisa. (Sumiyati, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa ketua memiliki tugas untuk memimpin pertemuan dan mewakili pertemuan dengan dinas terkait. Selanjutnya, setelah menghadiri pertemuan tersebut, ketua berkewajiban untuk menyampaikan informasi yang didapatkan kepada anggota dalam pertemuan rutin setiap bulan. Adapun tugas sekretaris dipaparkan oleh Ketua Koperasi Sumekar dalam sesi wawancara dengan peneliti.

Yang kedua sekretaris, sekretaris itu mencatat semua hasil pertemuan kita setiap bulan juga mencatat hal hal yang diperlukan saat ada pelatihan. Terus ada surat menyurat keluar masuknya itu, sekretaris. Sekretaris 1 sekretaris 2 itu saling mendukung. (Sumiyati, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa tugas dari sekretaris adalah mencatat informasi yang dirasa penting dalam pertemuan rutin setiap bulan. Selain itu, sekretaris juga memegang peran untuk mengatur keluar masuk surat koperasi Sumekar. Sedangkan sebab sekretaris di pilah menjadi dua

adalah untuk menambah SDM yang dapat saling mendukung dalam keberjalanan tugas sekretaris. Adapun untuk tugas dari bendahara dipaparkan Ketua Koperasi Sumekar dalam sesi wawancara dengan peneliti.

Kemudian bendahara, bendahara itu tugasnya setiap bulan, kan kita setiap bulan ada pertemuan simpan pinjam. Jadi bendahara itu mencatat semua pengeluaran dan pemasukan saat kita pertemuan. Karena koperasi sumekar itu hanya ada pertemuan satu kali. Jadi tugas bendahara seperti itu mas, mencatat semua transaksi yang ada waktu pertemuan bulanan. (Sumiyati, Wawancara, 12 Januari 2024)

Dengan berdasarkan data hasil wawancara dengan informan tersebut, dapat diketahui bahwa bendahar bertugas untuk mengatur jalannya simpan pinjam yang diadakan setiap pertemuan rutin. Selain itu, bendahara bertugas untuk mengatur transaksi pengeluaran dan pemasukan keuangan koperasi. Dalam mengatur transaksi keuangan tersebut, bendahara sekaligus bertugas untuk mencatat semua transaksi yang ada dan melaporkannya dalam pertemuan rutin setiap bulan. Adapun tugas dari pengawas dipaparkan dalam wawancara dengan peneliti.

Pengawas itu juga mengawasi jalannya koperasi apakah sudah sesuai dengan ADART nya. Itu pengawas koperasi (Bangunteki, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat diketahui bahwa tugas dari koperasi adalah mengawasi koperasi apakah telah sesuai dengan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga (ADART) yang dimiliki oleh koperasi sebagai dasar dalam menjalankan koperasi. Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa tugas pengawas sendiri adalah mengawasi koperasi agar keberjalanannya tidak menyalahi ADART yang berisi peraturan yang telah ditetapkan. Dengan keberadaan pengawas dan tugasnya, maka koperasi dapat berkembang dan berjalan dengan baik.

4. Agenda Rutin

Terdapat beberapa agenda rutin yang dimiliki oleh koperasi sumekar bersama dengan aggotannya yang merupakan mayoritas adalah pengusaha bakpia. Salah satu agenda rutin yang dimiliki oleh koperasi sumekar sendiri adalah pertemuan rutin. Hal tersebut disampaikan dalam sesi wawancara dengan peneliti.

“Koperasi sumekar mengadakan pertemuan setiap bulan sekali, setiap tanggal 12. Kadang memang mundur, tapi setiap bulan harus ada pertemuan” (Sumiyati, Wawancara, 12 Januari 2024)

Melalui pemaparan tersebut, dapat diketahui bahwa koperasi sumekar memiliki agenda pertemuan setiap satu bulan sekali, pada tanggal 12 meskipun terkadang mundur waktu pelaksanaannya. Pertemuan tersebut membahas berbagai keperluan dan agenda yang dimiliki oleh koperasi sumekar. Hal yang dibahas dan dilakukan pada pertemuan tersebut diketahui dalam sesi wawancara dengan peneliti.

Pertemuan itu mengadakan simpan pinjam, mengadakan arisan dan pada pertemuan itu juga nanti kami sampaikan hal hal yang menyangkut apakah ada nanti ada agenda rapat dari dinas, apakah ada tamu dari dinas, nah itu kita laksanakan

waktu pertemuan. Tujuan agenda itu untuk kita tau perkembangan keuangan koperasi karena disitu ada transaksi keuangan. (Bangunteki, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan data hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pertemuan rutin yang diadakan oleh koperasi Sumekar antara lain adalah menyampaikan agenda rapat/pertemuan dengan dinas serta membahas perkembangan keuangan koperasi. Selain pembahasan terkait agenda rapat dengan dinas dan perkembangan keuangan, terdapat beberapa agenda lain yang dibahas pada pertemuan tersebut.

Terus ada hal hal yang disampaikan, agenda-agendanya seperti itu, itu memang sudah ada rancangan untuk satu tahun kedepan. Bulan ini apa yang ingin dilaksanakan, atau seperti apa itu sudah ada dipertemuan. Nanti misalnya ada ada 17an, ada bakpia day, itu dirembug dalam acara itu pertemuan setiap bulannya. (Ilah, Wawancara, 12 Januari 2024)

Melalui pemaparan data hasil wawancara tersebut, pertemuan rutin tersebut juga membahas tentang rancangan agenda dalam satu tahun. Sebagai contoh adalah acara peringatan HUT RI atau 17-an, serta acara *bakpia day*.



Gambar 2. 2. Pelaksanaan Agenda Bakpia Day

Selain membahas agenda dalam satu tahun, terdapat pembahasa lain di dalam pertemuan rutin tersebut. Hal tersebut diungkapkan dalam sesi wawancara dengan peneliti.

Kemudian bendahara, bendahara itu tugasnya setiap bulan, kan kita setiap bulan ada pertemuan simpan pinjam. Jadi bendahara itu mencatat semua pengeluaran dan pemasukan saat kita pertemuan. (Sumiyati, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan data hasil wawancara tersebut, dapat diketahui pertemuan rutin yang dilaksanakan setiap bulan tersebut juga mengakomodasi simpan pinjam yang dilakukan oleh anggota. Terlepas dari adanya pertemuan rutin tersebut, data hasil wawancara sebelumnya juga menginformasikan agenda lain yang dimiliki oleh koperasi sumekar. Agenda tersebut antara lain adalah peringatan HUT RI/17-an, *bakpia day*, serta simpan pinjam.

E. Dimensi Pemasaran

1. Bahan Baku

Karena koperasi sumekar sendiri berperan sebagai wadah dari pengusaha bakpia di kelurahan Ngampilan, koperasi sumekar sendiri tidak memproduksi bakpia. Namun, dalam sesi wawancara diketahui bahwa Bakpia yang diproduksi oleh para pengusaha bakpia yang ada di kelurahan Ngampilan tidak ada ciri khas tertentu.

Untuk mencari ciri khas, tidak ada ciri khas itu. Kalau yang bener bakpia itu ya bulat dipanggang. (Ilah, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pada pemaparan informan tersebut, diketahui bahwa tidak ada ciri khusus yang dimiliki oleh masing-masing

bakpia. Untuk bahan pembuatan bakpia antara pengusaha satu dengan pengusaha yang lainnya relatif sama yang digunakan. Dalam sesi wawancara diketahui beberapa bahan yang digunakan untuk pembuatan bakpia.

Untuk membuat bakpia itu sendiri itu memang para pengusaha itu sudah biasa membuat bakpia. Bahannya hampir sama, kacang ijo, gula, minyak, tepung terigu, seperti itu. (Suryani, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan data hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa bahan untuk membuat bakpia yang digunakan para pengusaha bakpia yang menjadi anggota koperasi sumekar antara lain adalah kacang hijau, gula, minyak, dan tepung terigu. Dalam sesi wawancara ditegaskan kembali bahwa penggunaan bahan-bahan tersebut mayoritas adalah sama antara pengusaha satu dengan pengusaha yang lainnya.

Jadi untuk pembuatan bakpia tidak ada proses rumit lah, sudah bahan baku tersedia sudah gampang, prosesnya juga sudah bisa, alat-alatnya juga sudah ada. jadi kita memang hampir sama lah untuk pembuatannya semua anggota bakpia disini. (Ilah, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat diketahui bahwa proses pembuatan bakpia tidak melalui proses yang rumit. Selain itu alat dan bahan baku telah tersedia. Untuk proses pembuatan melalui pemaparan data tersebut informan mengungkapkan bahwa proses pembuatan yang dilalui masing-masing anggota koperasi Sumekar hamper sama

2. Kemasan

Kemasan yang digunakan oleh pengusaha bakpia yang merupakan anggota koperasi Sumekar sendiri memiliki bentuk yang variatif tergantung dari pemilik perusahaan. Dengan demikian 60 anggota yang merupakan pengusaha bakpia memiliki kemasang yang berbeda. Hal tersebut sesuai dengan pemaparan dalam sesi wawancara.

Untuk kemasan sendiri apakah memiliki arti? Memang disini ada 60 anggota, 60 anggota itu memiliki kemasan sendiri-sendiri dimana kemasan itu dibuat semenarik mungkin. (Bangunteki, Wawancara, 12 Januari 2024)

Selanjutnya, desain kemasan yang digunakan oleh pengusaha bakpia yang menjadi anggota koperasi sumekar sendiri dibuat semenarik mungkin. Permainan atau kombinasi warna yang baik menjadi sebuah pilihan dari anggota koperasi sumekar. Pemaparan tersebut didasarkan pada pemaparan informan kepada peneliti saat sesi wawancara berlangsung.

Nah untuk desainnya itu kita buat semenarik mungkin apakah ada gambarnya, ada logonya, ada seperti itu. Dari warnanya juga kita buat semenarik mungkin, Jadi tidak hanya kemasan putih ya. (Suryani, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan data hasil wawancara dengan informan tersebut, dapat diketahui bahwa masing-masing pengusaha bakpia mengemas bakpianya dengan kemasan yang memuat gambar dan logo. Selain itu, masing-masing pengusaha menggunakan pilihan warna yang menarik dan menghindari penggunaan kemasan

dengan warna putih. Selanjutnya, seiring dengan perkembangan zaman kemasan yang digunakan oleh pengusaha bakpia yang menjadi anggota koperasi Sumekar sendiri juga semakin berkembang. Hal tersebut didasarkan pada pemaparan dari hasil wawancara peneliti.

Juga kemasan untuk ditenteng, katakanlah kalau ada yang membeli kan dulu pakai tas plastik atau pakai tas biasa, sekarang sudah ada tas karton ya, sudah ada merknya sudah ada brandnya, Ciri khasnya dibuat desainnya semenarik mungkin untuk menarik konsumen juga yang membawa itu lebih praktis. Dulu ga pakai tas bisa jatuh, bisa keluar kalau di taruh. Sekarang pakai karton biar rapi. (Suryani, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan data hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan jenis kemasan yang digunakan oleh para pengusaha bakpia anggota koperasi Sumekar menjadi berkembang. Dahulu para pengusaha menggunakan plastic untuk mengemas bakpia. Namun saat ini, banyak pengusaha mengubahnya menggunakan tas karton. Penggunaan tas karton dirasa lebih efektif dan juga inovatif karena dapat menciptakan kesan rapi serta praktis saat digunakan untuk mengemas bakpia. Selanjutnya dari pemaparan saat wawancara diketahui bahwa pemilihan nama merek produk tidak disandarkan pada makna tertentu.

Dari nama brandnya itu bisa mengambil nama anaknya, bisa nama saudaranya, bisa mengambil alamat seperti 543 seperti itu. Macam-macam ada bakpia ayu, bakpia ayu itu memang menghasilkan angka berdasarkan hoki lah gitu. Tidak ada makna khusus ya, ya ada juga sih biar dikenang orang seperti apa. (Bangunteki, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan data hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa merek yang digunakan oleh masing masing pengusaha bakpia anggota koperasi sumekar biasanya mengambil nama anak, saudara, serta mengambil nomor dari Alamat rumahnya. Adapun beberapa pengusaha meyakini bahwa merek yang digunakan membawa keberuntungan.

3. Pasar

Pengusaha bakpia anggota Koperasi Sumekar telah memiliki pangsa pasar masing-masing. Meski begitu, persaingan yang ada di wilayah kelurahan Ngampilan sendiri sudah ketat. Pemaparan tersebut didapatkan dari pemaparan dalam sesi wawancara peneliti.

Keadaan pasar di bakpia sumekar itu memang kalau di sekitar kampung sudah ketat ya, semua sudah membuat ya. Tapi memang setiap anggota sudah mempunyai pangsa pasar sendiri-sendiri. (Sumiyati, Wawancara, 12 Januari 2024)

Dengan berdasarkan pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa persaingan di sekitar kelurahan ngampilan telah ketat. Meski begitu, terdapat keunikan dalam pasar bakpia yang di produksi di kelurahan ngampilan. Keunikan tersebut diketahui melalui sesi wawancara yang dilakukan peneliti.

Kalau persaingan bisnisnya dikatakan bersaing, ya bersaing juga. Karena sudah punya pasar sendiri-sendiri jadi ya gapapa. Jadi pengusaha-pengusaha istilahnya punya cara untuk memasarkan bakpianya untuk mengantisipasi persaingan yang ada. Bakpia itu uniknya, pas ramai ya ramai semua, pas sepi ya sepi semua. (Ilah, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan tersebut dalam penjualan bakpia terdapat keunikan bahwa terdapat keseragaman kuantitas penjualan yang ada di desa Ngampilan. Ketika saat pasar ramai, maka akan ramai semua, dan ketika pasar sepi, maka akan sepi semua. Namun dalam keadaan pasar sepi, diperlukan strategi lain untuk mengembangkan usaha bakpia masing-masing anggota. Dalam sesi wawancara dipaparkan beberapa strategi yang digunakan oleh anggota koperasi sumekar dalam memasarkan produknya.

Satu secara cash atau tunai, jadi pembeli datang langsung, sistem transaksi langsung bayar. Ada yang kongsinasi, dititip-titipkan. Ditipkan di toko oleh-oleh, di agen-agen, yang istilahnya kita titip dulu, ngasih lagi, tempo, ngasih lagi nanti itu uang lagi. Jadi sistemnya konsiyansi. Titip dulu, ee dititipkan tidak mendapat uang, itu ee setelah lima hari bakpiannya habis, nanti kita atur lagi, nanti dapat uang. Ada yang beli putus, jadi memang beli untuk di jual lagi. Sekarang juga ada sistem online. (Suryani, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan data hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa terdapat beberapa strategi yang diterapkan oleh anggota untuk memasarkan produknya. Strategi yang pertama adalah *personal selling*. Pada sistem ini, pembeli datang secara langsung ke toko atau rumah produksi anggota koperasi sumekar, setelah itu terjadi transaksi secara langsung dengan cara pembayaran tunai. Strategi yang kedua adalah menggunakan sistem konsiyansi. Dengan menggunakan strategi konsiyansi, anggota koperasi sumekar bekerjasama dengan pusat oleh-oleh atau agen-agen dengan menitipkan produknya kepusat oleh-oleh tersebut. Pembayaran

dilakukan setelah produk laku terjual, atau pada tempo yang telah ditentukan sebelumnya.

Strategi selanjutnya adalah beli putus. Strategi ini melibatkan sales yang memasarkan produk bakpia ke toko atau pusat oleh-oleh dan kemudian pusat oleh-oleh atau toko membeli tanpa menggunakan kontrak sebagaimana sistem konsiyansi. Strategi yang terakhir adalah pemasaran dengan sistem online. Dengan berkembangnya teknologi, anggota koperasi sumekar menggunakan media online untuk memasarkan produknya. Dengan demikian pasar yang dimiliki menjadi semakin luas.

F. Dimensi Akses

1. Pelatihan dari Instansi Terkait

Untuk mengembangkan kualitas produksi bakpia anggota koperasi sumekar, koperasi sumekar mengoordinasikan dengan dinas terkait. Terdapat beberapa instansi yang berkontribusi terhadap perkembangan industry bakpia anggota koperasi sumekar, yaitu antara lain adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Kesehatan, dan Dinas Koperasi dan UMKM. Peran serta dinas tersebut dipaparkan dalam sesi wawancara dengan peneliti.

Nah itu kalau dari pelatihan dari dinas perindustrian itu ada gimana cara membuat bakpia yang bagus itu dari pelatihan yang ada. Kalau dari perdagangan itu biasanya, pemasarannya. Bagaimana kita memasarkan, atau biasanya dari perdagangan itu kita diundang pameran. Kalau untuk membuat bakpia yang bagus itu bagaimana, karena pakai teknologi itu perindustrian yang ikut. Itu teknologinya seperti itu, kita dibantu

teknologinya seperti itu. (Bangunteki, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan data hasil wawancara dengan informan tersebut, dapat diketahui bahwa dinas Perindustrian dan Perdagangan berperan dalam memberikan pelatihan untuk memproduksi bakpia dengan baik. Pelatihan dan penyuluhan dinas Perindustrian dan perdagangan terfokus dalam segi teknologi pemproduksiannya. Selain itu, dinas Perindustrian dan Perdagangan juga memberikan pelatihan terkait dengan pemasaran produk. Adapun peran dinas Koperasi dan UMKM disampaikan dalam sesi wawancara dengan peneliti.

Kalau manajemen kita biasanya dari UMKM, bagaimana mengelola koperasi, kalau manajemen biasanya kita ada pelatihan. (Bangunteki, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat diketahui bahwa dinas koperasi dan UMKM memberikan pelatihan dalam mengelola koperasi. Selanjutnya, informasi terkait dengan peran dinas Kesehatan diketahui dari sesi wawancara dengan informan.

Terus kalau pelatihan dari kesehatan itu legalitasnya, karena bagaimanapun juga usaha makanan itu harus ada legalitasnya itu memang dari kesehatan seperti ada PIRTnya itu, itu dari dinas kesehatan. (Bangunteki, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan data hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa dinas Kesehatan memberikan pelatihan terkait dengan cara dalam memperoleh legalitas nomor PIRT. Dinas Kesehatan mendorong industri bakpia untuk mendapatkan nomor

PIRT agar dapat lebih leluasa memasarkan produk bapianya. Dalam sesi wawancara dengan peneliti diketahui manfaat pelatihan yang dilakukan oleh dinas tersebut.

Kalau manfaat ya bermanfaat, satu kalau yang teknologi ya ini alatnya harus udah beralih fungsi. Terus kalau dari perdagangan itu bagaimana kita mendisplay produk kita, desain kita kalau mau pameran seperti apa, nanti mendisplaynya kemasannya yang disesuaikan seperti apa. Kalau nanti ke manajemennya, bagaimana kita mengelola usaha ini dengan baik dari sisi keuangannya. O ternyata tidak asal-asalan menempatkan posisi keuangan, jadi istilahnya ada pembukuan sederhana untuk pengusaha bakpia di sumekar. Kalau ada legalitas dari dinas kesehatan itu o harus di cantumkan PIRT, itu nanti kita aman lah istilahnya dari legalitasnya, dari kehalalannya itu kita aman istilahnya. (Bangunteki, Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran serta dinas-dinas terkait dengan industri pangan khususnya bakpia memberikan manfaat bagi anggota koperasi sumekar. Manfaat tersebut didapatkan dari segi manajerial keuangan, perusahaan, serta legalitas produk yang dipasarkan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan di atas, dapat disimpulkan beberapa temuan berikut ini:

1. Sesuai dengan tujuan penelitian pertama yaitu “Menggambarkan peran komunikasi organisasi di Koperasi Sumekar” ditemukan beberapa bentuk komunikasi organisasi yang berperan dalam pengelolaan dan pemberdayaan usaha yang dimiliki oleh anggota koperasi sumekar yaitu adalah komunikasi intenal dan eksternal. Komunikasi.
 - a. Bentuk komunikasi internal yang terjadi adalah komunikasi vertikal yaitu antara pengurus dan anggota, serta komunikasi horizontal yaitu antara anggota dengan anggota serta pengurus dengan pengurus.
 - b. Bentuk komunikasi eksternal yang terjadi adalah komunikasi dari khalayak ke organisasi serta komunikasi organisasi ke khalayak.
2. Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu “Mengetahui upaya pemberdayaan dalam meningkatkan penjualan bakpia rumahan” ditemukan bentuk pemberdayaan yang dilakukan Koperasi Sumekar kepada anggotanya yang anantara lain adalah:
 - a. Pinjaman modal kepada anggota. Koperasi Sumekar memberikan modal tambahan untuk mendukung usaha anggota.

B. Saran

Berdasar pada kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, peneliti bermaksud memberikan saran:

1. Bagi Koperasi Sumekar, mengingat telah terjadi beberapa hambatan komunikasi yang ditemukan saat pemberdayaan anggota pada kesimpulan di atas, diharapkan memberikan wadah komunikasi yang lebih intensif untuk mengurangi adanya hambatan komunikasi organisasi yang telah terjadi. Selain itu, sebaiknya pengurus sebagai komunikator meningkatkan keterampilan dalam berkomunikasi agar informasi yang disampaikan dapat diterima oleh audiens secara utuh dan menghindari adanya hambatan manusiawi dalam komunikasi.
2. Bagi anggota Koperasi Sumekar, mengingat salah satu hambatan dalam pemberdayaan yang dilakukan oleh koperasi sumekar disebabkan karena anggota, sebaiknya anggota untuk rutin dalam menghadiri pertemuan sebagai wadah komunikasi yang ada di koperasi sumekar. Selain itu diharapkan anggota koperasi juga untuk dapat fokus saat dalam pertemuan agar informasi yang diterima tidak rancu. Selain itu, diharapkan anggota sebagai pengusaha bakpia dapat membuat inovasi baru agar penjualan bakpia dapat meningkat.
3. Bagi dinas terkait, mengingat dinas terkait berkontribusi dalam pemberdayaan usaha anggota koperasi sumekar, sebaiknya dinas

terkait lebih gencar dalam melakukan penyuluhan serta pelatihan kepada anggota koperasi sumekar agar produksi bakpia yang dimiliki oleh anggota dapat berkembang dan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdjani, Hadiono. 2014. *Ilmu Komunikasi, Proses Dan Strategi*. Tangerang: Indigo Media.
- Ahimsa-Putra, H. S. Raharjana, D. T. 2001. "Dampak Sosial Budaya Pembangunan Pariwisata." *Jurnal Nasional Pariwisata*, 1.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hasanah, Hasyim. 2017. *Teknik-Teknik Observasi*. Semarang: UIN Semarang.
- Indardi. 2016. *Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Unpad Press.
- Liliweri, A. 2013. *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Moeloeng, Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nihayati, Luluk. 2020. "Dampak Sosial Perkembangan Bakpia Dalam Industri Pariwisata Di Pathuk Yogyakarta." *Pringgitan* 1(1):40–47. doi: 10.47256/pringgitan.v1i1.10.
- Pace, Wayne R., and Don F. Faules. 2010. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kerja Perusahaan. Cet 7*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Prijono, and Pranarka. 2001. *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan Dan Implementasi*. Jakarta: CSIS.
- Robbins, Stephen P., and Timothy A. Judge. 2017. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soekanto, Soerjono. 1987. *Sosial Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Subkhi, Akhmad, and Mohammad Jauhar. 2013. *Pengantar Teori Dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suharto, Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial Danpekerja Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

- Suharto, Edi, and Adelia Lorosa. 2017. *Membangunan Masyarakat Dan Pemberdayaan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- Sulaiman, Adhi Iman. 2013. "Model Komunikasi Formal Dan Informal Dalam Proses Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat." *Jurnal Penelitian Komunikasi* 16(2):173–88. doi: 10.20422/jpk.v16i2.38.
- Teguh, Ambar. 2004. *Pemberdayaan, Kemitraan Dan Model Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wida R, Erlyna, and Choirul Anam. 2016. "Pengelolaan Home Industry Usaha Bakpia Di Kabupaten Klaten." *Ajie* 1(1):30–38. doi: 10.20885/ajie.vol1.iss1.art3.
- Yossa, Damianus, and Buddy Riyanto. 2019. "Komunikasi Pemberdayaan Rumah Baca Sangkrah Dalam Meningkatkan Kreativitas Pemuda (Studi Kasus Pada Kampung Dadapsari Kelurahan Sangkrah, Kota Surakarta)." *Solidaritas* 3(1).

LAMPIRAN

Dokumentasi Penelitian

Pertemuan Rutin Koperasi Sumekar



Pemberdayaan Koperasi Sumekar



Transaksi Keuangan Anggota Koperasi Sumekar



Kantor Koperasi Sumekar



Agenda Bakpia Day Koperasi Sumekar







Produk Bakpia Anggota Koperasi Sumekar



Toko Pemasaran Produk Bakpia Anggota Koperasi Sumekar



Kluster Produksi Sentra Bakpia Pathuk Koperasi Sumekar



Potret Informan

