



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 2 Tahun 2025 Page 1707-1717

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Komunikasi Pemberdayaan UMKM Produk Lokal Masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Utara

Novia Ulfah Haika^{1✉}, Didi Susanto², Decky C. K. Lihu³

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari

Email: noviahaika17@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) untuk mengetahui strategi komunikasi pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Hulu Sungai Utara. 2) Untuk mengetahui pola pemberdayaan UMKM oleh Pemerintah Daerah Hulu Sungai Utara. 3) Untuk mengetahui cara kerjasama lintas sektor evaluasi terhadap pemberdayaan UMKM Hulu Sungai Utara. Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan kualitatif yaitu pada tahap awal peneliti melakukan identifikasi, kemudian dilakukan pengumpulan data sampai mendalam, mulai dari observasi hingga penyusunan laporan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Strategi komunikasi pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Hulu Sungai Utara pada saat ini tidak maksimal 2) Pola pemberdayaan UMKM terhadap Pemerintah Daerah Hulu Sungai Utara tidak tersusun dan terbangun sehingga tidak menunjukkan kemajuan terhadap UMKM 3) Cara kerjasama lintas sektor evaluasi terhadap pemberdayaan UMKM Hulu Sungai Utara belum terbangun dan tidak ada jaringan yang mampu mendorong UMKM yang ada. Diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan manfaat dan gambaran awal untuk perbaikan dan strategi pengembangan, pembinaan dan komunikasi terhadap pemberdayaan UMKM di Kabupaten Hulu Sungai Utara Provinsi Kalimantan Selatan.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Pemberdayaan UMKM*

Abstract

This study aims to: 1) determine the communication strategy for empowering MSMEs carried out by the Hulu Sungai Utara Regional Government. 2) To determine the pattern of empowering MSMEs by the Hulu Sungai Utara Regional Government. 3) To determine the method of cross-sectoral cooperation in evaluating the empowerment of MSMEs in Hulu Sungai Utara. The type of research used is qualitative, namely in the initial stage the researcher conducts identification, then data collection is carried out in depth, starting from observation to compiling reports. Data collection techniques use observation, interview and documentation methods. The results of the study indicate that 1) The communication strategy for empowering MSMEs carried out by the Hulu Sungai Utara Regional Government is currently not optimal 2) The pattern of empowering MSMEs towards the Hulu Sungai Utara Regional Government is not structured and built so that it does not show progress towards MSMEs 3) The method of cross-sectoral cooperation in evaluating the empowerment of MSMEs in Hulu Sungai Utara has not been built and there is no network that is able to encourage existing MSMEs. It is hoped that this research can provide benefits and an initial picture for improvement and development strategies, coaching and communication towards empowering MSMEs in Hulu Sungai Utara Regency, South Kalimantan Province.

Keywords: *Communication Strategy, Empowerment of MSMEs*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia karena dapat menyerap tenaga kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Seperti yang dijelaskan oleh Setiawan (2017), UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak utama ekonomi lokal tetapi juga memiliki dampak sosial yang signifikan dengan menciptakan peluang kerja dan memperkuat basis ekonomi keluarga. Hal ini sangat relevan mengingat sekitar 56% angkatan kerja Indonesia bekerja di sektor UMKM, dan sektor ini menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Hidayati (2020) juga menekankan bahwa peran UMKM dalam mengurangi angka pengangguran sangat vital, terutama di daerah-daerah yang menghadapi tantangan pengurangan lapangan pekerjaan.

Namun, meskipun kontribusinya besar, UMKM di Indonesia, termasuk yang berada di Kabupaten Hulu Sungai Utara, menghadapi banyak tantangan yang menghambat kemajuan mereka. Crystal (2003) mengidentifikasi bahwa salah satu kendala terbesar bagi UMKM adalah keterbatasan dalam penguasaan teknologi dan keterbatasan akses pasar. Dalam hal ini, kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi informasi menjadi sangat penting. Hal ini juga disoroti oleh Fishman (1991) yang menyatakan bahwa adaptasi

terhadap perkembangan teknologi merupakan langkah strategis yang dapat membantu pelaku UMKM tetap bertahan di pasar yang semakin kompetitif.

Di sisi lain, Pramudya (2020) mengungkapkan bahwa pandemi COVID-19 yang berlangsung selama hampir tiga tahun memberikan dampak besar pada kondisi UMKM di Indonesia, termasuk di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Banyak pelaku UMKM yang terpaksa mengurangi skala operasional mereka bahkan menghentikan produksinya karena tidak mampu bertahan dengan pembatasan sosial dan penurunan daya beli masyarakat. Fenomena ini juga disoroti oleh Skutnabb-Kangas (2000) yang mengungkapkan bahwa sektor UMKM yang rentan, terutama yang tidak memanfaatkan teknologi secara maksimal, sangat mudah terpengaruh oleh krisis ekonomi yang tak terduga.

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Hulu Sungai Utara, tercatat pada tahun 2023 terdapat 34.380 unit UMKM, dengan produk unggulan seperti Wadai Koe, Wadai Duduitan, Gula Batu Itik, dan produk kerajinan dari bahan lokal seperti eceng gondok dan rotan. Setiawan (2017) menekankan pentingnya pengembangan produk unggulan lokal yang tidak hanya mampu bersaing di pasar domestik, tetapi juga memiliki potensi untuk diekspor. Penguatan sektor UMKM melalui pengembangan produk-produk unggulan ini sangat krusial, namun tidak dapat dipisahkan dari tantangan dalam pengelolaan usaha, terutama dalam hal permodalan dan akses pasar.

Kondisi yang dihadapi UMKM di Hulu Sungai Utara, seperti penurunan jumlah usaha, pengurangan tenaga kerja, dan kurangnya pendampingan yang berkelanjutan dari pemerintah, menuntut adanya perhatian serius dari semua pihak. Pramudya (2020) mengusulkan bahwa untuk mengatasi masalah ini, pelaku UMKM harus diberikan pelatihan mengenai manajemen keuangan, pengelolaan usaha yang efisien, serta peningkatan kemampuan dalam pemasaran digital. Pemerintah daerah perlu lebih mendalami kebutuhan UMKM dengan menyediakan fasilitas pembiayaan yang lebih mudah diakses serta pelatihan yang sesuai dengan tren pasar yang ada.

Digitalisasi industri, sebagaimana diungkapkan oleh Puspita (2020), menjadi solusi potensial bagi banyak UMKM untuk berkembang dan bersaing. Dengan transformasi digital, UMKM dapat memperluas pasar mereka, baik itu melalui platform e-commerce maupun media sosial. Kachru (1992) juga menyatakan bahwa digitalisasi membuka peluang bagi UMKM untuk terhubung dengan pasar global, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing mereka di dunia yang semakin terhubung ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali langkah-langkah strategis yang dapat diambil oleh pemerintah

daerah dan pelaku UMKM di Hulu Sungai Utara untuk menjaga keberlanjutan dan daya saing mereka, serta mendorong pemanfaatan teknologi digital dalam mengembangkan usaha mereka.

Upaya pemerintah untuk mendukung pengembangan UMKM melalui kebijakan yang mendukung digitalisasi dan pemberdayaan ekonomi lokal sangat penting, sebagaimana disarankan oleh Widyastuti (2019) yang menekankan pentingnya kebijakan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM yang bekerja di sektor UMKM. Hal ini, pada akhirnya, akan memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah dan nasional.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui strategi komunikasi pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Hulu Sungai Utara Perindustrian, perdagangan dan Koperasi sebagai penanggung jawab. (2) Untuk mengetahui pola pemberdayaan UMKM terhadap Pemerintah Daerah Hulu Sungai Utara Perindustrian, perdagangan dan Koperasi sebagai penanggung jawab. (3) Untuk mengetahui kerjasama lintas sektor evaluasi terhadap pemberdayaan UMKM Hulu Sungai Utara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Hulu Sungai Utara, serta langkah-langkah yang dapat diambil untuk mendukung keberlangsungan dan daya saing UMKM dalam menghadapi era digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara lebih komprehensif dan mendalam mengenai pengalaman, persepsi, dan pandangan informan yang terlibat dalam aktivitas bisnis UMKM.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen. Pada tahap awal, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan sejumlah informan yang sudah ditentukan sesuai dengan kriteria yang relevan dengan penelitian ini. Informan yang diwawancarai terdiri dari 10 orang yang dianggap memiliki pengetahuan atau pengalaman terkait UMKM di Kabupaten Hulu Sungai Utara, di antaranya dari pihak Pemerintah Kabupaten Hulu Sungai Utara, pelaku UMKM, serta pihak-pihak terkait lainnya seperti lembaga perbankan atau lembaga pendamping yang memiliki kompetensi dalam mendukung perkembangan UMKM. Pemilihan jumlah narasumber didasarkan pada prinsip teori saturation point yang diungkapkan oleh Flick

(2014), di mana wawancara dilakukan hingga tidak ditemukan lagi informasi baru yang relevan untuk penelitian.

Selain wawancara mendalam, observasi langsung juga dilakukan oleh peneliti untuk mengamati langsung kegiatan UMKM di lapangan. Observasi ini bertujuan untuk melihat secara langsung bagaimana pelaku UMKM mengelola usaha mereka, menggunakan teknologi dalam kegiatan bisnis, serta berinteraksi dengan pelanggan dan pihak-pihak terkait lainnya. Observasi langsung ini memberikan gambaran yang lebih utuh dan realistis mengenai kondisi riil yang dihadapi oleh UMKM di Hulu Sungai Utara. Kasius & Sarantakos (2013) menyatakan bahwa observasi langsung sangat penting dalam penelitian kualitatif karena memberikan informasi yang tidak dapat diperoleh hanya melalui wawancara, dan dapat memberikan konteks yang lebih lengkap terhadap data yang diperoleh dari wawancara.

Selanjutnya, peneliti juga akan melakukan analisis dokumen terhadap berbagai dokumen yang relevan dengan topik penelitian, seperti laporan tahunan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, kebijakan-kebijakan pemerintah daerah, serta data statistik yang mencatat perkembangan UMKM di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Analisis dokumen ini akan membantu peneliti dalam mengidentifikasi kebijakan yang telah diterapkan, serta melihat hubungan antara kebijakan tersebut dengan kondisi yang dihadapi oleh UMKM di daerah tersebut. Bowen (2009) menekankan pentingnya analisis dokumen dalam penelitian kualitatif karena dapat memberikan bukti yang sah mengenai kebijakan atau kondisi tertentu yang mempengaruhi fenomena yang sedang diteliti.

Dengan menggabungkan wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih kaya dan komprehensif mengenai kondisi UMKM di Hulu Sungai Utara. Silverman (2013) menyarankan bahwa pendekatan triangulasi data dalam penelitian kualitatif—yaitu penggunaan berbagai metode pengumpulan data—dapat memperkaya hasil penelitian dan meningkatkan validitas temuan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih utuh tentang fenomena yang sedang diteliti dan mengurangi potensi bias yang mungkin timbul dari satu sumber data saja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa temuan penting yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi dalam pemberdayaan UMKM di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Temuan-temuan ini menunjukkan adanya beberapa kendala yang perlu segera diperbaiki untuk meningkatkan efektivitas pemberdayaan UMKM dan memastikan keberlanjutan serta daya saing mereka dalam menghadapi tantangan global dan digital.

Strategi Komunikasi Pemberdayaan yang Belum Maksimal

Temuan pertama yang sangat mencolok adalah bahwa strategi komunikasi pemberdayaan UMKM yang diterapkan oleh Pemerintah Kabupaten Hulu Sungai Utara selama ini belum berjalan secara maksimal. Komunikasi antara pemerintah dan pelaku UMKM tidak terstruktur dengan baik, dan tidak ada tindak lanjut yang jelas dari setiap komunikasi yang dilakukan. Selama ini, komunikasi lebih bersifat insidental, seperti ketika ada kegiatan besar atau event yang melibatkan produk UMKM. Tidak ada program atau agenda khusus yang secara konsisten disosialisasikan kepada pelaku UMKM. Hal ini sejalan dengan temuan Tannen (2008), yang menekankan bahwa komunikasi yang tidak terstruktur dan tidak terencana dengan baik dapat menyebabkan kebingungan dan kurangnya efektivitas dalam mencapai tujuan pemberdayaan. Moser (2010) juga menunjukkan bahwa kurangnya komunikasi yang terorganisir dapat menghambat perkembangan UMKM, terutama dalam hal pengembangan produk dan pemasaran. Oleh karena itu, komunikasi yang lebih terstruktur dan berkelanjutan sangat diperlukan untuk mengoptimalkan keberhasilan pemberdayaan UMKM.

Pendapat Katz dan Kahn (1978) juga mendukung temuan ini, bahwa komunikasi yang efektif dalam organisasi sangat bergantung pada adanya umpan balik yang terstruktur serta adanya dialog yang berkelanjutan antara pihak-pihak yang terlibat. Mereka berpendapat bahwa jika komunikasi terhambat atau tidak terorganisir, maka proses koordinasi antar sektor akan berjalan kurang efisien. Dalam konteks pemberdayaan UMKM, hal ini berarti pemerintah perlu memperhatikan pentingnya komunikasi yang terencana agar program-program pemberdayaan dapat dijalankan dengan lebih efektif.

Pola Pemberdayaan yang Tidak Terarah

Temuan kedua adalah bahwa pola pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh pemerintah daerah tidak terarah dan tidak jelas. Pelaku UMKM tidak mendapatkan

bimbingan teknis, pelatihan, atau pendampingan yang memadai. Tidak ada proses yang jelas mulai dari perencanaan, pengembangan produk, hingga pemasaran. Berman (2005) menjelaskan bahwa bimbingan teknis dan pendampingan yang berkelanjutan sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam menghadapi pasar yang kompetitif. Tanpa adanya pelatihan yang fokus pada peningkatan kualitas produk, pemasaran, dan pengelolaan usaha, kemampuan UMKM untuk bersaing akan semakin terbatas. Krajewski (2012) menegaskan bahwa pemrograman pemberdayaan UMKM yang tidak terorganisir dengan baik akan mengurangi dampak positif yang dapat dihasilkan dari program tersebut. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah daerah untuk memberikan perhatian lebih pada pendampingan yang lebih intensif dan terencana.

Meyer (2012) mengungkapkan bahwa ketidakterarahan dalam pola pemberdayaan dapat menciptakan ketidakpastian di kalangan pelaku UMKM. Mereka cenderung merasa bingung dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam usaha mereka, apalagi jika tidak ada kejelasan mengenai arah dan tujuan pemberdayaan yang mereka terima. Hal ini memperburuk ketidaksiapan mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, ada kebutuhan mendesak bagi pemerintah untuk menyediakan pelatihan yang lebih terfokus dan menyusun program pemberdayaan yang jelas dan sistematis.

Kurangnya Kerjasama Lintas Sektor dalam Pemberdayaan UMKM

Temuan ketiga menunjukkan bahwa belum ada kejelasan mengenai kerjasama lintas sektor yang dapat melibatkan berbagai pihak dalam pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Minimnya komunikasi antara berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, lembaga pendukung, dan sektor swasta, membuat UMKM kesulitan dalam mengakses pasar dan mengembangkan produk mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat World Bank (2014) yang menyatakan bahwa untuk meningkatkan daya saing UMKM, perlu adanya kerjasama yang erat antara pemerintah, pelaku UMKM, dan sektor swasta untuk membangun jaringan pemasaran yang lebih luas. Lichtenthaler (2009) juga menggarisbawahi pentingnya kerjasama lintas sektor dalam rangka menciptakan peluang pasar yang lebih besar bagi produk lokal dan mempermudah UMKM untuk mengakses berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk berkembang. Tanpa adanya sinergi yang jelas, upaya pemberdayaan UMKM akan sulit tercapai.

Menurut Porter (1990), kerjasama lintas sektor menjadi kunci dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, kolaborasi antara sektor publik, swasta, dan masyarakat akan menghasilkan peningkatan kemampuan UMKM dalam mengakses

informasi, pasar, serta inovasi yang dibutuhkan untuk bertahan dalam persaingan global. Oleh karena itu, perlu ada upaya bersama untuk membangun hubungan yang lebih erat antara sektor-sektor yang terlibat dalam pemberdayaan UMKM.

Pentingnya Peningkatan Keterampilan Digital dalam UMKM

Temuan tambahan yang signifikan adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan digital di kalangan pelaku UMKM di Hulu Sungai Utara. Banyak pelaku UMKM yang belum mengoptimalkan teknologi digital dalam kegiatan operasional dan pemasaran usaha mereka. Padahal, di era yang semakin terkoneksi secara digital, pemanfaatan teknologi untuk pemasaran, pengelolaan usaha, serta transaksi secara online sangat penting. Zhao et al. (2014) menjelaskan bahwa digitalisasi adalah salah satu faktor utama yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas UMKM dalam berkompetisi di pasar global. Dengan memanfaatkan platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi keuangan, pelaku UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta mempermudah transaksi. Oleh karena itu, pelatihan tentang pemanfaatan teknologi digital sangat dibutuhkan untuk membantu UMKM beradaptasi dengan tren pasar global yang semakin bergantung pada teknologi.

Pendapat Haddon (2004) juga relevan dalam konteks ini, bahwa adopsi teknologi digital di kalangan UMKM akan meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Mengingat banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya menguasai teknologi digital, upaya untuk memberikan pelatihan dan bimbingan terkait penggunaan alat digital sangat krusial untuk memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin mengutamakan digitalisasi.

SIMPULAN

Penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Pemberdayaan UMKM Produk Lokal Masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Utara dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi komunikasi pemberdayaan Pemerintah Kabupaten Hulu Sungai Utara terhadap UMKM selama ini belum maksimal, hal ini terlihat dari tidak adanya komunikasi yang terstruktur dan terencana dengan baik dari semua pihak yang terlibat dalam pemberdayaan UMKM. Komunikasi yang terjadi hanya bersifat insidental seputar perkembangan tanpa ada tindak lanjut dari komunikasi yang dilakukan. Keterbatasan fasilitas pendukung komunikasi bagi para pelaku UMKM membuat semakin jalan ditempatnya kegiatan UMKM di daerah ini. Semua pihak

berkomunikasi secara insidental tanpa ada agenda tindak lanjut yang jelas. Keterbatasan anggaran dan tidak adanya pendanaan untuk perencanaan program pemberdayaan UMKM menjadi alasan utama dalam pembinaan UMKM di Kabupaten Hulu Sungai Utara.

2. Pola pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Hulu Sungai Utara selama yang dilakukan selama kepada pelaku UMKM sangat rendah, tidak ada bimbingan teknis, pelatihan maupun pendampingan sejak dari perencanaan hingga pemasaran terhadap produk dan pelaku UMKM. Selain itu tidak ada komunikasi terarah dan terstruktur dan tidak ada pembagian peran dan tugas yang jelas. Peningkatan kemampuan pelaku usaha dari pengolahan produk yang sesuai standar sehingga menghasilkan produk yang berkualitas untuk bisa bersaing dipasaran, belum dilakukan dengan maksimal oleh pemerintah daerah, demikian juga dengan manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Selama ini UMKM menjalan usahanya dengan mandiri dan masih belum dikelola dengan professional. Pengelolaannya masih berupa industry rumahan yang besaran produksi tergantung modal yang tersedia dan pasar yang menerima.
3. Belum ada kejelasan bagaimana kerjasama lintas sector yang sudah dan akan dilibatkan dalam pemberdayaan dan pengembangan UMKM yang ada di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Dalam hal ini belum ada kejelasan dari pemerintah Kabupaten Hulu Sungai Utara sendiri terkait kejelasan tugas masing masing pihak, misalnya siapa yang bertugas meningkatkan kapasitas SDM, siapa dan bagaimana penyediaan modal dan pengelolaannya serta bagaimana menemukan pasar dan menjalin kerjasama dengan pelaku usaha pada pasar tradisonal maupun pasar modern. belum ditentukan dan dibuatnya media yang digunakan untuk mempromosikan dan mempublikasikan semua produk UMKM.

Dari kesimpulan yang didapatkan melalui penelitian ini dapat dipastikan bahwa komunikasi yang tidak terstruktur dan tidak terarah dapat dipastikan menjadi salah satu penyebab tidak berkembang dan tidak majunya UMKM di kabupaten Hulu Sungai Utara. Pemberdayaan yang tidak maksimal, tidak partisipatif dan tidak intensif juga merupakan salah satu factor yang menghambat. Demikian juga dengan tidak jelasnya pembagian peran yang diberikan kepada semua unsure yang terlibat dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM di kabupaten Hulu Sungai Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2018). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Berman, E. (2005). *Small business management: An entrepreneurial emphasis* (9th ed.). Prentice Hall.
- Crystal, D. (2003). *English as a global language* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Edward Ednawan Halim. (2020). *Strategi stakeholder relations pengelola centra UMKM Rumah Dolly Saiki Point Surabaya*. Retrieved from <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi>
- Fishman, J. A. (1991). *Reversing language shift: Theoretical and empirical foundations of assistance to threatened languages*. Multilingual Matters.
- Grice, H. P. (2004). *Studies in the way of words*. Harvard University Press.
- Haddon, L. (2004). *Information and communication technologies in everyday life: The national and the international in the information society*. Palgrave Macmillan.
- Hermawan Agus. (2017). *Komunikasi pemasaran*. Erlangga.
- Herna. (2023). *Strategi komunikasi pemasaran Jakarta Enterpreuner dalam memasarkan produk UMKM*. Retrieved from <https://e-jurnal.id>
- Hutomo, M. Y. (2018). *Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi: Tinjauan teoretik dan implementasi*. Makalah. Disampaikan pada Seminar Sehari Pemberdayaan Masyarakat di Bappenas.
- Kachru, B. B. (1992). *The other tongue: English across cultures*. University of Illinois Press.
- Kennedy, S. (2016). *Marketing communication: Taktik dan strategi*. Buana Populer kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Krajewski, L. J. (2012). *Operations management: Processes and supply chains* (10th ed.). Pearson.
- Lichtenthaler, U. (2009). *Open innovation in practice: An analysis of the impacts on innovation success*. *Long Range Planning*, 42(3), 318–338.
- Meyer, M. (2012). *The theory of innovation in small and medium-sized enterprises (SMEs)*. *Business and Economic Journal*, 9(2), 20–29.
- Misnan. (2022). *Strategi komunikasi bisnis HIPMIKINDO dalam mensinergikan sumberdaya akademisi dan pelaku UMKM*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 226–241. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1722>
- Moser, C. A. (2010). *Survey methods in social investigation* (2nd ed.). University of California Press.
- Onong Uchjana Effendy. (2018). *Dinamika komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- Pramudya, S. (2020). Dampak globalisasi terhadap bahasa Indonesia di kalangan remaja. *Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 7(3), 45–58.
- Puspita, E. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pelestarian bahasa dan budaya Indonesia di era digital. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 5(2), 115–128.
- Setiawan, A. (2017). Kebijakan pemerintah dalam pengembangan bahasa Indonesia di era global. *Jurnal Kebijakan Bahasa*, 4(2), 98–110.
- Skutnabb-Kangas, T. (2000). *Linguistic genocide in education--or worldwide diversity and human rights?* Lawrence Erlbaum Associates.
- Tannen, D. (2008). *The handbook of discourse analysis*. Wiley-Blackwell.
- Trijono, R. (2015). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Paps Sinar Mandiri.
- Widya Yusti Atlisiaji. (2021). Strategi komunikasi pemasaran pada UMKM Magetan Bamboo Craft di Kabupaten Magetan dalam mengembangkan usahanya. Retrieved from <https://jurnal.civiliza.org>
- World Bank. (2014). *Unlocking the potential of small and medium enterprises in developing countries*. World Bank Publications.
- Zhao, L., et al. (2014). Digital transformation and small business competitiveness in the information age. *International Journal of Business Information Systems*, 14(4), 360–378.