

**STRATEGI KOMUNIKASI FATAYAT NU KECAMATAN KESUGIHAN
SEBAGAI PELAKU UMKM**



SKRIPSI

**Diajukan Ke pada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K. H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)**

**Oleh:
Najaturohmah
NIM. 2017102239**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Najaturohmah
NIM : 2017102239
Jenjang : S-1
Fakultas / Jurusan : Dakwah / Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan Bahwa naskah skripsi dengan judul **Strategi Komunikasi Fatayat NU Kecamatan Kesugihan sebagai pelaku UMKM** secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan merupakan hasil karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam bentuk Daftar Pustaka.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apa bila dikemudian hariterdapat bukti ketidak benaran atas pernyataan ini, maka penulis akan bertanggung jawab sepenuhnya.

Purwokerto 08 Oktober 2024
Menyatakan



Najaturohmah
NIM 2017102239



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI KOMUNIKASI FATAYAT NU KECAMATAN KESUGIHAN
SEBAGAI PELAKU UMKM**

Yang disusun oleh Najaturohmah NIM. 2017102239 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Jumat tanggal 16 Oktober 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** dalam **Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Sekretaris Sidang/Penguji II

Ageng Widodo, M. A
NIP. 199306222019031015

Turchamun, M. S. I
NIP. 19870202201903 1 011

Penguji Utama

Dra. Amirotn Sholikhah, M. Si
NIP. 19651006 199303 2 002

Mengesahkan,
Purwokerto, 16 Oktober 2024
Wakil Dekan I,



Dr. Alimad Muttaqin, M. Si
NIP. 197911152008011018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaizu.ac.id

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di tempat

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi, maka saya sampaikan bahwa naskah skripsi dari:

Nama : Najaturohmah

NIM : 2017102239

Fakultas : Dakwah

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Fatayat NU Kecamatan Kesugihan sebagai pelaku UMKM

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan trimakasih

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Purwokerto, 08 Oktober 2024
Pembimbing

Ageng Widodo, M.A
NIP. 199306222019031015

Strategi Komunikasi Fatayat NU Kesugihan Sebagai Pelaku UMKM

Najaturohmah

2017102239

najahanugrah@gmail.com

ABSTRAK

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi antar dua pihak atau lebih. Komunikasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk verbal, non verbal, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah. Komunikasi mempunyai factor penting dalam sebuah organisasi. Oleh karena itu Strategi Komunikasi dianggap penting dalam suatu Organisasi atau Kelompok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan Fatayat NU Kesugihan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Perempuan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Fatayat NU Kecamatan Kesugihan sebagai pelaku UMKM. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan jenis pendekatan Deskriptif. Melakukan Teknik Pengumpulan data dengan cara Wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Dengan dilanjutkan analisis data menggunakan Teknik Reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini yaitu, Strategi Komunikasi Fatayat NU Kesugihan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM adalah dengan menentukan komunikator, mengenal khalayak, menyusun pesan, memilih media, menentukan tujuan dan efek yang akan di capai, menggunakan bujukan, menggunakan publisitas, *strategi of image*, menggunakan pendekatan argumen. Sementara itu program kegiatan Fatayat NU Kesugihan dalam meningkatkan Kapasitas pelaku UMKM Perempuan yaitu dengan mengadakan pelatihan pengepakan produk, pembuatan abon lele, kajian perempuan untuk meningkatkan UMKM, dan mengikuti Bazar-bazar.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Fatayat NU, UMKM

Communication Strategy of Fatayat NU Kesugihan Sub-district as an MSME actor

Najaturohmah

2017102239

najahanugrah@gmail.com

ABSTRACT

Communication is the process of conveying information between two or more parties. Communication can occur in various forms of verbal, non-verbal, body language, and facial expressions. Communication has an important factor in an organization. Therefore Communication Strategy is considered important in an Organization or Group. This study aims to determine how the Communication Strategy carried out by Fatayat NU Kesugihan to increase the capacity of female MSME actors.

This study aims to determine how the communication strategy of Fatayat NU Kesugihan District as an MSME actor. This research uses Qualitative research methods with a Descriptive approach. Conducting data collection techniques by means of interviews, observations and documentation. Followed by data analysis using data reduction techniques, data presentation, and conclusion drawing.

The results of this study, namely, the Communication Strategy of Fatayat NU Kesugihan in increasing the capacity of MSME actors is to determine the communicator, recognize the audience, compile messages, select media, determine the objectives and effects to be achieved, use persuasion, use publicity, image strategy, use an argument approach. Meanwhile, the Fatayat NU Kesugihan activity program in increasing the capacity of women MSME players is by holding product packing training, making shredded catfish, women's studies to increase MSMEs, and participating in bazaars.

Keywords : Communication Strategy, Fatayat NU, MSME

MOTTO

“Jauh lebih baik kehilangan sesuatu untuk tuhan dari pada kehilangan tuhan untuk mendapatkan sesuatu”

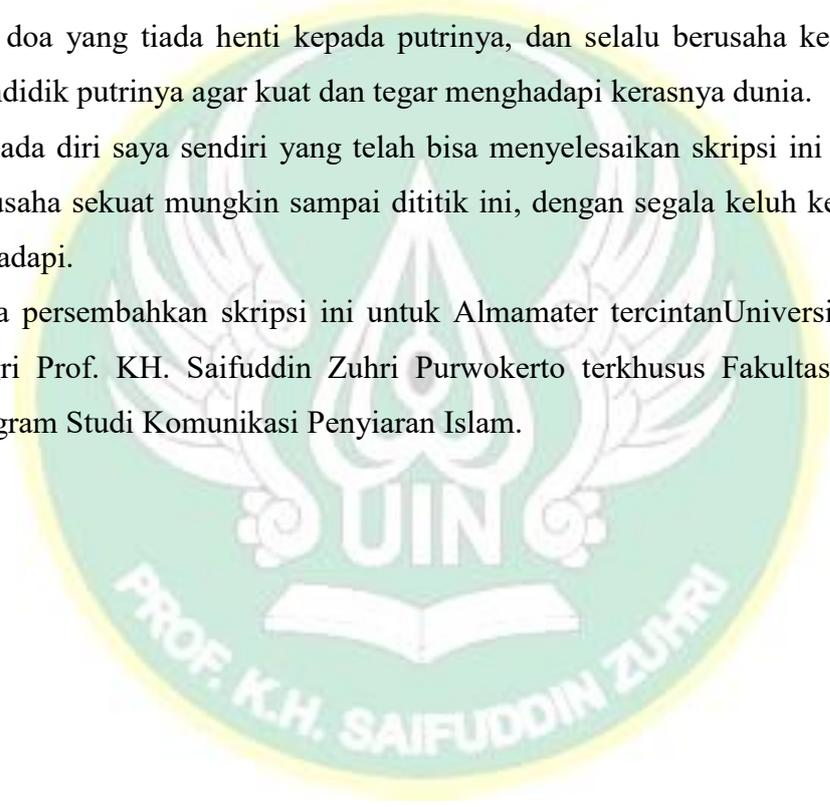
(Mufti Menk)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berlimpahnya rahmat, nikmat, serta yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran untuk hamba-hambanya termasuk memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini ditulis oleh penulis sebagai ucapan terima kasih kepada semua pihak yang senantiasa memberikan energipositif kepada penulis. Oleh karena itu persembahkan skripsi ini untuk:

1. Kepada kedua Orang tua tercinta, yang selalu memberikan kasih sayang dan doa yang tiada henti kepada putrinya, dan selalu berusaha keras untuk mendidik putrinya agar kuat dan tegar menghadapi kerasnya dunia.
2. Kepada diri saya sendiri yang telah bisa menyelesaikan skripsi ini dan telah berusaha sekuat mungkin sampai dititik ini, dengan segala keluh kesah yang di hadapi.
3. Saya persembahkan skripsi ini untuk Almamater tercintan Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto terkhusus Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, hidayah dan karunianya kepada setiap hambanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Fatayat NU Ksugihan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Perempuan” yang merupakan tugas akhir sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada nabi agung kita baginda Rasullulloh Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya. Smoga kita semua mendapatkan syafaat dan petunjuknya di hari akhir nanti. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kesulitan dan banyaknya kekurangan. Namun karena adanya dukungan, motivasi bimbingan, dukungan, bantuan dan saran dari segala pihak, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini . dengan hal ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan trimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto beserta jajarannya.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad Muttaqin, M.Si., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Alief Budiyo, M. Pd., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah UIN prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Nawawi, M. Hum., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah UIN prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatusolihah, m. a., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah UIN prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dady Riadin Saputro, M.I.Kom., Koordinasi Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Ageng Widodo, M.A., selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan arahan dalam setiap bimbingan, sehingga dapat membantu proses pengerjaan skripsi dengan baik dan selesai.
9. Imam Alfi, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik KPI E 2020 yang telah memberikan motivasi dan masukan.
10. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah, program studi Komunikasi Penyiaran Islam yang telah memberikan waktu dan ilmunya selama perkuliahan.
11. Orang tua tercinta, Bapak Wasimin Akhamd Nursodik dan Mamah Masroah yang senantiasa memberikan do'a kepada putrinya dan memberikan motivasi untuk selalu berusaha dan tetap semangat dalam mengerjakan skripsi.
12. Teman-temanku "Info Antem-anteman" yang selalu memberikan semangat dan menyemangati satu sama lain dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman seperjuangan KPI E yang selalu kebersamai dari Semester satu sampai sekarang ini, saling mendo'akan dan memberi dukungan satu sama lain. Trimakasih atas kenangan dan pengalamannya.
14. Pemilik NIM 2017102211 yang telah kebersamai penulis disetiap harinya yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi, trimakasih telah menjadi rumah tempat berkeluh kesah, menjadi pendengar yang baik, dan banyak berkontribusi dalam penulisan skripsi ini.
15. Untuk diri saya sendiri Najaturohmah, Trimakasih telah berjuang sampai dititi ini. Menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan skripsi ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikanya sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri saya sendiri.
16. Semua pihak yang tidak tercantum namanya saya ucapkan trimakasih yang sebesar-besarnya.

Purwokerto, 05 Oktober 2024

Najaturohmah
2017102239

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Peneganan Istilah	6
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Kajian Pustaka	10
G. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Strategi Komunikasi.....	14
B. Fatayat Nu.....	24
C. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	27
D. UMKM yang dikelola Oleh Perempuan	32

BAB III.....	34
METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan jenis penelitian	34
B. Sumber Data	35
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	35
D. Metode Pengumpulan Data	36
E. Metode Analisis Data	38
BAB IV	40
PEMBAHASAN DAN HASI PENELITIAN	40
A. Gambaran Umum Fatayat Nu Kecamatan Kesugihan.....	40
1. Fatayat NU Kecamatan Kesugihan	40
2. Visi dan Misi Fatayat NU Kecamatan Kesugihan	41
3. Tujuan Fatayat NU	41
B. Gambaran Umum Pelaku UMKM Perempuan.....	42
1. Usaha Sabun Cair (Fat Clean)	45
2. Abon Lele	47
3. Telor Asin.....	48
4. Makanan Ringan (Fod Elfaty)	49
C. Program Kegiatan Fatayat NU Kecamatan Kesugihan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Perempuan.	51
1. Kajian Perempuan Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM Perempuan yang Tangguh, Mandiri dan Kekinian	51
2. Pelatihan kemasan produk UMKM Fatayat NU Kesugihan	52
3. Bazar UMKM	53
4. Pelatihan Pembuatan Abon Lele.....	54

D. Strategi Komunikasi Fatayat NU Kecamatan Kesugihan sebagai pelaku UMKM.....	55
1. Menentukan Komunikator	56
2. Menetapkan Khalayak.....	57
3. Menyusun Pesan	58
4. Memilih Media.....	59
5. Efek yang dituju	60
6. Strategi menggunakan Bujukan	62
7. Strategi Menggunakan Publisitas	63
8. <i>Strategi of image</i>	65
9. Strategi Menggunakan Pendekatan Argumen.....	66
BAB V.....	68
PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : UMKM Sabun Cair	46
Gambar 2 : UMKM Abon Lele	48
Gambar 3 : UMKM Makanan Ringan	50
Gambar 4 : Kegiatan kajian Perempuan untuk meningkatkan UMKM Perempuan	62
Gambar 5 : Pelatihan kemasan produk	63
Gambar 7 : Pelatihan pembuatan Abon lele	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi	72
Lampiran 2 Hasil Wawancara	76
Lampiran 3 Dokumentasi Observasi Dan Wawancara.....	85
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup.....	88



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Setiap orang pasti melakukan komunikasi untuk berinteraksi antara individu dengan individu lainnya, individu dengan kelompok dan komunikasi antar kelompok dengan kelompok yang lain. Komunikasi sebagai salah satu aspek penting bagi anggota organisasi memerlukan perhatian dan perencanaan yang baik dari pimpinan manajemen. Oleh karena itu, dibutuhkan pengelolaan informasi yang baik dengan strategi komunikasi yang tepat sebagai langkah untuk mencapai tujuan organisasi.¹

Komunikasi yang dimaksud adalah proses penyampaian informasi antar dua pihak atau bias lebih. Komunikasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk verbal, non verbal, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah. Komunikasi mempunyai factor penting dalam sebuah organisasi. Karena adanya struktur organisasi, pengembangan organisasi, dan strategi komunikasi organisasi. Oleh sebab itu keberhasilan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Jadi organisasi ini tidak bisa berdiri sendiri tanpa adanya komunikasi. Secara umum komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator, atau yang disebut orang pertama, kepada komunikan, orang kedua atau penerima pesan secara langsung ataupun melalui media massa.

Komunikasi tidak hanya perihal menyampaikan dan menerima sebuah pesan saja tetapi komunikasi juga menyangkut keterbukaan menguasai kemampuan diri dalam mengolah suatu kepribadian ketika bersosialisasi. Pada hakikatnya sebagian besar kepribadian manusia akan terwujud dengan adanya integrasi sosial antar sesama dalam suatu kelompok ataupun masyarakat sekitar. Oleh karena itu, kita perlu melihat suatu hal yang harus kita ketahui

¹ Effendy, O. U. (2017). Ilmu komunikasi: Teori dan praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

dalam berkomunikasi dengan orang lain, karena setiap manusia mempunyai karakter pribadi yang berbeda-beda.

Selanjutnya maksud dari strategi adalah mengemukakan, bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Bagaimana langkah-langkah atau cara-cara untuk memperoleh suatu tujuan tertentu agar tujuan tersebut dapat tercapai dengan benar. Strategi juga dapat dikatakan sebagai perencanaan untuk menggerakkan sesuatu dengan harapan mendapatkan hasil yang diharapkan.

Rogers dalam Canggara mmengatakan bahwa maksud dari strategi komunikasi adalah sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala besar melalui transfer ide-ide baru. Dalam menjalankan strategi komunikasi, seluruh proses komunikasi harus dipahami sebagai proses mentransformasikan pesan di antara kedua belah pihak. Kedua pihak memiliki kepentingan di dalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu dengan yang lainnya, oleh karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat di dalam proses komunikasi.²

Sedangkan menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet di dalam karya bukunya yang berjudul *Techniques for effective communication* sebagaimana dikutip Onong Efendy bahwa strategi komunikasi memiliki tiga tujuan, yaitu (*to secure understanding*) memberikan dan memastikan pesan diterima oleh komunikan, komunikaor hendaknya menggunakan tata bahasa dalam menyampaikan pesan yang mudah dimengerti komunikan, (*to establish acceptance*) membina penerimaan pesan, hal ini harus dilakukan setelah komunikan menerima dan mengerti pesan yang disampaikan, (*to motivate action*) memotivasi kounikan agar melakukan sesuatu seperti yang diharapkan komunikator sesuai.³

² Sitti Roskina Mas, Ikhfan Haris. "Komunikasi Dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi)". UNG Press Gorontalo. 2020. Hal. 8-10

³ Abd Rasyid. "Perubahan Sosial dan Strategi Komunikasi". (Wade Group: Makassar). Hal 58

Strategi komunikasi adalah gabungan, rancangan dan manajemen komunikasi untuk pencapaian suatu tujuan. Menurut Middleton, yang menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan perpaduan terbaik dari seluruh komponen yang terdapat pada komunikasi seperti pengirim pesan, pesan, perantara (media), penerima dan pengaruh (efek) yang disusun untuk mewujudkan tujuan komunikasi yang optimal. Sedangkan menurut Achmad, strategi komunikasi adalah rencana untuk mengubah perilaku audiens dengan memberikan berbagai ide atau gagasan dalam skala yang luas.⁴

Dapat dikatakan komunikasi efektif apabila komunikasi tersebut mampu membawakan hasil yang sesuai dengan harapan. Dalam konteks komunikasi, perlu adanya strategi komunikasi untuk mendukung kekuatan pada pesan yang disampaikan sehingga mampu menandingi seluruh kekuatan pesan yang ada, khususnya dalam hal menyempurnakan efektifitas komunikasi. Dalam merancang strategi komunikasi perlu adanya suatu pemikiran dengan mempertimbangkan faktor-faktor penghambat dan pendukung serta komponen-komponen komunikasi, seperti faktor kerangka referensi, faktor situasi dan kondisi, memilih media yang tepat untuk berkomunikasi, tujuan pesan komunikasi dan peran seorang komunikator dalam komunikasi.

Pada dasarnya, komunikasi digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi serta kebutuhan organisasi atau kelompok dalam hal apapun. Komunikasi sangat penting dalam mengendalikan sikap para anggota dengan berbagai cara. Komunikasi dapat memberikan dorongan serta motivasi dengan cara menyampaikan kepada para anggotanya terkait hal apa saja yang harus dilakukan, apakah intruksi yang telah dibicarakan dapat diterima dengan jelas dan dapat dilaksanakan dengan benar, bagaimana keluhan dan kesulitan yang dialami para anggota kelompok, bagaimana hasil yang telah dikerjakan oleh

⁴ Abd Rasyid. "Perubahan Sosial dan Strategi Komunikasi". (Wade Group: Makassar). Hal 58

para anggota, dan tindakan apa yang harus dilakukan agar kinerja dalam suatu kelompok dapat berjalan lebih sempurna sesuai dengan standarnya.⁵

Di negara kita ini ada organisasi sosial kemasyarakatan dan keagamaan (*ormas*), salah satu ormas terbesar yang ada di negara kita yaitu Nahdatul Ulama atau yang sering kita bilang NU. NU atau Nahdatul Ulama merupakan organisasi yang di gerakan dari ulama-ulama islam di Indonesia yang di berdirikan oleh K. H Wahid Hasyim Asy'ari dari Jombang Jawa Timur. Dengan memegang teguh pada ajaran islam dan memelihara semangat ahlu Sunnah wal jamaah, NU berhasil mengajak persatuan dan kesatuan umat islam Indonesia.

Fatayat NU adalah badan otonom di bawah naungan Nahdlotul Ulama untuk kalangan Perempuan Muda yang berdiri di Surabaya pada tanggal 24 april 1950 H. Fatayat NU ada untuk membantu berbagai macam persoalan yang dihadapi perempuan dan kebutuhan untuk mengembangkan potensi dan juga sumber daya perempuan. Maka disinilah, Fatayat NU memiliki dua dimensi secara bersamaan, yaitu sebagai instrument kaderisasi NU di satu sisi dan sebagai gerakan perempuan di sisi yang lain, tentu dua dimensi ini tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

Fatayat Nu merupakan organisasi kemasyarakatan yang memiliki potensi besar bagi perubahan masyarakat tak kecuali di sektor ekonomi. Fatayat Nu Kesugihan mencoba meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui sektor ekonomi karena potensi fatayat yang ada di Cilacap cukup besar. Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah, memiliki potensi besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan kualitas UMKM di wilayah ini dan karena oleh itu Fatayat Nu kabupaten cilacap ikut serta meingkatkan kapasitas pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Cilacap. Pemerintah Kabupaten Cilacap telah menyediakan berbagai program pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM. Pelatihan

⁵ Robert Tua Siregar, dkk. "Komunikasi Organisasi" (CV. Widia Media Utama; Bandung 2020) hal 2-4

ini mencakup aspek manajemen, kewirausahaan, pengembangan produk, hingga pemasaran. Selain itu, pemerintah juga memfasilitasi UMKM untuk terhubung dengan lembaga keuangan guna mendapatkan akses permodalan yang lebih mudah. Fatayat Nu Kesugihan mengikuti tinjauan dari pemerintah Kabupaten Cilacap untuk membantu peningkatan kualitas UMKM Perempuan.

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, peran perempuan dalam dunia usaha dan ekonomi semakin diakui dan diperhitungkan. Hal ini juga terjadi di Indonesia, dimana perempuan memiliki kontribusi yang signifikan dalam pengembangan Umkm. Namun, masih terdapat berbagai kendala yang dihadapi oleh pelaku UMK perempuan, seperti keterbatasan akses terhadap informasi, modal, dan jaringan bisnis.

Fatayat NU Kesugihan adalah salah satu contoh organisasi pemberdaya perempuan yang bisa mendengarkan dan menanggapi masalah yang ada dalam perempuan. Fatayat perdaerah mempunyai keunikan atau ciri khasnya sendiri, dan untuk Fatayat NU Kesugihan yaitu memiliki SDM Perempuan yang banyak terjun dalam bidang UMKM. Fatayat NU Kesugihan tidak sendiri dalam meningkatkan UMKM yang ada di Kesugihan. Mereka bekerja sama dengan beberapa pihak yang berkaitan dengan UMKM. Karena keaktifannya dalam pengelolaan UMKM Fatayat NU Kesugihan selalu di tarik oleh Dinas UMKM Kabupaten Cilacap untuk ikut serta dalam meningkatkan UMKM yang ada di Kabupaten Cilacap.

Fatayat NU Kesugihan meningkatkan kualitas UMKM Perempuan yang ada di Kecamatan Kesugihan dimulai dari anggota Fatayat NU Kesugihan. Peningkatan kualitas UMKM Perempuan ini dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan untuk membantu Perempuan muda Nahdlatul Ulama dalam meningkatkan UMKM yang dimiliki oleh anggota Fatayat NU Kesugihan.

Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMK perempuan adalah melalui penerapan strategi komunikasi yang efektif. Dalam konteks ini, Fatayat NU sebagai organisasi yang memiliki jaringan luas dan pengaruh yang besar di masyarakat, memiliki potensi untuk

menjadi mitra strategis dalam upaya meningkatkan kapasitas pelaku UMK perempuan.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi yang digunakan oleh Fatayat NU Kecamatan Kesugihan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMK perempuan.

B. Peneganan Istilah

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah sebuah ide yang dirancang untuk merubah tingkah laku manusia dalam cangkupan yang lebih melalui ide-ide baru. Sedangkan menurut Middleton strategi komunikasi adalah perpaduan terbaik dari elemen-elemen komunikasi dan komunikator, pesan, pengaruh (*efek*) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi sesuai yang diharapkan.⁶

Strategi secara umum adalah perencanaan (*planning*) dan pengelolaan (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak bisa menjadi jalan yang hanya menunjukkan arah tujuan. Demikian pula dengan strategi komunikasi merupakan perpaduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan.⁷ Agar bisa menggapai tujuan tersebut komunikasi harus bisa mampu menunjukkan tentang bagaimana oprasionalnya dan harus dilakukan pendekatan (*approach*), bisa berbeda sewaktu-waktu karena bergantung pada situasi dan kondisi.⁸

Strategi merupakan sebuah perencanaan, pada dasarnya strategi atau perencanaan yaitu tindakan yang dikerjakan secara sadar dan berkelanjutan kemudian diolah untuk menentukan alternatif terbaik dari

⁶ Ida Suryani Widjaya, Perencanaan Dan Strategi Komunikasi,

⁷ Onong uchjana Effendi. Ilmu, Teori, & Filsafat Komunikasi. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), Hal. 300

⁸ Onong uchjana Effendi. Ilmu, Teori, & Filsafat Komunikasi. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), Hal. 301

beberapa alternatif yang ada dengan maksud terwujudnya suatu tujuan. Sedangkan kata komunikasi, berasal dari bahasa latin communis yang memiliki arti menciptakan kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari kata dasar communico yang artinya berbagi. Dengan kata lain, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan atau informasi yang dikirimkan oleh sumber pengirim kepada penerima yang bertujuan untuk memberi perubahan pada perilaku mereka.

Strategi yang dimaksud yaitu adalah cara atau rencana yang dirancang untuk mengirimkan pesan kepada audiens dengan tujuan tertentu. Strategi ini dapat mencakup berbagai pendekatan untuk memastikan pesan disampaikan secara efektif dan efisien. strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan, manajemen atau taktik yang telah dirancang secara maksimal dengan memperhatikan beberapa elemen komunikasi, mulai dari seseorang yang menyampaikan pesan, seseorang yang menerima pesan, media yang dijadikan sebagai sarana komunikasi, sampai pada pengaruh yang dibentuk agar komunikasi dapat berjalan efektif dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Fatayat NU

Fatayat NU merupakan salah satu organisasi perempuan dibawah naungan organisasi Islam terbesar di Indonesia yaitu Nahdlatul Ulama (NU), dan menjadikan NU sebagai induk organisasi. Oleh karena itu, Fatayat NU memiliki prinsip keorganisasian yang sama dengan NU yaitu berpegang teguh kepada doktrin toleransi, akomodatif dan berupaya memperjuangkan tradisi pengamalan dan pemahaman ajaran Islam yang sesuai dengan budaya Indonesia. Organisasi NU bergerak dalam bidang pendidikan, politik dan sosial yangb menganut paham Ahlussunnah Wal Jamaah begitupun Fatayat NU.

Fatayat NU yang dimaksud merupakan organisasi perempuan yang bernaung dibawah Nahdlatul Ulama.Organisasi ini dibentuk sebagai bentuk respon NU terhadap kaum perempuan supaya mendapatkan

tambahan wawasan dan pendalaman agama. Adapun landasan perjuangan kader wanita NU yaitu: memberikan hak yang sama kepada kaum wanita, laki-laki dan perempuan mempunyai kewajiban bersama dalam menegakkan syariah Islam dan mentaati segala yang diperintahkan oleh Allah, serta perjuangan ormas wanita NU Selain itu, program kerja yang diarahkan untuk meningkatkan sumber daya kaum wanita diberbagai sektor kehidupan, seperti dalam bidang sosial, budaya, ekonomi, kesehatan, hubungan luar negeri, olahraga dan kesehatan serta kegiatan penelitian.

2. UMKM Perempuan

UMKM merupakan sebuah singkatan dari usaha mikro kecil dan menengah yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM Perempuan yang dimaksud adalah usaha mikro kecil dan menengah yang dikelola oleh seorang perempuan, dan dalam hal tersebut memanfaatkan tenaga kerja dari seorang perempuan Fatayat Nu Cilacap.

Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah, memiliki potensi besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan kualitas UMKM di wilayah ini dan karena oleh itu Fatayat Nu kabupaten cilacap ikut serta meningkatkan kapasitas pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Cilacap. Pemerintah Kabupaten Cilacap telah menyediakan berbagai program pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM. Pelatihan ini mencakup aspek manajemen, kewirausahaan, pengembangan produk, hingga pemasaran. Selain itu, pemerintah juga memfasilitasi UMKM untuk terhubung dengan lembaga keuangan guna mendapatkan akses permodalan yang lebih mudah.

Fatayat Nu mengikuti tinjauan dari pemerintah Kabupaten Cilacap untuk membantu peningkatan kualitas UMKM Perempuan. Fatayat Nu Kecamatan Kesugihan juga membimbing para ibu muda pelaku UMKM untuk mengembangkandesain dan kemasan produk yang lebih menarik

melaalui pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh Fatayat Nu Kecamatan Kesugihan. Selain itu Fatayat Nu Kecamatan Kesugihan juga mendorong UMKM Perempuan untuk memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produknya. Kemitraan antara UMKM dan perusahaan besar atau korporasi juga terus diperkuat. Beberapa UMKM di Cilacap telah berhasil menjadi pemasok bagi perusahaan besar, sehingga dapat meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produknya.

C. Rumusan Masalah

Mengenai pemaparan latar belakang masalah tersebut, maka yang akan menjadi pembahasan pokok masalah penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Fatayat NU Kecamatan Kesugihan sebagai pelaku UMKM?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas peneliti mempunyai tujuan diantaranya:

1. Mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Fatayat NU Kecamatan Kesugihan sebagai pelaku UMKM

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian di atas diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun kritis.

1. Secara Teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang strategi komunikasi, UMKM dan keorganisasian.
2. Secara Praktis, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk Fatayat NU itu sendiri dan juga bisa menjadi bahan rujukan untuk mahasiswa dan mahasiswi fakultas dakwah khususnya mahasiswa jurusan komunikasi penyiaran islam (KPI) dan juga para tokoh pelaku organisasi.

F. Kajian Pustaka

Pada penelitian ini, penulis merujuk beberapa karya ilmiah seperti skripsi yang terdahulu, dan memiliki keterkaitan tema sesuai permasalahan yang akan diteliti, sebagai bahan pertimbangan, acuan, dan dalam rangka untuk menghindari plagiasi, beberapa literatur yang dimaksud antara lain :

Hasil penelitian dari Ana Nurul aini retna anggitaningsih dengan judul *Kontribusi pemerintah desa pada UMKM Perempuan di desa Karangpranti kecamatan pajarakan kabupaten probolinggo*. Penelitian ini menjelaskan bahwa kontribusi Pemerintah Desa pada UMKM perempuan di Desa Karangpranti Kecamatan Pajarakan Kabupaten Probolinggo, dan bagaimana dampak kontribusi Pemerintah Desa pada UMKM perempuan di Desa Karangpranti Kecamatan Pajarakan Kabupaten Probolinggo. Desa Karangpranti Kecamatan Pajarakan Kabupaten Probolinggo termasuk salah satu desa yang pemerintah desanya memberikan kontribusi pada UMKM perempuan yang ada di Desa. Pemerintah desa dalam kontribusinya memiliki alasan karena di desa Karangpranti ada UMKM yang didirikan dan dikelola oleh perempuan. Dimana UMKM perempuan tersebut perlu dibina dan diberdayakan dengan tujuan untuk menjadikan UMKM yang tangguh dan mampu bersaing dengan UMKM lain dan berpeluang untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitarnya sehingga dapat menopang ekonomi desa yang baik yang bisa mensejahterakan perekonomian masyarakatnya. Persamaan antara peneliti dan peneliti sebelumnya adalah metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dan subjek yaitu umkm perempuan. Dan perbedaan penelitian ini terletak pada objeknya yaitu kontribusi pemerintah desa sedangkan pada penelitian ini objek penelitian yaitu strategi komunikasi.

Hasil penelitian dari siska nur indah sari yang berjudul *Strategi komunikasi pemimpin fatayat nu ranting desa sumbang wetan dalam membentuk kader militan*. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan Fatayat NU Ranting Desa Sambeng Wetan dalam upaya membentuk kader-kader yang militan.

Dilakukan menggunakan teori Harold D. Lasweel yaitu teori Strategi Komunikasi guna mendeskripsikan kegiatan berkomunikasi melalui cara menjawab beberapa pertanyaan “siapa” (*who say*), “pesan apa” (*says what*), “media apa” (*in which channel*), “siapa komunikasinya” (*to whom*) dan “efek komunikasinya” (*whit what effect*). Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek yaitu strategi komunikasi. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek yaitu peneliti sebelumnya subjek penelitiannya membentuk kader militan sedangkan penulis subjek penelitiannya yaitu umkm perempuan.

Jurnal dari Icuik Rangga Bawono Ratno Purnomo mahasiswa Universitas Jendral Soedirman dengan judul *The influence of effective communication strategy on consciousness and umkm taxpayer compliance* penelitian ini menjelaskan untuk mengembangkan model sejarah kepatuhan wajib pajak daerah berdasarkan strategi komunikasi. Beberapa faktor anteseden yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi yang efektif, pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan kemauan untuk patuh. Strategi komunikasi yang efektif memiliki beberapa komponen penting, kontinuitas penyampaian informasi, penggunaan media cetak yang tepat, ketepatan dan relevansi informasi yang disampaikan, dan kebutuhan wajib pajak. Persamaan antara peneliti dengan penulis ada pada objek yaitu strategi komunikasi. Dan perbedaan penelitian ini dengan penulis terdapat pada subjek dan metode penelitian, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penulis dengan metode penelitian kualitatif. Subjek yang diguakan oleh peneliti yaitu wajib pajak sedangkan penulis menggunakan subjek UMKM Perempuan.

Jurnal dari Afiya Sultana dosen fakultas bisnis administrasi University of Science and Technology yang berjudul *Promoting Women's Entrepreneurship through SME: Growth and Development in the context of Bangladesh* penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran umum tentang wirausaha perempuan di Bangladesh dan pertumbuhan situasi pertumbuhan melalui UKM. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini

adalah profil sosio-demografi pengusaha perempuan, jenis-jenis wirausaha yang dimiliki perempuan, prosedur regulasi, pelatihan dan pengembangan kapasitas dan pengembangan sumber daya manusia melalui pemberdayaan perempuan. Studi ini juga berfokus pada peran UKM dalam mempromosikan wirausaha perempuan. Persamaan penelitian ini terletak pada subjeknya yaitu UMKM Perempuan. Perbedaan antara peneliti dengan peneliti sebelumnya terletak pada objek, objek peneliti sebelumnya yaitu mempromosikan kewirausahaan perempuan, sedangkan penulis strategi komunikasi.

Hasil penelitian dari Misnan Misnan dan Rezzi Nanda Nanda Barizki dengan judul *Strategi Komunikasi Bisnis Hipmikindo Dalam Mensinergikan Sumber Daya Akademisi dan pelaku UMKM*. Penelitian ini menyatakan bahwa pelaku UMKM dan akademisi merupakan hal yang baru dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi bisnis Hipmikindo dalam mensinergikan sumber daya akademisi dan UMKM. Hasil penelitian yang diperoleh adalah berupa konsep terminologi strategi komunikasi bisnis pull, push, dan pass. Pada strategi komunikasi bisnis push, Hipmikindo mengimplementasikan pesan managing business disruption, yaitu adanya ancaman terhadap keberlangsungan bisnis UMKM, sehingga dalam konteks kewirausahaan diperlukan akselerasi transformatif menuju technopreneurship. Pada langkah push, motivasi siklus bisnis tanpa inovasi dan kreativitas harus dihadapi dengan kompetensi sumber daya. Hal ini dapat diatasi dengan hadirnya peran akademisi dalam akselerasi pengembangan capacity building UMKM. Selanjutnya, pass diimplementasikan dengan pendirian entrepreneur center yang menjadi simpul komunikasi bagi akademisi, UMKM serta lintas pihak dan lembaga yang ingin berperan lebih aktif dalam bersinergi. Persamaan peneliti dengan penulis terletak pada objek yaitu Strategi Komunikasi. Persamaan lain ada pada metode penelitian menggunakan kualitatif. Perbedaan penelitian ini ada pada subjek, peneliti sebelumnya menggunakan

subjek UMKM dan akademisi sedangkan penulis menggunakan subjek UMKM Perempuan.⁹

G. Sistematika Pembahasan

Didalam sistematika pembahasan pada penelitian kali ini terdapat atas 5 BAB diantaranya:

Bab pertama, menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, membahas tentang teori sebagai dasar melakukan suatu analisis yaitu terdiri dari strategi komunikasi, fatayat Nu, dan UMKM Perempuan.

Bab ketiga, menjelaskan metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, subjek dan objek penelitian.

Bab empat, menyajikan dan menganalisis data yang didalamnya terdapat gambaran umum lokasi subjek, penyajian data, analisis data, dan pembahasan.

Bab kelima meliputi kesimpulan dan saran

Daftar pustaka

Lampiran

⁹ Misnan Misnan & Rezzi Nanda Nanda Barizki, (Strategi Komunikasi Bisnis Hipmikindo Dalam Mensienergika Sumber Daya Akademisi dan pelaku UMKM), jakarta,2021

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strator* yang berarti “*militer*” dan *org* yang artinya “memimpin”, maksudnya adalah *General Ship* atau hal yang dilakukan oleh para jenderal perang ketika menyusun sebuah rencana demi keberhasilan perang. Strategi merupakan suatu tindakan yang efektif dan diperlukan dalam suatu kegiatan untuk membantu mencapai target khusus. Definisi lain, strategi yaitu suatu seni memanfaatkan keterampilan dan sumber daya melalui hubungan efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang menguntungkan agar sasarannya tercapai.¹⁰ Strategi pada hakikatnya merupakan sebuah perencanaan (*planning*) dan (*management*) untuk mencapai suatu tujuan, tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi juga harus bisa menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Maksud dari strategi adalah keseluruhan keputusan bersyarat tentang tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan. Jadi, dalam merumuskan strategi komunikasi, selain perumusan tujuan yang jelas, perlu juga memperhatikan kondisi dan situasi khalayak. Untuk itulah diperlukan langkah awal untuk mengenal audiens atau target. Komunikasi adalah bagian dari rutinitas manusia. Dari hasil penelitian, 90% dalam 24 jam aktivitas manusia adalah komunikasi.

Komunikasi berasal dari bahasa latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang memiliki arti sama. Arti sama ini maknanya yaitu sama dalam makna. Berdasarkan paradigma Lasswell, komunikasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana komunikator

¹⁰ Abd Rasyid. “Perubahan Sosial Dan Strategi Komunikasi (Efektifitas Dakwah Dalam Pembangunan Sosial)” (Makassar: Wade Group). Hal. 49

menyampaikan pesan pada komunikan melalui media dengan bertujuan menimbulkan dampak atau pengaruh tertentu. Pada hakikatnya, komunikasi akan menciptakan perasaan menghibur, memberikan sebuah informasi yang mendidik dan mempengaruhi peningkatan pengetahuan, menciptakan kesadaran serta mengubah tingkah laku seseorang maupun masyarakat dalam proses komunikasi.¹¹

Keberhasilan kegiatan komunikasi yang efektif ditentukan oleh tersedianya strategi komunikasi. Unong Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dimensions of communication* menyatakan bahwa “Strategi Komunikasi adalah pedoman dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasi taktis harus dilakukan, dan pendekatan (*approach*) yang berbeda dari waktu ke waktu tergantung pada situasi dan kondisi.”¹²

Strategi komunikasi adalah ide yang dirancang untuk mengubah perilaku manusia dalam arti yang lebih luas melalui ide-ide baru. Sedangkan menurut Middleton strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari unsur komunikasi dan komunikator, pesan, pengaruh (*efek*) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi seperti yang diharapkan.¹³ Agar bisa menggapai tujuan tersebut komunikasi harus bisa mampu menunjukkan tentang bagaimana oprasionalnya dan harus dilakukan pendekatan (*approach*), bisa berbeda sewaktu-waktu karena bergantung pada situasi dan kondisi.

Anwar Arifin dalam bukunya tentang strategi komunikasi menyatakan bahwa “sesungguhnya strategi adalah keseluruhan keputusan

¹¹ Tengku Melinda Situmorang, “Strategi Komunikasi Organisasasi Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara Dalam Melahirkan Kebijakan Pemberian Beasiswa Mou Bagi Mahasiswa Berprestasi”. 2019

¹² Ida Suryani Widjaya, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*.

¹³ Onong uchjana Effendi. *Ilmu, Teori, & Filsafat Komunikasi*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), Hal. 301

bersyarat tentang tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan, sehingga merumuskan strategi komunikasi, dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi (ruang dan waktu) yang mungkin dihadapi di masa yang akan datang untuk mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini dapat dicapai beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.¹⁴

Dalam strategi komunikasi harus bisa menunjukkan bagaimana cara kerjanya secara taktik agar mencapai tujuan yang sudah ditetapkan, dalam artian pendekatannya dapat dilakukan kapanpun sesuai dengan situasi dan kondisi. Strategi komunikasi menjadi hal penting pada kehidupan dan harus memiliki sifat mudah disesuaikan atau fleksibel sehingga memungkinkan komunikator merubah komunikasi apabila dilakukan di media massa sesuai dengan kebutuhan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktik harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Strategi komunikasi berhubungan erat dengan tujuan yang akan dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi yang harus diperhitungkan, kemudian merencanakan bagaimana agar mampu mencapai konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau hendak dicapai.

Strategi komunikasi yang dimaksud merupakan paduan paling efektif dari seluruh komponen komunikasi seperti pengirim, pesan, penerima, perantara hingga pengaruh (*efek*) yang dilakukan agar tercapainya tujuan komunikasi secara optimal. Definisi lain yaitu strategi komunikasi yaitu cara atau metode yang dimanfaatkan oleh seorang komunikator untuk mengirimkan pesannya kepada komunikan, baik lewat komunikasi interpersonal maupun komunikasi kelompok. Strategi komunikasi dapat dipahami sebagai suatu rancangan yang dikelola untuk mewujudkan tujuan

¹⁴ Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018) 5.

tersebut, hal itu strategi komunikasi bukan hanya berfungsi sebagai solusi yang menunjukkan arah saja, tetapi juga harus menentukan seperti apa taktik operasional kerjanya.¹⁵

2. Sifat dan Bentuk Strategi Komunikasi

a. Sifat Strategi Komunikasi

Bicara tentang sifat strategi komunikasi maka keberadaannya melekat atau terintegrasi dengan berbagai macam perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi sendiri merupakan kajian dari organisasi komunikasi. Dengan demikian, sifat strategi komunikasi dapat dijelaskan diantaranya sebagai berikut.

- 1) Bagian terintegrasi dari kajian perencanaan komunikasi.
- 2) Membutuhkan peran dari kredibilitas komunikator.
- 3) Membutuhkan setting komunikasi yang jelas.
- 4) Dapat digunakan sebagai salah satu proses komunikasi dalam berbagai situasi.
- 5) Banyak dirasakan implementasinya dalam kajian organisasi.
- 6) Memberikan manfaat yang sifatnya mengukur tingkat efektivitas pesan tersampaikan dan dimengerti oleh komunikasi.

b. Bentuk Strategi Komunikasi

Bentuk komunikasi yang diterapkan akan dipengaruhi oleh tujuan yang ingin dicapainya sehingga bentuk komunikasi akan berhubungan dengan desain-desain komunikasi. Desain komunikasi yang dirumuskan mulai dari tingkatan ide sampai pada kertas kerja dan praktik-praktik dalam bentuk perilaku individu sehingga menghasilkan efek komunikasi. Kemudian dalam prosesnya memanfaatkan sejumlah media dan teknologi sehingga dapat

¹⁵ Abd Rasyid. "Perubahan Sosial Dan Strategi Komunikasi (Efektifitas Dakwah Dalam Pembangunan Sosial)" (Makassar: Wade Group). 2018. Hal. 50

dikatakan bahwa fenomena tersebut menghasilkan sebuah bentuk komunikasi.¹⁶

3. Macam-Macam Strategi Komunikasi

Dalam kegiatan *public relation* ada beberapa macam strategi untuk memperoleh suatu berita dan informasi, diantaranya;

a. Strategi Memperoleh Publitas (*strategy of publicity*)

Strategi memperoleh publisitas adalah strategi yang dijalankan dengan menyelenggarakan kampanye yang bekerja sama dengan banyak pihak media massa melalui publikasi berita. Sementara itu strategi juga bisa dilaksanakan melalui trik rekayasa berita, yang mampu menarik perhatian audiens dan menghasilkan publisitas yang menguntungkan.

b. Strategi Menggunakan Bujukan (*Strategy Of Persuation*)

Kegiatan seperti kampanye diadakan dengan tujuan untuk membujuk atau mempengaruhi melalui teknik persuasi guna mengubah opini khalayak dengan mengunggah segi emosional dari sebuah artikel, cerita, atau fitur berdasarkan minat (apa yang biasanya disukai seseorang).

c. Strategi Menggunakan Argument (*strategy of argument*)

Strategi menggunakan argumen umumnya digunakan untuk mengantisipasi suatu berita negatif yang kurang menguntungkan (*negative news*).

d. Strategy of image

Strategi komunikasi merupakan tahapan yang konkret dalam rangkaian proses komunikasi yang didasarkan pada teknik bagi pengaplikasian tujuan komunikasi, selain itu teknik merupakan sebuah pilihan tindakan komunikasi tertentu berbasis pada strategi yang telah ditentukan sebelumnya. Rencana hubungan yang tercakup dalam metode, teknik, serta tata secara fungsional antara unsur dan faktor

¹⁶ Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018) 10-11

dari sebuah proses komunikasi demi aktifitas operasional untuk mencapai suatu tujuan.¹⁷

4. Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

Pengertian komunikasi menurut Harold D. Laswell menjelaskan bahwa cara dalam menerangkan tentang komunikasi dengan menjawab pertanyaan seperti berikut, *Who, Says what, In Which Channel, To whom, with what effect*, maka dari itu terdapat beberapa elemen, yaitu komunikator, komunikan, media, pesan, dan efek. Maka dari itu langkah-langkah strategi yang harus dilakukan sebagai berikut.

a. Menetapkan Komunikator

Komunikator adalah sumber dan yang mengendalikan semua kegiatan komunikasi. Maka dari itu jika proses kegiatan komunikasi terjadi hambatan maka komunikatorlah yang menjadi factor utama kesalahannya. Karena komunikator kurang memahami kegiatan komunikasi dalam mencapai targetnya. Maka dari itu seorang komunikator memiliki peran yang sangat penting. Oleh karena itu ada beberapa kriteria yang harus dimiliki seorang komunikator yaitu, kredibilitas, daya tarik, serta kekuatan. Sebab komunikator yang bergerak sebagai garda terdepan pada suatu kegiatan, dimana harus mempunyai jiwa yang cekatan dalam berkomunikasi, mempunyai banyak wawasan/ide, dan memiliki kreativitas yang tinggi.

b. Menetapkan Khalayak Sebagai Target Sasaran Dan Kebutuhan Khalayak

Di dalam komunikasi, khalayak biasa disebut komunikan. Dengan memahami khalayak yang akan menjadi target sasaran suatu program komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting dilaksanakan karena seluruh kegiatan komunikasi tersebut juga akan ditunjukkan kepada mereka. Terdapat beberapa kelompok didalam

¹⁷ Bagus Ade Tegar Prabawa, *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian Dengan Petani Jahe*, 12.

masyarakat yang menjadi penentu berjalannya suatu program, karena dengan memahami kelompok tersebut dapat memudahkan seorang perencana komunikasi agar bisa memprediksi, mengantisipasi dan menyelaraskan program komunikasi yang akan dijalankan. Berikut adalah jenis-jenis kelompoknya:

- 1) Kelompok yang memberikan perizinan, yaitu sebuah organisasi yang membentuk atura dan perizinan sebelum sebuah program dapat dijalankan dan dipublikasikan.
- 2) Kelompok pendukung, yaitu kelompok yang memberi dukungan kepada program yang akan dijalankan.
- 3) Kelompok oposisi, adalah mereka yang tidak menyetujui suatu ide yang akan dilakukan.
- 4) Kelompok evaluasi, merupakan kelompok yang merupakan masyarakat untuk memonitori dan mengkritisi terlaksananya suatu program.

c. Menyusun Pesan

Menurut Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi, menyatakan bahwa “Dalam proses komunikasi, pengertian pesan adalah sesuatu yang dikirimkan kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda”. Terdapat beberapa cara dalam menyusun sebuah pesan, yaitu:

- 1) *Over power'em theory*, yaitu menerangkan bahwa apabila pesan dilakukan secara berulang, Panjang, dan cukup keras, maka pesan tersebut akan berlalu dari penerima pesan (komunikant).
- 2) *Glamory theory*, merupakan pesan yang disusun sedemikian rupa, kemudian dilakukan dengan gaya persuasi, sehingga komunikant akan tertarik terhadap pesan atau ide yang disampaikan.
- 3) *Don't tele'em theory*, yaitu apabila suatu gagasan atau ide tidak tersampaikan kepada orang lain, dan mereka tidak akan

mengetahuinya maupun menanggapinya, maka tidak akan mendapatkan persepsi terkait ide tersebut.

d. Memilih Saluran Media Komunikasi

Dalam suatu pemilihan media komunikasi harus dapat mempertimbangkan karakteristik dan pesan yang akan disampaikan. Dan kepada masyarakat luas, lebih baik pesan disampaikan menggunakan media televisi atau surat kabar, dan untuk kelompok tertentu menggunakan saluran komunikasi kelompok.

e. Efek

Seluruh program komunikasi yang dijalankan tentu memiliki tujuan, tujuannya untuk mempengaruhi khalayak sasaran. Pengaruh bisa terjadi berupa perubahan pengetahuan, perilaku dan sikap. Dalam perubahan pengetahuan, pengaruh juga dapat berupa pendapat dan persepsi. Yang dimaksud dengan perubahan sikap adalah perubahan internal pada diri seseorang, sebagai bahan evaluasi. Dan untuk perubahan perilaku merupakan perubahan dalam bentuk tindakan.

5. Hambatan Strategi Komunikasi

Didalam sebuah komunikasi pasti terdapat beberapa hambatan yang menghalangi proses komunikasi itu sendiri. Menurut Hafied Cangara hambatan atau gangguan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan atas tujuh macam, yaitu:

a. Hambatan Teknis

Hambatan teknis terjadi apabila salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi melalui saluran mengalami kerusakan. Contohnya saat terjadinya komunikasi antara komunikator dan komunikan melalui media elektronik yaitu handphone mengalami gangguan sinyal sehingga menyebabkan ketidak efektifnya pesan yang disampaikan.

b. Hambatan Semantik

Hambatan semantik adalah hambatan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Hambatan semantik yang biasanya terjadi karena:

- 1) Kalimat yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
- 2) Bahasa yang digunakan komunikator berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh komunikan.
- 3) Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
- 4) Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan. Contohnya ketika terjadinya komunikasi antar komunikan dan komunikator yang datang dari budaya yang berbeda khususnya perbedaan bahasa. Perbedaan bahasa
- 5) komunikator yang datang dari budaya yang berbeda khususnya perbedaan bahasa. Perbedaan bahasa tersebut dapat menyebabkan perbedaan persepsi antara peserta komunikasi.

c. Hambatan Budaya

Hambatan budaya adalah hambatan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan nilai-nilai, norma dan kebiasaan yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi. Di negara-negara sedang berkembang masyarakat yang cenderung menerima informasi dari sumber yang memiliki banyak persamaan dengan dirinya, seperti bahasa, agama dan kebiasaan-kebiasaan lainnya. Misalnya pada masyarakat yang berasal dari negara budaya timur berkomunikasi dengan masyarakat yang berasal dari budaya barat akan menimbulkan persepsi yang berbeda saat mereka berkomunikasi.

d. Hambatan Status

Hambatan status ialah hambatan yang disebabkan karena jarak sosial diantara peserta komunikasi. Misalnya, perbedaan status antara

atasan 31 dan bawahan atau senior dan junior. Perbedaan tersebut biasanya menuntut perilaku komunikasi selalu memperhitungkan kondisi dan etika yang sudah membudaya dalam masyarakat, yakni rakyat cenderung hormat pada raja yang memimpinnya, atau bawahan kepada atasan.

e. Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis terjadi karena adanya gangguan yang disebabkan oleh adanya persoalan-persoalan yang terjadi di dalam diri individu. Misalnya rasa curiga penerima kepada sumber, situasi berduka atau karena kondisi gangguan kejiwaan sehingga dalam penerimaan dan pemberian informasi menjadi tidak sempurna.

f. Hambatan Kerangka Berfikir

Hambatan kerangka berfikir ialah hambatan yang disebabkan karena adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam komunikasi, hal ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda. Misalnya seseorang yang latar belakang pendidikannya sarjana berkomunikasi dengan seseorang yang hanya lulus sekolah dasar, maka pembicaraan merekapun berbeda dan tujuan komunikasi tidak terlaksana sesuai dengan yang diinginkan.

g. Hambatan Fisik

Hambatan fisik adalah hambatan yang disebabkan karena kondisi geografis. Hambatan fisik bisa juga diartikan karena adanya gangguan organik, yaitu tidak berfungsinya salah satu pancaindera pada 32 komunikan. Contohnya ketika berkomunikasi dengan orang yang memiliki kekurangan fisik seperti kurang pendengaran karena usia, hal tersebut dapat menyebabkan pesan yang disampaikan tidak efektif dan terjadi kesalahpahaman.

6. Fungsi Strategi Komunikasi

Effendy menyatakan dalam bukunya *science, theory and philosophy of communication*: strategi komunikasi mempunyai dua fungsi, secara

makro (strategi multimedia terencana) dan secara mikro (strategi komunikasi media tunggal) dua fungsi tersebut yaitu:

- a. Menyampaikan pesan-pesan secara sistematis kepada halayak yang dituju agar mendapatkan hasil yang maksimal. Pesan itu bersifat informatif, komunikatif dan persuasif. Dengan memberikan pesan komunikasi secara luas, tujuannya untuk memberi informasi secara rinci kepada sasaran agar mendapatkan hasil yang maksimal.
- b. Penghubung “kesenjangan budaya” akibat mudahnya mendapatkan dan menggunakan media yang sangat ampuh, dan apabila diabaikan bisa berdampak buruk terhadap nilai kebudayaan. Untuk menjadi penghubung kesenjangan budaya yang diartikan dengan fungsi ini disebabkan oleh kemudahan dalam memperoleh penggunaan media massa yang bisa merusak moralitas budaya.¹⁸

B. Fatayat Nu

1. Sejarah Fatayat NU

Fatayat NU dibentuk sebagai bentuk respon NU terhadap perempuan guna memperluas wawasan dan pendalaman agama. Fatayat NU didirikan di Surabaya pada tanggal 24 April 1950 bertepatan pada 7 Rajab 1369 H dan disahkan oleh PBNU sebagai organisasi badan otonom pada tahun 1952 pada Mukhtamar NU di Palembang. Fatayat NU dipelopori oleh Khuzaemah Mansur, Aminah Mansur, Murtosijah Chamid yang di kenal sebagai “Tiga Serangkai” pendiri Fatayat NU dan juga dibantu oleh Nihayah Bakri, Maryam Thoha dan Asnawiyah. Pemikiran perintisan tersebut dilandasi perlunya wadah bagi para perempuan NU yang berusia 20-45 tahun untuk bergabung dalam satu organisasi untuk memperjuangkan aspirasi wanita.

Bermula dari perekrutan anggota dimulai dari orang-orang terdekat dan sekitar wilayahnya sehingga dapat terbentuk cabang-cabang, ranting

¹⁸ Febrina M I Siahaan, “Modul Pelatihan: Elemen Tahapan Strategi Komunikasi & Bauran Komunikasi”. USAID

dan wilayah. Kontribusi penting Fatayat NU dengan kehadiraannya mampu menidik serta memandirikan perempuan lapisan bawah yang berkultur santri sehingga mereka berhak memilih apa yang mereka kehendaki. Terdapat tujuh bidang utama dalam Fatayat NU yang merupakan program kerja selama satu periode yakni bidang pendidikan, bidang hukum, bidang ekonomi, bidang kesehatan, bidang dakwah, bidang penelitian dan pengembangan, serta bidang sosial keagamaan.¹⁹

Setelah di sahkan sebagai badan otonom, para pengurus lalu melakukan persidangan khusus membentuk sebuah dewan pimpinan pusat yang baru menjadi pucuk kepemimpinan sampai saat ini. Yang diketuai oleh Ny. Nihaya Bakrie dan tiga serangkai tadi menjadi Pengurusnya. Dan usaha para pemudi NU ini membuahkan hasil karena makin hari makin bertambah cabang disetiap daerah, mulai dari di wilayah Jawa Timur merambak ke Jawa Tengah dan sampai ke daerah-daerah hamper di Seluruh Indonesia, bahkan sampai ada cabang di luar negeri, seperti di Negara Singapore. Dan sekarang Fatayat NU menjadi organisasi besar di Indonesia.

NU menetapkan diri sebagai pengawal tradisi dengan mempertahankan faham Ahlu Sunnah wal Jama'ah. Fatayat NU merupakan organisasi perempuan yang bernaung dibawah Nahdatul Ulama. Organisasi ini dibentuk sebagai bentuk respon NU terhadap kaum perempuan supaya mendapatkan tambahan wawasan dan pendalaman agama.

Fatayat NU ini merupakan salah satu organisasi perempuan bagian dari organisasi Islam terbesar di Indonesia yaitu Nahdlatul Ulama (NU), dan menjadikan NU sebagai induk organisasi. Dengan demikian Fatayat NU mempunyai prinsip keorganisasian yang sama dengan NU yaitu lebih berpegang teguh kepada doktrin toleransi, akomodatif dan berupaya

¹⁹ Doni Adhitia, *Gerakan Sosiofenimisme Dalam Pemberdayaan Perempuan Nahdlatul Ulama*, 5455.

memperjuangkan tradisi pengamalan dan pemahaman ajaran Islam yang sesuai dengan budaya Indonesia.

2. Tujuan Fatayat NU

Fatayat NU merupakan organisasi social kemasyarakatan yang berbasis perempuan, dan juga merupakan badan otonom urutan ke tiga di dalam Nahdatul Ulama setelah Gerakan Pemuda Anshor dan Juga Muslimat. Menurut profil Fatayat NU berikut tujuan berdirinya Fatayat NU:

- a. Terbentuknya pemuda islam yang bertakwa kepada Allah SWT, berakhlak mulia (*alkharimah*), bermoral, cakap, bertanggung jawab bagi agama, nusa dan bangsa.
- b. Terwujudnya masyarakat yang berkeadilan.
- c. Terwujudnya rasa kesetiaan terhadap asa, aqidah dan tujuan Nahdatul Ulama dalam menegakan syari'at islam.²⁰

3. Visi dan Misi Fatayat NU

a. Visi Fatayat NU

Visi Fatayat NU adalah untuk membangun kesadaran kritis perempuan untuk mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender serta terwujudnya tatanan social masyarakat yang adil dan sejahtera, terbebas dari segala bentuk kekerasan dengan proses yang konstruktif demokratis dan berkeadilan gender.

b. Misi Fatayat NU

Membangun kesadaran kritis perempuan untuk mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender.

4. Peran Fatayat NU

Peran Fatayat NU adalah serangkaian perilaku yang diharapkan kaum perempuan supaya mendapatkan kesamaan hak untuk mendapatkandidikanagama melalui suatu wadah organisasi. Hal demikian

²⁰ Intan Gustina Sari, Peran Kepemimpinan Fatayat Nahdlatul Ulama (NU) Dalam Mensosialisasikan Kesetaraan Gender, Skripsi, (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2011), 49

yang mendorong serangkaian proses berdirinya Fatayat NU, sehingga organisasi ini menjadi organisasi yang mampu menampung serta memberikan pengarahan terhadap perempuan yang memiliki jiwa berkarya dan kreatif. Kemudian yang menjadi faktor fundamental dan merupakan lanjutan dari dinamika peran perempuan dalam tubuh NU itu sendiri pada masa sebelumnya.

C. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

1. Defeinsi dan karakter UMKM

UMKM adalah sebuah bentuk usaha produktif yang berdiri sendiri bukan ikut dalam anak perusahaan, yang dibuat oleh orang perorangan atau badan usaha di semua bidang ekonomi. Pada umumnya perbedaan Antara usaha mikro (UMi), usaha kecil (UK) dan usaha menengah (UM) umumnya didasarkan pada nilai asset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan) omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap.²¹

Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan bahwa usaha mikro adalah usaha unit usaha yang jumlah pekerja tetapnya hingga 4 orang, untuk usaha kecil pekerja tetapnya 5 sampai 19 orang dan usaha menengah jumlah pekerja tetapnya mulai dari 20 sampai 99 orang. Perusahaan yang memiliki pekerja lebih dari 99 orang termasuk dalam kategori usaha besar.²²

a. Defenisi dan karakteristik UMKM berdasarkan Undang-Undang

Undang-Undang Nomer 20 Tahun 2008, tentang UMKM dijelaskan dalam Undang-Undang tersebut bahwa pemerintah sangat mendorong terciptanya usaha-usaha tersebut. Pemerintah melakukan hal ini bertujuan untuk upaya penciptaan iklim usaha yang kondusif, dukungan, perlindungan hukum, bantuan, sehingga dapat memajukan perekonomian bangsa. UMKM ini mampu mewujudkan pertumbuhan

²¹ Abdul Halim, —pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju 1, no. 2 (2020).

²² Salman AL Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, —Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. |

dan pemerataan ekonomi, meningkatkan pendapatan, membuka lapangan usaha bagi masyarakat dan pengatasan kemiskinan.²³

Usaha yang masyarakat buat sendiri dapat dikelompokan menurut Undang-Undang Nomer.20 Tahun 2008 kedalam kategori usaha mikro, kecil dan menengah. Karakteristik dari UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perindividuan atau badan usaha perorangan. Hal yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Hasil penjualan tahunan usaha mikro paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Usaha kecil merupakan sebuah usaha ekonomi produktif yang didirikan sendiri, dilakukan secara individu atau badan usaha yang bukan dari perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Kriteria usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)-Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Usaha menengah adalah sebuah usaha ekonomi produktif berdiri sendiri, yang didirikan perorangan atau individu dan bukan dari badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung, maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar. jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah)-Rp

²³ Wawan Dhewanto, dkk, Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro(Bandung:Alfabeta, 2015), 21

10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah)-paling banyak Rp 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).²⁴

b. Definisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Ada beberapa definisi mengenai UMKM, namun UMKM mempunyai karakteristik yang hampir sama. yaitu:

- 1) Kebanyakan UMKM dikelola oleh perseorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan.
- 2) Memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya.
- 3) Menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber-sumber lain seperti keluarga, kerabat, pedagang perantara, bahkan rentenir.
- 4) Hampir sepertiga bagian dari industri kecil yang bergerak pada kelompok usaha makanan, minuman, dan kerajinan.²⁵

c. Tujuan UMKM

Dalam Undang-Undang Nomer 20 Tahun 2008 tentang UMKM pasal 2 menyatakan bahwa tujuan dari usaha dunia ini untuk membangun perekonomian nasional atau negara berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

d. Jenis-Jenis UMKM

UMKM adalah sebuah kegiatan ekonomi yang dimiliki oleh sebagian kalangan masyarakat dengan keterjangkauan udaha yang minim. Tidak menciptakan perubahan dalam hidup yang pesat. Karena pada dasarnya sebuah usaha tidak harus dilandasi dngan modal yang besar atau banyak. Banyak pengusaha besar yang berawal dari modal yang minim atau sedikit, tetapi karena semangatnya dan

²⁴ Tim Permata Press, Undang-Undang, 105

²⁵ Mudrjad Kuncoro, Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan (Jakarta:Erlangga, 2010), 190.

kekreativitasnya dapat membangun bisnisnya mampu menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain.²⁶

1. Berdasarkan total penjualan, asset dan status usaha kemitraan kopras dan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM dikelompokkan menjadi tiga yaitu sebagai berikut:

a) Usaha Mikro yaitu kegiatan ekonomi berskala kecil dan bersifat informal dan tradisional, dalam artian belum tercatat penjualannya dan belum berbadan hukum. Hasil dari penjualannya paling besar sebanyak Rp. 100.000.000,00

b) Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

(1) Usaha yang memiliki hasil atau kekayaan bersih lebih dari Rp. 200.000.000,00, tidak termasuk kekayaan yang dimiliki

(2) Hasil penjualan pertahun paling banyak Rp. 1.000.000.000,00

(3) Usaha yang berdiri sendiri, bukan dari anak perusahaan atau cabang dari sebuah perusahaan.

(4) Berbentuk usaha yang dimiliki orang perorangan atau individu, badan usaha yang tidak berbadan hukum.

c) Usaha Menengah merupakan kegiatan ekonomi yang memenuhi kriteria berikut:

(1) Usaha yang memiliki hasil bersih lebih besar Rp. 200.000.000,00, dan paling banyak penghasilan mencapai Rp. 10.000.000.000,00 dan tidak termasuk bangunan dan tanah

(2) Bukan anak perusahaan atau cabang dari sebuah perusahaan.

²⁶ Gatut Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM (Jakarta: Raih Asa Sukses, 2009),13

- (3) Bentuk usaha yang dimiliki orang perorangan atau individu, badan usaha yang tidak berbadan hukum.²⁷
- 2) Berdasarkan skala usahanya dapat diklompokan menjadi dua bagian yaitu skala toko dan skala rumahan.
- a) Skala rumahan

Skala rumahan salah satu fenomena yang tidak dapat dilepaskan dari mulai berkembangnya UMKM. Keterbatasan dana juga kerap kali melatar-belakangi tumbuhnya UMKM skala rumahan. Menurut mereka dengan mendirikan usaha di rumah tidak perlu mengeluarkan biaya untuk menyewa tempat. Dengan begitu mereka dapat menggunakan dana yang seharusnya untuk menyewa tempat untuk keperluan pengadaan bahan-bahan dagangan. Selain faktor keuangan, UMKM skala rumahan dipilih karena faktor kemudahan dan mengawasinya.

Skala rumahan atau home industri adalah suatu unit usaha dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan pemasaran secara bersamaan. modal usaha, jumlah tenaga kerja terbatas. Modal utama dan pertama membuka usaha antara Rp. 5.000.000 dengan jumlah tenaga kerja 1-5 orang. Omset perbulannya bervariasi. Biasanya produk yang dihasilkan seperti industri produk makanan, minuman dan kerajinan.²⁸

- b) Skala Toko

Jika usaha anda mengalami kemajuan, tidak ada salah jika menyewa sebuah toko dengan tujuan mengembangkan

²⁷ Gatut Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM (Jakarta: Raih Asa Sukses, 2009)

²⁸ Ari Fadianti dan Dedi Purwana, Menjadi Wirausaha Sukses (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 60-61.

usaha. Sebab, kemajuan tanpa dibarengi dengan tindakan merupakan kesempatan sia-sia. Kepemilikan toko akan membantu mempromosikan komoditas lebih jauh. Dengan keberadaan toko maka usaha makin dikenal oleh konsumen. Usaha pun akan menghasilkan keuntungan berlipat.²⁹

D. UMKM yang dikelola Oleh Perempuan

Sebagian tenaga kerja di negara yang berkembang ternyata perempuan memperoleh lapangan pekerjaan yang lebih sedikit dari pada laki-laki. 70% pekerja perempuan pada lapangan kerja yang berorganisasi ternyata hanya terkonsentrasi pada 25 lapangan pekerjaan, dimana lapangan pekerjaan tersebut dapat dimasuki beberapa laki-laki. Terdapat kurang lebih 300 lapangan pekerjaan untuk kaum laki-laki yang hanya dapat dimasuki oleh sedikit pekerja perempuan. Pada dasarnya seorang perempuan bekerja pada bidang yang kepajangan tangan pekerjaan yang domestik. Contohnya seperti guru, perawat, pramuari, dan banyak dibidang sekretaris karena membutuhkan keahlian manual.³⁰

Dalam hal ini UMKM yang banyak berkontribusi kebanyakan masyarakat perempuan dan hal ini sangat bermakna untuk perkembangan perekonomian negara. Kurang lebih 30 juta UMKM di Indonesia 60%nya adalah dikuasai oleh perempuan.³¹ Industri rumah tangga adalah sebuah jalan keluar untuk perempuan yang enggan meninggalkan pekerjaan rumah tangga sehari-hari. Pengertian dari industri rumah tangga yaitu kegiatan ekonomi yang berada di sekitar rumah atau bisa dilakukan dirumah sendiri.

- a. Tidak memerlukan sebuah keahlian
- b. Pekerjaan dilakukan didalam rumah tanpa meninggalkan tugasnya sehari-hari

²⁹ Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, Cara Mudah, 16.

³⁰ Irwan Abdullah, Sangkan Parang Gender (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1997), 219-220.

³¹ Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia, "Kebijakan dan Strategi Peningkatan Produktivitas Ekonomi Perempuan (PPEP)", www.kemempda.go.id (30 oktober 2017)

- c. Bisa mendapatkan penghasilan dalam waktu singkat
- d. Tidak membutuhkan teknologi yang tinggi
- e. Modal yang dikeluarkan tidak terlalu besar

Keterlibatan perempuan dalam industri rumah tangga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, tekanan ekonomi. Kedua, lingkungan keluarga yang sangat mendukung dalam bekerja, misalnya: mereka biasa membantu orang-orang disekitarnya mengusahakan industri rumah tangga. Ketiga, tidak ada peluang kerja lain yang sesuai dengan keterampilanya.



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field riset*). Penelitian lapangan termasuk penelitian kualitatif, artinya peneliti berpartisipasi secara langsung dan mengamati dalam penelitian skala sosial kecil dan mengamati budaya setempat.³² Adapun metode yang dipilih yakni metode penelitian deskriptif kualitatif, yakni penelitian berdasarkan pada pengumpulan, teknik analisis, serta interpretasi data berbentuk narasi dan visual (bukan angka) untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dari fenomena tertentu yang diminati.³³ Dalam hal ini penulis memilih jenis penelitian ini karena penulis ingin menyajikan secara sistematis dari representasi, gambaran, atau lukisan, bersifat faktual dan aktual tentang data-data yang diperoleh dan memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian kualitatif seringkali digunakan pada scope/lingkup yang terkecil, yakni suatu situasi sosial (*single social situation*) hingga masyarakat luas yang kompleks.³⁴ Adapun penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mendalami dan mengeksplorasi fenomena utama pada obyek yang diteliti, sehingga mendapatkan pemahaman yang mendalam serta menemukan hal yang unik.³⁵ Penulis dalam hal ini menggambarkan tentang bagaimana Strategi yang dilakukan oleh Fatayat NU Kecamatan Kesugihan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UKM Perempuan.

³² Maros, Fadlun et.al, "Penelitian Lapangan (Field Research)" (Jurnal Universitas Sumatera Utara, 2016)

³³ Sutanto Leo, Kiat Jitu Menulis Skripsi, Tesis, dan Disertasi, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 100

³⁴ Prof. Dr. Sugiyono, Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi, Cetakan Ketiga (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 225

³⁵ Prof.Dr.Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta,2017), hlm.23

B. Sumber Data

Dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Data Primer

Data yang diperoleh peneliti dan mengacu pada perolehan informasi secara langsung (dari tangan pertama) yang berkaitan dengan konsep ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi disebut data primer. Data primer pada penelitian ini, didapatkan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi selama penelitian berlangsung. Pada penelitian ini, data primer berupa data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan ketua Fatayat NU Kecamatan Kesugihan, 3 pengurus Fatayat NU Kecamatan Kesugihan. Sedangkan observasi dan dokumentasi sebagai data pendukung.

2. Data Sekunder

Data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada disebut sebagai data sekunder.³⁶ Pada penelitian ini, data sekunder berupa data yang didapat dari sumber tertulis seperti buku-buku, internet, jurnal, catatan, ataupun artikel yang memiliki keterkaitan dengan tema. Data sekunder diperoleh oleh peneliti dari hasil dokumentasi-dokumentasi yang mendukung pada penelitian ini, diantaranya seperti struktur pengurus fatayat, laporan pertanggung jawaban rutin Fatayat NU.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Sumber data yang diperoleh secara langsung di lapangan disebut subjek penelitian. Apabila peneliti memilih teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak, atau proses sesuatu.³⁷ Adapun yang menjadi subjek penelitian pada penelitian ini adalah ketua Fatayat

³⁶ Wiley, Metode Penelitian untuk Bisnis, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), hlm.130

³⁷ Suharsini Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006) hlm. 129

NU Kecamatan Kesugihan, 3 pengurus Fatayat NU Kecamatan Kesugihan.

2. Objek Penelitian

Keseluruhan bentuk permasalahan yang terkandung dalam suatu penelitian disebut sebagai objek penelitian.³⁸ Adapun objek pada penelitian yang dilakukan penulis yaitu Strategi yang dilakukan oleh Fatayat NU Kecamatan Kesugihan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UKM Perempuan

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Suatu kegiatan pencarian data yang bisa digunakan untuk memberikan suatu diagnosis atau kesimpulan disebut observasi.³⁹ Adapun penulis memilih menggunakan metode observasi partisipan, artinya penulis terjun langsung ke lapangan, sekaligus melakukan pengamatan selama kegiatan, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti selama kegiatan tersebut berlangsung, ataupun sesudahnya. Pada penelitian ini, penulis sebagai peneliti mengamati kegiatan dakwah yang dilakukan seminggu sekali. Peneliti juga mengamati setiap anggotanya yang ikut serta dalam kegiatan pengajian rutin Fatayat NU, dalam rangka mencari jawaban atas respon anggota Fatayat NU yang berpartisipasi terhadap UMKM yang diterapkan di Fatayat NU Cilacap. Metode ini dilakukan untuk melihat secara dekat, dan memperoleh gambaran umum terhadap Fatayat NU Kecamatan Kesugihan, dan Strategi Komunikasi yang digunakan.

³⁸ Nyoman Kuta Ratna, Metode Penelitian Kajian Budaya dan Sosial Humaniora pada Umumnya, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010) hlm.135

³⁹ Haris Hendriansyah, Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial, Cetakan ketiga, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), hlm.131

2. Wawancara

Wawancara menurut Gorden, adalah percakapan antara dua orang dengan salah satu tujuannya untuk mendalami dan memperoleh informasi tertentu. Sedangkan menurut Stewart dan Cash, wawancara merupakan sebuah interaksi yang terdapat pertukaran informasi, berbagi aturan, kepercayaan, perasaan, tanggung jawab, dan motif di dalamnya.⁴⁰ Sebelum melakukan metode wawancara, terlebih dahulu peneliti membuat daftar pertanyaan yang akan digunakan sebagai pedoman di lapangan. Tujuan penulis menggunakan metode wawancara secara langsung ini adalah untuk mendapatkan data dari informan, dalam hal ini ada ketua Fatayat Kecamatan Kesugihan, 2 pengurus fatayat Kecamatan Kesugihan, 2 anggota fatayat NU. Dalam penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan wawancara mendalam, yang bersifat terbuka. Wawancara jenis ini adalah wawancara yang memerlukan jawaban penuh yang dibutuhkan oleh peneliti. Pelaksanaan wawancara tidak hanya dilakukan sesekali, tetapi berulang kali atau mendalam. Peneliti juga perlu mengecek informasi yang disampaikan antara informan satu dengan lainnya, sehingga data yang dihasilkan valid.

3. Dokumentasi

Salah satu metode mengumpulkan data kualitatif dengan melihat serta menganalisis pembuatan dokumen oleh subjek itu sendiri maupun orang lain tentang subjek adalah dokumentasi. Studi dokumentasi merupakan sebuah cara yang bisa dilakukan peneliti kualitatif guna memperoleh gambaran atau pola dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainn yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2009)³⁵ Metode dokumentasi ini, dipilih oleh penulis bertujuan untuk melengkapi data-data yang tidak didapatkan penulis melalui wawancara ataupun observasi. Dalam penelitian ini, dokumentasi struktur organisasi Fatayat NU, foto-foto

⁴⁰ Haris Hendriansyah, Metodologi Penelitian Kualitatif, hal 118

selama kegiatan Pengajian Fatayat berlangsung, tulisan-tulisan, materi dakwah, atau catatan yang berkaitan dengan fokus penelitian, seperti laporan pertanggungjawaban kegiatan yang dijadikan sumber data penelitian.

E. Metode Analisis Data

Menurut Bogdan, analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan data yang diperoleh dari catatan lapangan, hasil wawancara sistematis, dan bahan lainnya agar mudah untuk dimengerti, serta menginformasikan temuannya kepada orang lain. Hal-hal yang dilakukan pada analisis data diantaranya dengan mengorganisasi data, memaparkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, menyeleksi urgensi yang akan dipelajari, serta membuat simpulan yang bisa disampaikan kepada orang lain.⁴¹ Metode analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah model yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Aktivitas dalam analisis data dilakukan dengan reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan verifikasi atau penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*):

1. Reduksi Data

Inti dari reduksi data yakni proses penggabungan dan penyeragaman terhadap data yang diperoleh menjadi sebuah tulisan (*script*) yang akan dianalisis. Perubahan hasil dari wawancara, observasi, studi dokumentasi dan/ atau hasil focus group discussion (FGD) menjadi bentuk tulisan (*script*) sesuai dengan formatnya masing-masing.⁴² Data yang diperoleh dalam penelitian dipilah sesuai dengan rumusan masalah yaitu tentang Strategi yang dilakukan oleh Fatayat NU Kecamatan Kesugihan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UKM Perempuan.

⁴¹ Prof.Dr Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, cetakan Ketiga, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm.130

⁴² Haris Hendiansyah, Metode Penelitian Kualitatif, hlm.165

2. Penyajian Data

Pada peneliian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, flowchart, bagan, dan sejenisnya. Miles dan Huberman dalam hal ini menyatakan “yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif”.⁴³ Penyajian data yang penulis lakukakn pada penelitian ini adalah dengan menjelaskan secara detail tentang Strategi Komunikasi Fatayat NU Kecamatan Kesugihan dalam meningkatkan kapasitas UMK Perempuan.

3. Verifikasi

Penarikan Kesimpulan adalah hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian yang bersumber pada hasil analisis data. Penyajian kesimpulan berbentuk deskriptif objek penelitian, serta berpedoman pada kajian penelitian.⁴⁴ Penarikan kesimpulan dibuat dengan tujuan menyimpulkan kembali uraianuraian yang telah dibuat menjadi lebih singkat lagi, sehingga lebih bermakna menyeluruh dan mudah untuk dipahami.

⁴³ Prof Dr.Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif hlm.137

⁴⁴ Imam Gunawan S.Pd., M.Pd, Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik, Cetakan ketiga (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 212

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Fatayat Nu Kecamatan Kesugihan

1. Fatayat NU Kecamatan Kesugihan

Fatayat NU adalah sebuah organisasi pemberdaya perempuan dan sosial kemasyarakatan yang dimiliki oleh organisasi NU (Nahdlotul Ulama). Anggota dari Fatayat NU ini adalah ibu-ibu mudanya NU. Fatayat NU Kecamatan Kesugihan berada di Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. Fatayat NU Kesugihan berdiri pada tanggal 7 rajab yang bertepatan dengan tanggal 24 april 1996.

Fatayat NU ada untuk masyarakat terutama untuk kaum perempuan guna meningkatkan potensi dan Sumber Daya Manusia (SDM) Perempuan muda islam yang ada di Indonesia. Fatayat NU Kesugihan merupakan sebuah wadah bagi perempuan muda yang ada di kecamatan kesugihan untuk berkreasi, inovasi, belajar hal baru dan belajar menjalani komunikasi yang baik dengan masyarakat maupun dalam organisasi.

Fatayat NU Kecamatan Kesugihan dipimpin atau diketuai oleh Ibu Lisa Choiriah, S.H untuk periode 2020 sampai 2024. Ibu Lisa dipercayai untuk menjadi ketua Fatayat NU Kesugihan yang dipilih langsung oleh anggotanya. Beliau merupakan masyarakat asli Desa Slarang Kecamatan Kesugihan. Dan Beliau juga dipercayai untuk menjadi Ketua LKP3A Kabupaten Cilacap LKP3A merupakan kegiatan fatayat NU Pusat kabupaten Cilacap untuk membantu para migran yang terkena kasus yang ada di luar negeri dan bekerja sama dengan PMI.

“Fatayat NU Kesugihan sudah ada sejak lama, saya menjadi ketua di fatayat NU Kesugihan ini periode yang ke 7 dan satu periodenya itu 4 tahun jadi Fatayat NU Kesugihan ini sudah berdiri sejak tahun 1996.

Periode saya ini dari tahun 2020 sampai 2024 jadi ini tahun terakhir kepemimpinan saya”⁴⁵

Fatayat NU Kesugihan mempunyai keunggulan dalam meningkatkan UMKMnya. Hal ini bisa menjadi wadah bagi perempuan muda di kecamatan kesugihan untuk belajar lebih dalam mengenai UMKM. Kegiatan dan pelatihan untuk UMKM ini juga didukung oleh masyarakat sekitar dan Dinas UMKM Kabupaten Cilacap.

“Dikecamatan Kesugihan ini dari anggota Fatayat dan Pengurus sudah banyak yang memiliki UMKM. Bukan Cuma dari Fatayat tapi memang di Kesugihan ini masyarakatnya banyak yang mempunyai UMKM, mungkin karna di Kesugihan ini kan banyak pondok jadi peluang di bidang UMKM ini sangat besar, karna banyak anak-anak pondok juga jadi bisa menjadi peluang yang besar”⁴⁶

2. Visi dan Misi Fatayat NU Kecamatan Kesugihan

Pertama Visi Fatayat NU Kesugihan Penghapusan segala segi kekerasan, ketidakadilan dan kemiskinan dalam masyarakat dalam mengembangkan wacana kehidupan sosial yang konstruktif, demokratis, dan keadilan gender, yang *kedua* Misi Fatayat NU Kesugihan Membangun kesadaran kritis perempuan untuk mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender. Penguatan SDM, Human Resource Development, Pemberdayaan Masyarakat.

3. Tujuan Fatayat NU

Fatayat NU merupakan organisasi sosial kemasyarakatan yang berbasis perempuan, dan juga merupakan badan otonom urutan ke tiga di dalam Nahdatul Ulama setelah Gerakan Pemuda Ansor dan Juga

⁴⁵ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

⁴⁶ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

Muslimat. Menurut profil Fatayat NU berikut tujuan berdirinya Fatayat NU: *Pertama* terbentuknya pemuda islam yang bertakwa kepada Allah SWT, berakhlak mulia (*alkharimah*), bermoral, cakap, bertanggung jawab bagi agama, nusa dan bangsa, *kedua* terwujudnya masyarakat yang berkeadilan, *ketiga* terwujudnya rasa kesetiaan terhadap asa, aqidah dan tujuan Nahdatul Ulama dalam menegakan syari'at islam.⁴⁷

B. Gambaran Umum Pelaku UMKM Perempuan

Suatu organisasi yang didirikan badan atau perorangan harus memiliki visi dan misi untuk mencapai target yang diinginkan. Untuk mempermudah mendapatkan visi misi yang telah dibuat, suatu organisasi perlu memiliki sumber daya manusia sebagai penggerak untuk mencapai visi dan misi yang telah dibuat atau dengan apa yang diinginkan.

UMKM Perempuan merupakan Usaha yang dijalankan oleh perempuan. UMKM Perempuan juga merupakan pemegang peranan strategis dalam perekonomian Indonesia. Sebagai bagian dari sektor informal, UMKM perempuan menjadi salah satu penggerak utama ekonomi di tingkat akar rumput. Banyak perempuan yang memutuskan untuk memulai usaha sendiri dengan tujuan membantu perekonomian keluarga. Keberadaan UMKM perempuan tidak hanya menciptakan lapangan kerja bagi kaum perempuan, tetapi juga mendorong kemandirian ekonomi dan pemberdayaan kaum perempuan.

Fatayat NU Kesugihan yang merupakan organisasi pemberdaya perempuan ingin ikut serta dalam meningkatkan UMKM yang ada di Indonesia terutama untuk Kecamatan Kesugihan. Fatayat NU Kesugihan memiliki program untuk para UMKM Perempuan, yaitu kegiatan Meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Perempuan. Dengan adanya kegiatan tersebut para pelaku UMKM bisa mengikuti pelatihan yang di adakan oleh

⁴⁷ Intan Gustina Sari, Peran Kepemimpinan Fatayat Nahdlatul Ulama (NU) Dalam Mensosialisasikan Kesetaraan Gender, Skripsi, (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2011), 49

Fatayat NU Kesugihan untuk belajar lebih tau bagaimana cara meningkatkan kualitas dan kuantitas produk pada UMKM yang mereka kelola. Pelatihan ini sudah ada pada tanggal 9 November 2021 hingga sekarang. Pelatihan ini di adakan oleh Fatayat NU Kesugihan bekerja sama dengan Fakultas Teknik Industri UNUGHA dan didukung oleh Dinas UMKM Kabupaten Cilacap.

Fatayat NU Kesugihan melihat potensi yang ada di kecamatan kesugihan yaitu UMKM yang unggul. Fatayat NU Kesugihan tentunya mempunyai strategi khususnya untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Kesugihan. Fatayat NU Kesugihan ingin ikut serta membantu persoalan dan kendala yang dialami oleh perempuan-perempuan di kecamatan kesugihan. Oleh kaena itu Fatayat NU Kesugihan mempunyai kegiatan yang berkaitan dengan pelaku UMKM Perempuan. Seperti halnya pelatihan penjualan melalui media online, pelatihan kemasan produk. Hal ini bisa membantu para pelaku UMKM Perempuan agar UMKM yang mereka kelola meningkat dari segi kualitas dan kuantitas.

UMKM Perempuan mengacu pada usaha mikro, kecil, dan menengah yang dikelola dan dijalankan oleh seorang perempuan. UMKM yang di kelola oleh seorang perempuan dijalankan dengan tujuan yang berbeda-beda. Seorang perempuan yang ingin membantu perekonomian keluarga mereka memilih untuk berjualan sehingga pekerjaan yang dilakukan tidak mengganggu aktifitas yang dilakukan di rumah. Perempuan memiliki peran pengembalian keputusan dan pengendalian yang signifikan dalam kegiatan operasional strategi UMKM.

UMKM Perempuan dirancang untuk melayani kebutuhan, membangun akses dan peluang bagi perempuan untuk membangun kemandirian ekonomi dan sosial. Selain itu UMKM Perempuan juga bisa meningkatkan kapasitas kepemimpinan, pengambilan keputusan, dan kontrol perempuan terhadap sumber daya ekonomi. UMKM Perempuan juga mendukung perempuan untuk mengasah potensi dan kreativitas mereka melalui kewirausahaan.

UMKM yang dijalankan oleh perempuan kebanyakan bergerak di sektor informal, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan perdagangan eceran. Produk-produk yang dihasilkan biasanya memanfaatkan potensi lokal dan mengandung kearifan budaya setempat.

“Di Kecamatan kesugihan memang banyak sekali pelaku UMKM dan dari situ Fatayat NU Kesugihan dari periode saya ini sangat ingin meningkatkan UMKM yang ada di kecamatan kesugihan terutama untuk ibu-ibu yang ingin membantu perekonomian keluarga. Oleh karena itu Fatayat NU Kesugihan keunggulannya di bidang UMKM. Kita juga bekerja sama dengan PLUT Cilacap dan setiap ada acara Bazar pasti kita dikasih kuota untuk ikut Bazar dan disitu dari Fatayat menjual UMKM yang dimiliki oleh Anggota dari Fatayat NU yang mempunyai UMKM dan ingin menitipkan jualannya di bazar tersebut.”⁴⁸

Dari penjelasan diatas bahwa Fatayat NU Kesugihan memiliki potensi atau keunggulan di bidang UMKM terutama UMKM Perempuan karena dari Fatayat NU Kesugihan difokuskan untuk UMKM yang dimiliki oleh anggota dari Fatayat NU Kesugihan.

Fatayat NU Kesugihan juga memiliki produk UMKM yang dikelola oleh Fatayat itu sendiri bukan dari anggota Fatayat per individu, ada beberapa produk yang dimiliki oleh Fatayat NU Kesugihan diantaranya:

⁴⁸ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

1. Usaha Sabun Cair (Fat Clean)



Gambar 1 : UMKM Sabun Cair

Penjualan Produk Sabun Cair di Fatayat NU Kesugihan sudah ada 3 tahunan, tepatnya dimulai pada tanggal 21 Januari 2021. Ada beberapa jenis yang dijual oleh Fatayat NU Kesugihan diantaranya ada Sabun cuci piring, hand soap, detergen pakaian liquid, pewangi pakaian, pembersih lantai dan pembersih lantai ada juga hand sanitizer. Penjualan Sabun Cair ini terjadi dikarenakan pada saat itu semua kegiatana di hentikan karena Covid 19 dan pemasukan untuk Fatayat NU Kesugihan jadi bekurang, oleh karena itu dari Fatayat NU Kesugihan membuka UMKM Sabun Cair ini.

Fatayat NU Kesugihan tidak membuat sabun dari proses awal, Fatayat NU Kesugihan membeli produk Sabun yang belum di berikan merek mengemas kembali produk Sabun Cair dan meberikan Lebel "*Fat Clean*". Untuk metedo penjualan yang dipakai oleh Fatayat NU

Kesugihan yaitu via online dan *cash on delivery* (COD) atau bayar di tempat. Fatayat NU Kesugihan juga memasarka produknya ke PAC lainnya di Kabupaten Cilacap.

“Keuntungan dari penjualan produk sabun cair ini sangat banyak dan sangat membantu kas di fatayat nu kesugihhan. Dan proses kerjanya juga gampang karena kita ambil sabun sama orang trus kita kasih lebel sendiri sama kita kasih kemasn yang lebih bagus lagi. Penjualan sabun ini juga sangat membantu ibu-ibu fatayat yang ikut penjualan karena mereka juga bisa mendapatkan keuntungan. Harapanya semoga Fatayat NU Kesugihan bisa membuat koperasi sendiri agar dapat menampung hasil produksi dari rantng”⁴⁹

Keuntungan dari penjualan produk memang sangat membantu Fatayat NU Kesugihan, pernyataan ini juga di ungkapan oleh ibu Nunung sekreteraris Fatayat NU Kesugihan

“ Penjualan sabun ini kan yang mempunyai Fatayat sendiri bukan dari anggota Fatayat Kesugihan yang kita jualkan tapi usaha yang dimiliki Fatayat dan yang ikut menjualkan itu dari anggota Fatayat Kesugihan. Dari hasil penjualan sabun ini nanti keuntungan masuk ke kas Fatayat NU Kesugihan, tapi yang menjualkan juga dapat keuntungan juga dari penjualanya gak masuk ke kas Fatayat semua”⁵⁰

⁴⁹ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

⁵⁰ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Nunung 9 September 2024

2. Abon Lele



Gambar 2 : UMKM Abon Lele

Selain Sabun UMKM yang dimiliki oleh Fatayat NU Kesugihan yaitu salah satunya Abon Lele. Abon Lele ini merupakan UMKM yang dimiliki oleh Fatayat NU Kesugihan bukan dari anggota Fatayat NU Kesugihan. Sebelum adanya Abon Lele, Fatayat NU Kesugihan melakukan pelatihan pembuatan Abon Lele. Pelatihan ini dilakukan pada tanggal 21 juli 2024 dan diikuti oleh anggota Fatayat NU Kesugihan. Pelatihan ini dilakukan dari awal pembuatan, dari mulai memilih ikan lele yang bagus digunakan sampai proses masaknya.

Abon lele tidak hanya enak tapi juga mengandung beberapa nutrisi penting, seperti omega3, kaya akan protein dan vitamin B12. Abon lele bisa menjadi alternatif cemilan yang sehat terutama bagi anak-anak dan remaja yang sedang dalam proses masa pertumbuhan, dan juga aman dikonsumsi oleh semua kalangan.

“ Fatayat NU Kesugihan ingin lebih menambah pangsa pasar keke yang selama ini lele hanya umumnya dijual mentah untuk pecel lele dan

kebetulan juga dari anggota Fatayat NU Kesugihan ada yang memiliki budidaya lele”⁵¹

Memang di kecamatan kesugihan ad beberapa yang memiliki budidaya lele, hal ini juga di ungkapan oleh ibu Rozi selaku wakil ketua Fatayat NU Kesugihan

“ Di Kecamatan Kesugiahn banyak warganya yang membudidayakan lele, tapi tidak semua hanya beberpa desa saja. Selain lele mudah di dapatkan lele juga mudah di budidayakan baik secara person maupun kelompok. Jadi Fatayat NU memilih untuk membuat UMKM Abon Lele ini karena bahanya yang sudah tersedia di Kecamatan Kesugihan”⁵²

3. Telor Asin

Salah satu ranting yang ada di Kecamatan kesugihan ada yang memiliki UMKM Teor Asin dan yang membuat Telor Asin juga dari anggota Fatayat NU Kesugihan. Di Kecamatan Kesugihan juga ada beberapa yang memiliki peternakan Bebek sehingga dari Fatayat NU Kesugihan tidak kesulitan untuk mencari suplayer Telor Bebek. Mereka melibatkan peternak bebek yang ada di Kecamatan Kesugihan untuk stok telur mentah. Proses pembuatan yang sederhana dan variasi penyajian yang beragam menjadikan telur asin menjadi pilihan Fatayat NU Kesugihan meningkatkan UMKM Telor Asin.

Telor Asin memiliki kandungan berbagai nutrisi yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh kita. Telor Bebek kaya akan protein, vitamin, dan mineral. Kandungan lemak dalam telur asin juga dapat memberikan energi yang cukup untuk aktifitas sehari-hari. Meskipun dalam Telor Asin memliki kandungan garam yang tinggi, jika dimakan dengan jumlah yang seimbang dapat menjadi bagian dari pola makan sehat.

⁵¹ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Susianti selaku Divisi Ekonomi Fatayat NU Kesugihan 16 september 2024

⁵² Hasil wawancara langsung dengan wakil ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Rozi 15 september 2024

“Ada salah satu ranting Fatayat di kecamatan Kesugihan yang membuat UMKM Telor asin, yang membuatnya juga anggota Fatayat itu sendiri. Dari bahannya yaitu telur mentahnya saja yang punya dari anggota Fatayat dan ternaknya juga. Selain itu juga mungkin mereka melibatkan peternak beberk di sekitar mereka untuk stok telur mentahnya”⁵³

Telor bebek bisa dibilang mudah didapat jika didesa, oleh karena itu Fatayat NU Kesugihan memanfaatkan Telor Bebek untuk UMKM yang mereka minati. Hal ini juga di ungkapkan oleh Ibu Susanti.

“ Mengapa Fatayat NU memilih Telor Asin sebagai UMKM yang diminati ya karena selain membantu Peternak yang ada di Kesugihan, Telor Asin juga kan Tahan lama gak yang sehari langsung bau jadi kita tidak susah untuk menjualnya. Selain itu juga bisa di jualkan online karena kan tahanya lumayan lama jadi aman jika di jual belikan secara online. Telor asin juga enak kan ya banyak peminatnya jadinya”⁵⁴

4. Makanan Ringan (Fod Elfaty)



Gambar 3 : UMKM Makanan Ringan

⁵³ Hasil wawancara langsung dengan wakil ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu rozi 15 september 2024

⁵⁴ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Susanti selaku Divisi Ekonomi Fatayat NU Kesugihan 16 september 2024

Banyaknya UMKM yang dimiliki oleh anggota dari Fatayat NU Kesugihan dan dari UMKM yang ada kebanyakan penjuanya berupa makanan ringan. Fatayat NU Kesugihan ingin membantu penjualan UMKM yang dimiliki oleh anggota Fatayat NU Kesugihan dengan cara menjualkan produknya. Makanan ringan yang masuk ke Fatayat NU Kesugihan berupa kripik pisang, kripik singkong, peyek kacang dan lain-lain. Untuk menjualkan produk yang di miliki oleh anggota Fatayat NU Kesugihan mereka memberikan label pada makan ringan dengan nama “*Fod Elfaty*”.

Penjualan ini dilakukan ketika mereka mengikuti Bazar yang diikuti oleh Fatayat NU Kesugihan. Selain itu juga dijual ketika sedang ada pertemuan rutin yang dilakukan oleh fatayat.

“Dari anggota Fatayat kan banyak yang memilik UMKM dan kebanyakan malah makanan ringan, jadi dari Fatayat NU Kesugihan membantu dalam proses penjualanya. Kadang kalo kita ada kegiatan rutinan biasanya untuk konsumsi kita beli dari UMKM yang dimiliki oleh anggota, ya sambil bantu larisin penjualanya. Dan kalo ada Even Bazar kita ngasih tau di grup WA kalo ada bazar siapa yang mau nitipin jualanya untuk di jualkan.”⁵⁵

⁵⁵ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Nunung 9 September 2024

C. Program Kegiatan Fatayat NU Kecamatan Kesugihan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Perempuan.

1. Kajian Perempuan Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM Perempuan yang Tangguh, Mandiri dan Kekinian



Gambar 4 : Kegiatan kajian Perempuan untuk meningkatkan UMKM Perempuan

Fatayat NU Kesugihan merupakan organisasi kemasyarakatan yang memiliki potensi besar bagi perubahan masyarakat tak terkecuali dalam sektor ekonomi. Peningkatan sektor ekonomi akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan keluarga melalui sektor ekonomi Fatayat NU. Keunggulan Fatayat NU Kesugihan yaitu dalam bidang UMKM oleh karena itu Fatayat NU Kesugihan menginginkan peningkatan kualitas dari UMKM yang ada di Kesugihan.

Kajian peningkatan kapasitas pelaku UMKM ini dilakukan via online sehingga semua anggota Fatayat NU Kesugihan bisa mengikutinya karena dilakukannya secara online, sehingga yang memiliki kesibukan bisa mengikutinya. Kajian ini dilakukan untuk menambah wawasan bagi anggota Fatayat NU Kesugihan agar mereka lebih paham apa yang akan mereka lakukan untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produk UMKM yang mereka punya.

“ Kajian Perempuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Perempuan ini diikuti oleh semua anggota Fatayat NU Kesugihan. Program ini juga kita tidak lakukan sendiri tadi mengikuti program yang dilakukan oleh Fatayat NU Kabupaten CILACAP. Sehingga ketua dari Fatayat NU Cilacap juga ikut dalam kajian ini. Program ini dilakukan untuk para perempuan yang memiliki UMKM di Kecamatan Kesugihan agar mereka lebih tangguh, mandiri, dan kekinian. Agar mereka tau apa yang perlu mereka lakukan, karna kan gak semua anggota fatayat main sosial media yah jadi kita lakukan program ini agar mereka tau apa yang harus ditingkatkan dari UMKM mereka.”⁵⁶

2. Pelatihan kemasan produk UMKM Fatayat NU Kesugihan



Gambar 5 : Pelatihan kemasan produk

Pelatihan kemasan produk yang dilakukan merupakan salah satu kegiatan yang diselenggarakan oleh Fatayat NU Kesugihan. Kegiatan ini merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas produk UMKM yang ada di Kecamatan Kesugihan. Kegiatan pelatihan kemasan produk yang dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan merupakan kerjasama dengan kampus UNUGHA Cilacap dalam program pengabdian masyarakat. Kegiatan ini juga menghadirkan konsultan usaha terpadu (PLUT).

⁵⁶ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

Pelatihan kemasan Produk UMKM Fatayat NU Kesugihan memperkenalkan langsung kepada peserta sekaligus mempraktekan teknik cara pengemasan produk agar lebih menarik dan meningkatkan kualitas dari produk konsultan PLUT Anisa Dian mengatakan pentingnya teknik pengemasan produk yang benar. Karena kemasan produk yang menarik dan baik akan berpengaruh pada tingkat ketertarikan konsumen sehingga bisa meningkatkan penjualan serta nilai ekonomi.

“ Program ini kan tujuannya agar ibu-ibu Fatayat tau bagaimana caranya mengemas produk yang baik dan menarik, karena kita dari Fatayat Kesugihan tidak bisa kalo melaukan seniri jadi kemarin kita di bantu mahasiswa dar UNUGHA dan juga dari PLUT. Itu sangat membantu banget si, karena kita dari Fatayat jadi tau bagaimana biar kemasan yang higienis, di liat aja kita kaya udah pengen beli, caranya pengemasan yang biar kualitas produk kita jadi tidak cepat basi juga”⁵⁷

3. Bazar UMKM

Fatayat NU Kesugihan sering kali mengikuti Bazar di beberapa kegiatan yang ada di Kabupaten Cilacap. Kerena UMKM yang berkembang Fatayat NU selalu mendapatkan kuota Bazar yang diberikan oleh Dinas UMKM Cilacap khusus untuk Fatyat NU Kesugihan.

Tidak hanya itu Ftayat NU Kesugihan juga biasa mengadakan Bazar yang di ikuti oleh Fatayat ranting Kesugihan, selin itu juga mengikuti Bazar yang di adakan oleh Fatayat Kabupaten, kegiatan konfercab, ansor dan kegiatan nasional lainnya.

Selain menjual Produk yang dimiliki Fatayat NU Kesugiahn, dari Fatayat Kesugihan juga menerima titipan UMKM dari masyarakat sekitar dengan sistem bagi hasil.

⁵⁷ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

“biasanya Fatayat mengadakan Bazar saat ada kegiatan yang diselenggarakan oleh Fatayat Kecamatan, Fatayat Kabupaten, konfercab NU, Konfercab cabang dan kegiatan nasional lainnya. Jadi bazar kita lintas sektoral bekerja sama dengan pemerintah desa dan kecamatan di kesugihan. Selain menjual produk anggota kami juga menerima titipan dari masyarakat sekitar dengan sistem bagi hasil”⁵⁸

4. Pelatihan Pembuatan Abon Lele



Gambar 7 : Pelatihan pembuatan Abon lele

Pelatihan Pembuatan Abon lele yang dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan yaitu guna untuk pemberdayaan kapasitas kelembagaan guna meningkatkan kemandirian ekonomi anggota Fatayat NU Kesugihan. Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 21 Juli 2024, dan diikuti oleh anggota Fatayat NU Kesugihan yang diselenggarakan di Bulupayung.

Pelatihan pembuatan abon lele ini merupakan salah satu program yang dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan untuk meningkatkan UMKM yang ada di Kecamatan Kesugihan. Fatayat NU Kesugihan memanfaatkan Sumber Daya yang ada di Kesugihan salah satunya Lele. Selain Lele yang mudah didapatkan, di Kecamatan Kesugihan banyak warganya yang memilih untuk membudidayakan ikan lele karena tidak banyak

⁵⁸ Hasil wawancara langsung dengan Ibu Susianti selaku Divisi Ekonomi Fatayat NU Kesugihan 16 September 2024

modal dan gampang dilakukan. Ada beberapa desa di kesugihan yang memiliki program ketahanan pangan lele di desa dengan program budidaya lele.

“Lele ini kan ikan yang banyak di sukai orang-orang, di dapatkannya juga mudah, harganya juga murah dan terjangkau untuk kalangan kita ini, jadi kita melakukan program ini untuk memanfaatkan Sumber daya yang ada di Kesugihan ini. Selain untuk meningkatkan UMKM kita juga bisa membantu prekonomian masyarakat kesugihan yang memiliki budidaya lele ini. Dan ada juga di beberapa desa itu mereka membudidayakan lele dan mereka mempunyai program sendiri salah satunya ketahanan pangan lele”⁵⁹

Ibu susanti selaku divisi ekonomi juga menyampaikan sumber daya yang di miliki di Kecamatan Kesugihan salah satunya budidaya lele

”lebih untuk menambah pangsa pasar yang selama ini lele hanya dijadikan untuk pecel lele dan kebetulan dari anggota Fatayat ada beberapa yang membudidayakan ikan lele. Di beberapa desa di Kesugihan juga ada yang membudidayakan lele tapi tidak dibilang banyak karena sekarang pakan makan lele mahal, jadi beberapa pembudidaya lele ganti keikan lain yang lebih murah”⁶⁰

D. Strategi Komunikasi Fatayat NU Kecamatan Kesugihan sebagai pelaku UMKM

Penelitian ini memaparkan hasil penelitiannya yang mengacu pada identifikasi masalah terkait Strategi Komunikasi Fatayat NU Kesugihan dalam Meningkatkan Kapasitas Pelaku UMKM Perempuan dengan menggunakan strategi yang relevan. Dengan mencakup langkah-langkah

⁵⁹ Hasil wawancara langsung dengan Ibu Rozi selaku wakil ketua Fatayat NU Kesugihan 15 september 2024

⁶⁰ Hasil wawancara langsung dengan Ibu Susianti selaku Divisi Ekonomi Fatayat NU Kesugihan 16 september 2024

dalam strategi komunikasi yaitu: menetapkan komunikator, menetapkan khalayak, menyusun pesan, memilih saluran media komunikasi, efek yang akan dicapai, menggunakan bujukan, menggunakan publisitas, *strategi of image*, menggunakan pendekatan argumen.

1. Menentukan Komunikator

Komunikator yaitu sesuatu yang mengendalikan semua kegiatan komunikasi. Oleh karena itu jika suatu komunikasi terjadi sebuah hambatan maka komunikatorlah yang menjadi faktor kesalahan utama. Hambatan itu terjadi karena komunikator kurang memahami kegiatan komunikasi dalam mencapai targetnya. Seorang komunikator memiliki peran penting dalam berkomunikasi.

Hal pertama yang dilakukan Fatayat NU Kesugihan adalah menentukan komunikator. Dalam hal ini komunikator yang di maksud adalah Divisi Ekonomi Fatayat NU Kesugihan, karena program kegiatan yang dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan untuk meningkatkan UMK merupakan program kegiatan dari Divisi Ekonomi. Dalam hal ini ketua Fatayat NU Kesugihan membagi tugas pengurus untuk mensukseskan strateginya. Ketua Fatayat NU Kesugihan membutuhkan kerjasama dengan pengurus sebagai komunikator untuk menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM yang ada di kecamatan Kesugihan.

“Dalam program UMKM ya kita serahkan kepada devisi ekonomi karena ini kan programnya dari Divisi Ekonomi, tapi kit semua pengurus ikut serta membantu kalo ada yang perlu di bantu. Dari Devisi Ekonomi juga tidak sendiri, jadi pernah bekerja sama dengan UNUGHA dan PLUT”⁶¹

⁶¹ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

Program peningkatan UMKMPerempuan merupakan program dari Divisi Ekonomi Fatayat NU Kecamatan Kesugihan, tapi semua pengurus Fatayat juga ikut serta dalam program peningkatan UMKM Perempuan.

“Karna UMKM ini untuk meningkatkan perekonomian keluarga jadi kita serahkan kepada Divisi Ekonomi. Jadi mereka banyak berkontribusi dalam program UMKM ini.”⁶²

2. Menetapkan Khalayak

Didalam sebuah komunikasi khalayak biasa disebut dengan komunikan. Memahami khalayak untuk menentukan sasaran target suatu program komunikasi adalah suatu yang sangat penting dilakukan karena rangkaian komunikasi akan ditunjukkan kepada mereka atau khalayak.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, hal yang dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan untuk meningkatkan UMKM Perempuan yaitu memahami kondisi dan situasi komunikan. Dalam hal ini yang dimaksud dengan komunikan yaitu anggota fatayat nu dan pengurusnya yang memiliki UMKM. Dengan memahami kondisi dari komunikan maka strategi atau pesan yang disampaikan akan diterima dengan baik dan senang hati.

“Ya dalam hal ini kita sebagai pengurus dari Fatayat NU Kesugihan harus mengerti apa yang di butuhkan oleh anggota kita dan apa yang perlu kita bantu dalam mengatasi masalah yang mereka hadapi. Dalam hal UMKM ini ternyata dari anggota kita masih kurang paham caranya untuk memasarkan produk dan caranya gimana produk agar terlihat menarik dari permasalahan tersebut kita bisa cari bagaimana cara mengatasi hal tersebut”⁶³

⁶² Hasil wawancara langsung dengan sekretaris Fatayat NU Kesugihan Ibu Nunung 9 September 2024

⁶³ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

Memahami kebutuhan dari anggota sangat penting untuk sebuah organisasi, seperti yang di katakan oleh ibu Lisa Choeriah. Selain itu ibu Nunung juga mengatakan hal yang sama

“Karna kita unggul dalam UMKMnya ya jadi kita tingkatkan aja UMKM yang ada di Fatayat NU Kesugihan, dari anggota juga ternyata banyak yang memiliki UMKM dan perlu belajar gimana caranya agar agar bisa meluas penjualanya. Intinya ya gimana caranya meningkatkan UMKM yang mereka punya. Maka dari itu program ini sangat di bantu sama anggota kita”⁶⁴

3. Menyusun Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Fatayat NU Kesugihan menentukan siapa yang akan menerima arahan atau pesan yang akan di sampaikan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Fatayat NU Kesugihan harus memiliki cara penyampaian pesan yang baik dan tepat agar penerima pesan merasa tertarik dan yakin untuk mengikuti program yang di lakukan oleh Fatayat NU Kesugihan. Yang menjadi target dalam program meningkatkan kapasitas pelaku UMKM ini merupakan anggota dari Fatayat NU Kesugihan yang memiliki UMKM dan yang ingin memulai usaha.

Dalam hal ini Fatayat NU Kesugihan menyampaikan Program yang ingin mereka kembangkan kepada anggota Fatayat NU Kesugihan yaitu Program kegiatan yang dimiliki oleh Dividi Ekonomi. Anggota Fatayat yang memiliki UMKM diharapkan bisa mengikuti program ini karena hal ini bisa membantu Perkembangan UMKM mereka. Tidak hanya itu Fatayat NU Kesugihan bisa membantu penjualan UMKM yang dimiliki

⁶⁴ Hasil wawancara langsung dengan sekretaris Fatayat NU Kesugihan Ibu Nunung 9 September 2024

oleh anggota Fatayat NU Kesugihan dengan cara memosting jualan di akun media sosial yang dimiliki oleh Fatayat NU Kesugihan. Dan juga diikuti sertakan dalam setiap Bazar yang diikuti oleh Fatayat NU Kesugihan.

“ Tentu saja program kita ini dikhususkan untuk ibu-ibu anggota Fatayat NU Kesugihan yang memiliki UMKM. Tidak hanya yang memiliki UMKM saja tapi yang tidak memiliki UMKM dan mereka ingin terjun ke bidang UMKM, mereka bisa ikut dalam program yang kita buat ini, sehingga mereka bisa belajar gratis dari Fatayat NU Kesugihan dengan mengikuti arahan dan langkah-langkahnya ”⁶⁵

4. Memilih Media

Dalam pemilihan media komunikasi harus bisa mempertimbangkan karakteristik isi pesan yang akan disampaikan. Dari hasil observasi dengan ketua Fatayat NU Kesugihan untuk mensukseskan strategi dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Perempuan dapat menggunakan beberapa media online.

Fatayat NU Kesugihan tidak ingin ketinggalan dalam hal era digital yang mulai canggih saat ini. Media online memiliki kecanggihan yang lebih dari pada media lainnya. Media online yang digunakan oleh Fatayat NU Kesugihan ada beberapa, diantaranya *Whats App* digunakan untuk menyampaikan informasi kegiatan yang akan dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan, nama akun *Instagram* yang dimiliki oleh Fatayat NU Kesugihan yaitu @Pac Fatayat NU Kesugihan, dalam akun Instagram Fatayat NU Kesugihan menggunakan sosial media ini untuk memosting hasil kegiatan yang telah mereka lakukan. Selanjutnya ada akun Facebook yang dimiliki Fatayat NU yaitu @Pac Fatayat NU Kesugihan, dalam sosial media Facebook tidak beda dengan Instagram yaitu untuk

⁶⁵ Hasil wawancara langsung dengan sekretaris Fatayat NU Kesugihan Ibu Nunung 9 September 2024

memposting hasil kegiatan yang telah dilakukan oleh Fatayat NU Kesugih. Beda dengan Instagram Fatayat NU Kesugihan lebih aktif dengan akun Facebook ini. Dengan menggunakan Media Online akan mempermudah menyampaikan informasi yang akan di sampaikan kepada anggota Fatayat NU Kesugihan, dengan cara memposting kegiatan, program dan informasi yang akan di sampaikan.

“ Karna sekarang masanya udah di sosial media semua jadi kita menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi mengenai program ini. Udah gampang sekarang lah ya, karna tinggal memposting aja kalo gak kirim di Grup WhatsApp semua anggota udah tau kalo ada program ini dan informasi yang lainnya ”⁶⁶

Penggunaan media sosial di era sekarang memanglah tepat dilakukan oleh Fatayat NU Kecamatan Kesugihan untuk membantu memberikan Informasi kepada Anggotanya dengan mudah

“ Sekarang zamanya udah moderen ya jadi gampang untuk menyampaikan informasi. Kita si aktif dalam FB, Instagram jadi kalo ada program apa yang mau kita lakukan kita memosting jadwalnya di akun akun tersebut. Apa programnya, kapan kita jadikan pamflet gitu, sangat mempermudah si untuk hal ini ”⁶⁷

5. Efek yang dituju

Suatu program dalam sebuah komunikasi yang sedang dijalankan tentu memiliki tujuan, tujuan untuk mempengaruhi khalayak atau sasaran. Pengaruh bisa terjadi berupa perubahan pengetahuan, prilaku dan sikap.

⁶⁶ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

⁶⁷ Hasil wawancara langsung dengan skretaris Fatayat NU Kesugihan Ibu Nunung 9 September 2024

Ada beberapa poin yang diharapkan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Perempuan yang dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Anggota Fatayat NU Kesugihan yang memiliki UMKM diharapkan bisa membantu perekonomian keluarga.
- b. Peningkatan hasil jual dari tahun per tahun
- c. Peningkatan kualitas produk
- d. Meningkatnya pelaku UMKM Perempuan yang ada di Fatayat NU Kesugihan.

Tidak semua efek yang diharapkan oleh Fatayat NU Kesugihan tercapai dengan sempurna. Sampai sekarang ini hanya beberapa efek yang tercapai dalam program UMKM ini. Pencapaian efek yang sudah di tuju oleh Fatayat NU yaitu peningkatan kualitas produknya. Selain dari pada itu Fatayat NU masih berusaha untuk mencapai efek yang akan di tuju dalam program UMKM yang dilakukan oleh Divisi Ekonomi Fatayat NU Kesugihan.

“ Alhamdulillah dalam program UMKM ini ibu-ibu Fatayat merasa terbantu dan mereka merasa ada peningkatan penjualan dari UMKM mereka. Kalo UMKM yang di titipkan ke Fatayat NU Kesugihan juga mereka merasa diuntungkan, kita juga dari Fatayat jadi memiliki penghasilan karena kita ada bagi hasilnya istilahnya ya golet untung. Dan nantinya uang itu akan masuk ke kas Fatayat NU Kesugihan ”⁶⁸

“ Program ini mengena untuk masyarakat luas dan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan mereka bisa mempraktekkan secara langsung kemandirin ekonomi khususnya kaum perempuan ”⁶⁹

⁶⁸ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

⁶⁹ Hasil wawancara langsung dengan Ibu Rozi selaku wakil ketua Fatayat NU Kesugihan 15 september 2024

6. Strategi menggunakan Bujukan

Strategi menggunakan bujukan atau *strategy of persuasion* merupakan kegiatan yang diadakan dengan tujuan untuk membujuk atau mempengaruhi public melalui teknik persuasi guna merubah opini khalayak. Kegiatan seperti kampanye diadakan dengan tujuan untuk membujuk atau mempengaruhi publik melalui teknik persuasi guna merubah opini khalayak dengan mengunggah segi emosional dari sebuah artikel, cerita, atau featuris berdasarkan *humanity interest* (apa yang biasanya disukai seseorang).

Ketua Fatayat NU Kesugihan memberikan arahan kepada anggota Fatayat NU Kesugihan yang memiliki UMKM. Dalam hal ini Ketua Fatayat NU Kesugihan mengajak anggotanya untuk ikut serta dalam program peningkatan UMKM ini. Karena dengan mengikuti program ini anggota Fatayat NU Kesugihan bisa mengembangkan UMKM yang mereka miliki dengan mengikuti arahan yang dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan. Seperti halnya dalam kemasan produk yang kurang menarik, Fatayat NU membantu agar pengemasan produk UMKM yang dimiliki oleh anggota Fatayat NU Kesugihan lebih menarik lagi untuk dilirik. Dengan cara mengikuti pelatihan pengepakan produk yang dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan.

Dari penjelasan di atas Fatayat NU Kesugihan menggunakan strategi bujukan diharapkan bisa meningkatkan kualitas dan kuantitas dari UMKM yang dimiliki oleh Fatayat NU Kesugihan. Hal ini berdasarkan yang disampaikan oleh ketua Fatayat NU Kesugihan mengajak anggotanya untuk ikut andil dalam program yang di adakan oleh Fatayat NU Kesugihan dalam peningkatan UMKM Perempuan. Dan selain dari itu melalui kegiatan rutin yang dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan mengajak ibu-ibu Fatayat untuk menjalankan kegiatan dan ikut berorganisasi sesuai dengan syariat islam dengan pedoman Ahlu Sunnah Waljamaah agar terbentuk perempuan muda islam yang semangat, aktif,

mampu menjunjung tinggi nilai keislaman, dan meningkatkan perekonomian dengan UMKM Perempuan.

“ Sebagai Ketua saya harus mengajak anggota saya agar mereka lebih unggul dan lebih maju lagi terutama dalam program UMKM ini, karena kan Fatayat Kesugihan keunggulannya di sektor UMKM jadi kita harus meyakinkan anggota kita agar ikut serta dalam program yang di adakan oleh Fatayat untuk kepentingan mereka dan untuk keberhasilan program peningkatan UMKM di Fatayat Kesugihan ”⁷⁰

Meningkatkan UMKM Perempuan di Kesugihan merupakan program yang bagus untuk Fatayat NU Kesugihan, seperti apa yang di katakan ibu nunung

“ Selain mengikuti program yang peningkatan UMKM ini, anggota kita juga diharuskan aktif dalam kegiatan yang di lakukan oleh Fatayat NU Kesugihan. Program UMKM ini sangat bagus untuk anggota kita yang memiliki usaha kecil rumahan, sangat membantu wawasan mereka tentang UMKM ”⁷¹

7. Strategi Menggunakan Publisitas

Strategi memperoleh publisitas adalah strategi yang dijalankan dengan menyelenggarakan kampanye yang bekerja sama dengan banyak pihak media massa melalui publikasi berita. Publisitas lebih bersifat general dan dilakukan hanya bisa dikenal lebih luas dimata masyarakat. Maka dari itu agar memperoleh publisitas dan untuk menciptakan image yang baik di mata masyarakat ketu Fatayat NU Kesugihan membagikan kegiatan yang dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan di unggah di media sosial.

⁷⁰ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

⁷¹ Hasil wawancara langsung dengan skretaris Fatayat NU Kesugihan Ibu Nunung 9 September 2024

Strategi yang digunakan oleh Fatayat NU Kesugihan memperoleh publitas dengan cara memposting setiap kegiatan di media sosial, seperti instagram @Pac Fatayat NU Kesugihan, facebook @Pac Fatayat NU Kesugihan. Sehingga dari *follower* yang ada di sosial media dan anggota Fatayat NU Kesugihan mengetahui bahwa adanya kegiatan yang dilakukan oleh Fatayat NU Kesugihan.

“Kita itukan organisasi masyarakat yang memang berbasis RT/RW jadi anggotanya lumayan di masing- masing desa itu ada, kebetulan di kecamatan kesugihan terdapat 16 desa. Jadi Strategi Komunikasinya tentu karna sekarang modelnya sudah grup, jadi kita buat grup Whats App itu yang pertama. Jika kita mempunyai informasi dan program kita share di grup. Yang kedua komunikasi kita harus lebih luas jejaringane selain komunikasi kebawah kita jejaringnya juga harus keatas, jadi kita banyak memiliki peluang. Komunikasi dengan orang yang mempunyai kekuasaan juga perlu agar kita bisa lebih luas pengetahuanya”⁷²

Hal serupa juga disampaikan oleh ibu susanti selaku divisi ekonomi di Fatayat NU Kesugihan

“ Untuk sekarang Strategi Online memang yang paling tepat, baik melalui WA, maupun platform lainnya. Jadi kita bisa dapat mangsa yang lebih luas. Tadi selain itu Bazar juga penting, karena saat kita mengikuti bazar kita bisa dapat kenalan baru yang dapat kita tawarkan dagangan kita sekaligus meminta kontak HP yang bisa kita simpan sehingga suatu saat bisa melihat status dagangan kita dan bisa memesan dagangan kita tidak hanya saat di bazar saja”⁷³

⁷² Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

⁷³ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Susianti selaku Divisi Ekonomi Fatayat NU Kesugihan 16 september 2024

8. *Strategi of image*

Rencana hubungan yang tercakup dalam teknik, metode dan tata cara fungsional faktor dan unsur dari sebuah proses komunikasi demi aktifitas operasional untuk mencapai suatu tujuan. Pada penelitian ini fatayat nu kesugihan ingin anggota fatayat nu kesugihan bisa meningkatkan UMKM yang mereka punya. Oleh karena itu Fatayat NU Kesugihan menggunakan metode Strategi of image. Fatayat NU Kesugihan memiliki program yang bisa meningkatkan kualitas dan kuantitas UMKM yang dimiliki oleh anggotanya.

Beberapa program tersebut yaitu kajian peningkatan kapasitas pelaku UMKM Perempuan yang tangguh dan mandiri. Kegiatan ini dilakukan untuk mempelajari bagaimana cara penjualan yang baik, peningkatan kualitas produk bagaimana yang baik dan bagaimana caranya agar UMKM dapat dikenal oleh orang banyak dan cara memasarkannya. Yang kedua yaitu pelatihan kemasan produk UMKM. Program ini dilakukan supaya daya jual UMKM bisa lebih tinggi dan menarik pembeli. Program pelatihan kemasan produk ini kerja sama dengan UNUGHA dan PLUT.

“ Tentunya kita pengen mencapai tujuan yang kita inginkan yaitu dengan meningkatkan umkm yang dimiliki oleh anggota kita yaitu fatayat nu kesugihan. Selain strategi yang digunakan oleh fatayat, anggotanya kita juga harus ikut serta agar program yang kita bangun ini bisa berjalan dengan lancar. Ini bukan untung di fatayat tapi untuk anggota kita tentunya ”⁷⁴

Hal serupa juga disampaikan oleh ketua Fatayat NU Kesugihan yaitu ibu Lisa Choeriah yang mengungkapkan pentingnya kerjasama dengan anggotanya.

⁷⁴ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Susianti selaku Divisi Ekonomi Fatayat NU Kesugihan 16 september 2024

“ Dengan program-program yang di buat oleh Fatayat itu juga udah mempengaruhi peningkatan kualitas UMKM kita. Jadi kita sebagai pengurus Fatayat harus mendukung terus program yang di lakukan oleh Divisi Ekonomi kita, karena itu sangat bagus untuk kesejahteraan anggota kita. Bukan dari pengurus aja yang ikut program ini tapi anggota kita juga harus ikut serta agar program yang kita buat itu membuahkan hasil sesuai yang kita harapkan ”⁷⁵

9. Strategi Menggunakan Pendekatan Argumen.

Strategi menggunakan argumen umumnya digunakan guna memberikan penyuluhan kepada seluruh kader dan mengantisipasi suatu berita negatif yang kurang menguntungkan (*negative news*). Keberhasilan penyuluhan bukan hanya ditentukan oleh materi yang disampaikan saja.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, strategi menggunakan pendekatan argument ini Fatayat NU Kesugihan terus melakuakn edukasi dan juga motivasi secara terus menerus kepada anggota Fatayat NU Kesugihan tentang bagaimana cara agar UMKM yang dimiliki bisa meningkat dalam segi kualitas dan kuantitasnya. Memotivasi Anggota Fatayat NU Kesugihan agar lebih giat dan rajin dalam mengikuti kegiatan yang diadakan oleh Fatayat NU Kesugihan, karena bisa menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang luas. Memberikan pengertian yang baik dan benar sehingga anggota itu sendiri tidak termakan hoax yang beredar tentang Fatayat NU.

“ Saya sebagai ketua Fatayat selalu mendukung program program yang dilakuakn oleh pengurus dari Fatayat NU Kesugihan. Selain itu kita juga harus memebrikan motivasi dan arahan kepada anggota kita dan pengurus agar bisa mengikuti program-program yang di bawakan oleh fatayat. Selain itu juga kita harus bisa memebrikan informasi yang akurat kepada anggota kita dan membuktikanya. Kalo memotifasi mungkin

⁷⁵ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

dengan mengajak mereka untuk mengikuti program kita agar lebih giat lagi karena kan ini juga untuk kepentingan mereka, mereka mendapatkan ilmu baru juga kan.”⁷⁶



⁷⁶ Hasil wawancara langsung dengan ketua Fatayat NU Kesugihan Ibu Lisa Choeriah 21 Agustus 2024

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang di hasilkan oleh peneliti tentang Strategi Komunikasi Fatayat NU Kesugihan sebagai pelaku UMKM, peneliti menemukan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Fatayat NU Kesugihan untuk meningkatkan UMKM yaitu dengan strategi yang dilakukan menentukan komunikator, mengenal khalayak, menyusun pesan, memilih media dan menentukan tujuan dan evek yang akan di capai dari proses komunikasi. Fatayat NU Kesugiah memilih media yang di gunakan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM yaitu dengan menggunakan media Online yaitu dengan cara mengunggah di WhatsApp, Instagram, dan Facebook.

Program Kegiatan yang dilakuakn oleh Fatayat NU Kesugihan sebagai pelaku UMKM Perempuan yaitu dengan cara mengadakan kegiatan yang berkaitan dengan UMKM seperti, pelatihan pengepakan produk, pembuatan abon lele, kajian perempuan untuk menigkatkan UMKM, dan mengikuti Bazar-bazar. Oleh karena itu UMKM Fatayat NU Kesugihan terus maju dan berkembang karena keaktifan anggotanya dalam mengikuti Program yang di adakan oleh Fatayat NU Kesugihan.

B. Saran

1. Akademisi

Peneliti selajutnya, sebaiknya mengimplementasikan metode yang berbeda dalam mengeksplorasi tema strategi komunikasi. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai kontribusi untuk memperluas pemahaman dalam ilmu komunikasi.

2. Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penulis selanjutnya yang akan fokus pada strategi komunikasi terhadap suatu kelompok dalam meningkatkan UMKM Perempuan

3. Praktis

Fatayat NU Kesugihan yang mana Organisasi Sosial menjadi salah satu jembatan bagi Perempuan di Kesugihan untuk meningkatkan UMKM yang dimiliki oleh anggotanya.



DAFTAR PUSTAKA

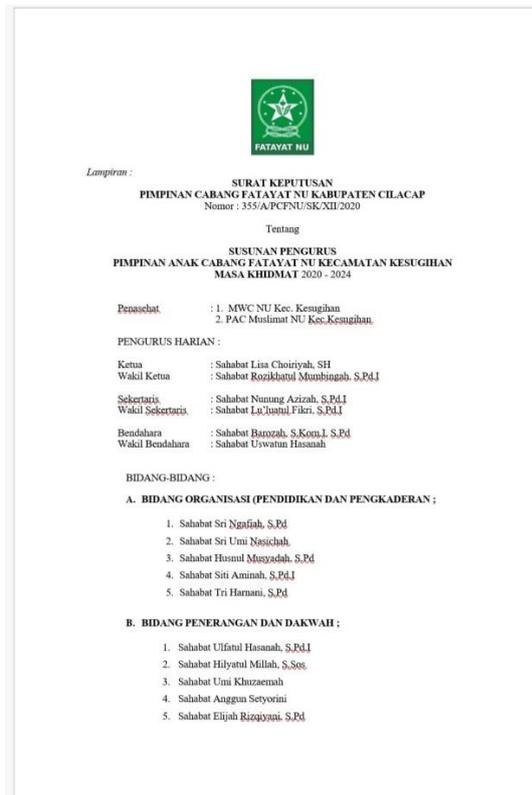
- Abd Rasyid. “Perubahan Sosial Dan Strategi Komunikasi (Efektifitas Dakwah Dalam Pembangunan Sosial)” (Makassar: Wade Group). Hal. 49
- Abd Rasyid. “Perubahan Sosial Dan Strategi Komunikasi (Efektifitas Dakwah Dalam Pembangunan Sosial)” (Makassar: Wade Group). 2018. Hal. 50
- Abd Rasyid. “Perubahan Sosial dan Strategi Komunikasi”. (Wade Group: Makassar). Hal 58
- Abdul Halim, —pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju 1, no. 2 (2020).
- Ari Fadianti dan Dedi Purwana, Menjadi Wirausaha Sukses (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 60-61.
- Bagus Ade Tegar Prabawa, Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian Dengan Petani Jahe, 12.
- Doni Adhitia, Gerakan Sosiofenimisme Dalam Pemberdayaan Perempuan Nahdlatul Ulama, 5455.
- Edi Suryadi, Strategi Komunikasi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018) 5.
- Edi Suryadi, Strategi Komunikasi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018) 10-11
- Effendy, O. U. (2017). Ilmu komunikasi: Teori dan praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Febrina M I Siahaan, “Modul Pelatihan: Elemen Tahapan Strategi Komunikasi & Bauran Komunikasi”. USAID
- Gatut Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM (Jakarta: Raih Asa Sukses, 2009),13
- Gatut Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM (Jakarta: Raih Asa Sukses, 2009)
- Haris Hendriansyah, Metode Penelitian Kualitatif, hlm.165
- Haris Hendriansyah, Metodologi Penelitian Kualitatif , hal 118
- Haris Hendriansyah, Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial, Cetakan ketiga, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), hlm.131
- Ida Suryani Widjaya, Perencanaan Dan Strategi Komunikasi,
- Ida Suryani Widjaya, Perencanaan Dan Strategi Komunikasi.

- Imam Gunawan S.Pd., M.Pd, Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik, Cetakan ketiga (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 212
- Intan Gustina Sari, Peran Kepemimpinan Fatayat Nahdlatul Ulama (NU) Dalam Mensosialisasikan Kesetaraan Gender, Skripsi, (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2011), 49
- Intan Gustina Sari, Peran Kepemimpinan Fatayat Nahdlatul Ulama (NU) Dalam Mensosialisasikan Kesetaraan Gender, Skripsi, (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2011), 49
- Irwan Abdullah, Sangkan Paran Gender (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1997), 219-220.
- Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia, “Kebijakan dan Strategi Peningkatan Produktivitas Ekonomi Perempuan (PPEP)”, www.kemenpppa.go.id (30 oktober 2017)
- Maros, Fadlun et.al, “Penelitian Lapangan (Field Research)” (Jurnal Universitas Sumatera Utara, 2016)
- Misnan Misnan & Rezzi Nanda Nanda Barizki, (Strategi Komunikasi Bisnis Hipmikindo Dalam Mensienergika Sumber Daya Akademisi dan pelaku UMKM), jakarta,2021
- Mudrjad Kuncoro, Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan (Jakarta:Erlangga, 2010), 190.
- Nyoman Kuta Ratna, Metode Penelitian Kajian Budaya dan Sosial Humaniora pada Umumnya,(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010) hlm.135
- Onong uchjana Effendi. Ilmu, Teori, & Filsafat Komunikasi. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), Hal. 300
- Onong uchjana Effendi. Ilmu, Teori, & Filsafat Komunikasi. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), Hal. 301
- Onong uchjana Effendi. Ilmu, Teori, & Filsafat Komunikasi. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), Hal. 301
- Onong uchjana Effendi. Ilmu, Teori, & Filsafat Komunikasi. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), Hal. 300
- Prof Dr.Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif hlm.137
- Prof. Dr. Sugiyono, Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi, Cetakan Ketiga (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 225

- Prof.Dr Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, cetakan Ketiga, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm.130
- Prof.Dr.Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta,2017), hlm.23
- Rafi Udin dan Maman Abdul Djaliel, Prinsip dan Strategi Dakwah, (Bandung : CV. Pustaka Setia, 1997), 77.
- Salman AL Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, —Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.∥
- Sitti Roskina Mas, Ikhfan Haris. “Komunikasi Dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi)”. UNG Press Gorontalo. 2020. Hal. 8-10
- Suharsini Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006) hlm. 129
- Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, Cara Mudah, 16.
- Sutanto Leo, Kiat Jitu Menulis Skripsi, Tesis, dan Disertasi, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 100
- Tengku Melinda Situmorang, “Strategi Komunikasi Organisasi Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara Dalam Melahirkan Kebijakan Pemberian Beasiswa Mou Bagi Mahasiswa Berprestasi”. 2019
- Tim Permata Press, Undang-Undang, 105
- Wawan Dhewanto, dkk, Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro(Bandung:Alfabeta, 2015), 21
- Wiley, Metode Penelitian untuk Bisnis, (Jakarta: Salemba Empat,2017), hlm.130

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Struktur Organisasi



C. BIDANG PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN ;

1. Sahabat Robingacuah, S.Pd.I., M.Pd
2. Sahabat Tri Nggaenyah, S.Pd. SD
3. Sahabat Suwarty, S.Pd
4. Sahabat Kusniyati
5. Sahabat Siti Purwati, S.Pd

D. BIDANG HUKUM POLITIK DAN ADVOKASI ;

1. Sahabat Naeli Rohmah, S.Sos
2. Sahabat Kerin Tusniagati, S.Pd
3. Sahabat Maspuah, S.Sos
4. Sahabat Muchibah
5. Sahabat Nurul Fajjah, S.Pd

E. BIDANG EKONOMI ;

1. Sahabat Susiyanti, S.Pd
2. Sahabat Ismatuz Zuhro, S.Sos
3. Sahabat Siti Ma'rifah
4. Sahabat Aeni Fajriah
5. Sahabat Nasiroh

F. Bidang Sosial, Seni dan Budaya

1. Sahabat Eni Sugiarti, S.Pd
2. Sahabat Muja'lingah, S.Pd
3. Sahabat Istiqomah, S.Pd
4. Sahabat Khitma Hikmah, S.Pd.I
5. Sahabat Siti Musyarofah

G. Bidang Kesehatan dan Lingkungan Hidup

1. Sahabat Nurul Qomariyah, Amd gizi
2. Sahabat Toifatun Naimah, S.Pd.I
3. Sahabat Siti Kowiyah
4. Sahabat Wasiyah
5. Sahabat Umi Munawaroh

Ditetapkan di : Cilacap
 Pada tanggal : 3 Jumadil Awwal 1442 H
 18 Desember 2020 M

Ketua



Sitti Sutriyah, S.Ag., M.Si



Sekretaris



Mutmainah, S.Ag

Di bawah ini merupakan struktur pengurusan Fatayat NU Kesugihan periode 2020-2024

- a. Penasehat : MWC NU Kec. Kesugihan
PAC Muslimat NU Kec. Kesugihan
- b. Ketua : Lisa Choeriyah S.H
- c. Wakil Ketua : Rozikhatul Mumbingah S.Pd.I
- d. Bendahara : Barozah S. Kom, S.Pd
- e. Wakil Bendahara : Uswatun Khasanah
- f. Sekretaris : Nunung Azizah S. Pd. I
- g. Wakil Sekretaris : Lu'luatul Fikri S. Pd. I
- h. Bidang-bidang
 1. Bidang Organisasi (Pendidikan dan Pengkaderan)
 - a) Sri Ngafiah, S.Pd
 - b) Sri Umi Nasichah
 - c) Husnul Musyadah, S. Pd
 - d) Siti Aminah, S.Pd
 - e) Tri Harnani, S. Pd
 2. Bidang Penerangan dan Dakwah
 - a) Ulfatul Khasanah, S. Pd. I
 - b) Hilyatul Millah, S.Sos
 - c) Umi huzaemah
 - d) Anggun Setyorini
 - e) Elijah Rizqiyani, S. Pd
 3. Bidang Penelitian dan Pengembangan
 - a) Robingaenah, S. Pd.I,M. Pd
 - b) Tri Ngaeniah, S. Pd. SD
 - c) Suarty, S. Pd
 - d) Kusniwati
 - e) Siti Purwati, S. Pd
 4. Bidang Hukum Politik dan Avokasi
 - a) Naeli Rohmah, S. Sos

- b) Kerin Tusniagati, S.Pd
 - c) Maspuah, S.Sos
 - d) Muchibah
 - e) Nurul Fajjah, S.Pd
5. Bidang Ekonomi
- a) Susiyanti, S.Pd
 - b) Ismatul Zuhro, S.Sos
 - c) Siti Ma'rifah
 - d) Aeni Fajriah
 - e) Nasiroh
6. Bidang Sosial Seni dan Budaya
- a) Eni Sugiarti, S.Pd
 - b) Muntafingah, S.Pd
 - c) Istiqomah, S.Pd
 - d) Khitna Bilkaromah, S.Pd,I
 - e) Siti Musyafaroh
7. Bidang Kesehatan dan Lingkungan Hidup
- a) Nurul Qomariah, Amd gizi
 - b) Toifatun Naimah, S.Pd
 - c) Siti Khowiyah
 - d) Wasiah
 - e) Umi Munawaroh



B. Hasil Wawancara

1. Narasumber : Ibu Lisa Choeriah S.H
- Jabatan : Ketua Fatayat NU Kesugihan
- Lokasi Wawancara : Rumah Ibu Lisa

Penulis : Kapan Fatayat NU Kesugihan berdiri?

Fatayat NU Kesugiahn sudah ada sejak lama, saya menjadi ketua di fatayat NU Kesugihan ini periode yang ke 7 dan satu periodenya itu 4 tahun jadi Fatayat NU Kesugihan ini sudah berdiri sejak tahun 1996. Periode saya ini dari tahun 2020 sampai 2024 jadi ini tahun terakhir kepemimpinan saya.

Penulis : Apa Visi dan Misi Fatayat NU Kesugihan?

Untuk Visi dan Misi kita smakan dengan Fatayat NU Pusat Cilacap. Visi Fatayat NU Kesugihan Pengapusan segala segi kekerasan, ketidakadilan dan kemiskinan dalam masyarakat dalam mengembangkan wacana kehidupan sosial yang konstruktif, demokratis, dan keadilan gender, yang kedua Misi Fatayat NU Kesugihan Membangun kesadaran kritis perempuan untuk mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender. Penguatan SDM, Human Resource Development, Pemberdayaan Masyarakat.

Penulis : Apa Perbedaan Fatayat Kesugihan dengan yang lain?

Ya itu di UMKMnya kita unggulnya si ya. Di Kecamatan Kesugihan ini dari anggota Fatayat dan Pengurus sudah banyak yang memiliki UMKM. Bukan Cuma dari Fatayat tapi memang di Kesugihan ini masyarakatnya banyak yang mempunyai UMKM, mungkin karna di Kesugiahn ini kan banyak pondok jadi peluang di bidang UMKM ini

sangat besar, karna banyak anak-anak pondok juga jadi bisa menjadi peluang yang besar

Penulis : **Kegiatan apa saja yang ada di Fatayat?**

Untuk kegiatan ya seperti umumnya Fatayat NU dimanamana, rutinan mingguan, ngaji kitab, kalo programnya baru kita memiliki per divisi. Seperti UMKM ini tugasnya di Divisi Ekonomi.

Penulis : **Strategi komunikasi bagaimana yang dilakukan Fatayat NU Kesugihan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Perempuan?**

Kita itukan organisasi masyarakat yang memang berbasis RT/RW jadi anggotanya lumayan di masing- masing desa itu ada, kebetulan di kecamatan kesugihan terdapat 16 desa. Jadi Strategi Komunikasinya tentu karna sekarang modelnya sudah grup, jadi kita buat grup Whats App itu yang pertama. Jika kita mempunyai informasi dan program kita share di grup. Yang kedua komunikasi kita harus lebih luas jejaringane selain komunikasi kebawah kita jejaringnya juga harus keatas, jadi kita banyak memiliki peluang. Komunikasi dengan orang yang mempunyai kekuasaan juga perlu agar kita bisa lebih luas pengetahuanya

Penulis : **Apa yang menjadi hambatan dalam meningkatkan UMKM Perempuan?**

Hambatanya dalam meningkatkan UMKM ini ya pasti ada, tentunya yang pertama dari permodalan, karena tidak semua teman-teman dari fatayat ekonominya bagus, kebetulan kan kebanyakan ibu rumah tangga yang berjuang untuk membantu ekonomi keluarga. Kedua ya jejaring keatas, kalo kita tidak sering mencari seluas-luasnya kita kesulitan untuk secara mandiri perorganisasi kita belum

mampu kalo tidak bekerja sama dengan lembaga lain. Fatayat itu kan organisasi nonfinansial, organisasi sosial jadi untuk membantu ke arah permodalan ya susah

Penulis : **Kapan program UMKM ini dimulai?**

Kalo program UMKM di Fatayat NU Kesugihan mungkin udah ada lama tapi mungkin aktifnya pas masanya saya jadi ketua, jadi ya dari 2020an. Kalo terlksananya program kerja ya mulai dari 2021 yang pengepakan dengan PLUT.

Penulis : **Apa ada kerja sama dengan dengan pihak lain dalam program UMKM ini?**

Kalo kerja sama ya itu tadi sama PLUT, Dinas UMKM Cilacap, trus kemarin sama kampus UNUGHA dari jurusan teknik kimia. Sejauh ini baru itu si , mungkin kedepanya kita dari Fatayat bisa meluas melakukan kerjasamanya.

Penulis : **Media apa yang digunakan untuk meningkatkan UMKM Perempuan?**

Karna sekarang masanya udah di sosial media semua jadi kita menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi mengenai program ini. Udah gampang sekarang lah ya, karna tinggal memposting aja kalo gak kirim di Grup WhatsApp semua anggota udah tau kalo ada program ini dan informasi yang lainnya

2. Narasumber : Ibu Nunung
 Jabatan : Skretaris Fatayat NU Kesugihan
 Lokasi Wawancara : Rumah Ibu Nunung

Penulis : **Apa saja program di Fatayat NU Kesugihan yang dilakuakn untuk meningkatkan UMKM Perempuan?**

Yang ikut dari Kabupaten Cilacap kita ada kajian perempuan meningkatkan umkm itu di lakukan secara online, kalo dari program Fatayat NU Kesugihan ya pengepakan kemasan produk UMKM, Pembuatan abon lele, kita juga sering mengikuti Bazar-bazar.

Penulis : **Bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan Fatayat untuk meningkatkan UMKM Perempuan di Fatayat sendiri?**

Untuk sekarang Strategi Online memang yang paling tepat, baik melalui WA,B,maupun platform lainnya. Jadi kita bisa dapat mangsa yang lebih luas. Tadi selain itu Bazar juga penting, karena saat kita mengikuti bazar kita bisa dapat kenalan baru yang dapat kita tawarkan dagangan kita sekaligus meminta kontak HP yang bisa kita simpan sehingga suatu saat bisa melihat status dagangan kita dan bisa memesan dagangan kita tidak hanya saat di bazar saja.

Penulis : **Menurut ibu dalam program meningkatkan UMKM apa saja hambatan yang di alami oleh Fatayat NU Kesugihan?**

Hambatanya yang pertam ya permodalan pastinya, karena kan kita organisasi sosial ya gak ada instansinya. Yang kedu mungkin dalam pemasarannya, karna kan kita sekarang masih menggunakan metode COD jadi penjualanya masih di online dan paling ya itu kalo ada Bazar-Bazar baru kita jualanya yang lumayan banyak terjual

Penulis : **Keunggulan dari Fatayat NU Kesugihan itu apa?**

Karna kita unggul dalam UMKMnya ya jadi kita tingkatkan aja UMKM yang ada di Fatayat NU Kesugihan, dari anggota juga ternyata banyak yang memiliki UMKM dan perlu belajar gimana caranya agar agar bisa meluas

penjualanya. Intinya ya gimana caranya meningkatkan UMKM yang mereka punya. Maka dari itu program ini sangat di bantu sama anggota kita.

Penulis : Program UMKM ini dikhususkan untuk Fatayat atau bisa untuk Umum?

Tentu saja program kita ini dikhususkan untuk ibu-ibu anggota Fatayat NU Kesugihan yang memiliki UMKM. Tidak hanya yang memiliki UMKM saja tapi yang tidak memiliki UMKM dan mereka ingin terjun ke bidang UMKM, mereka bisa ikut dalam program yang kita buat ini, sehingga mereka bisa belajar gratis dari Fatayat NU Kesugihan dengan mengikuti arahan dan langkah-langkahnya

Penulis : Bagaimana penyampaian Program ini kepada anggota Fatayat ununtuk menigikuti program UMKM?

Sekarang zamanya udah moderen ya jadi gampang untuk menyampaikan informasi. Kita si aktif dalam FB, Instagram jadi kalo ada program apa yang mau kita lakukan kita memosting jadwalnya di akun akun tersebut. Apa programnya, kapan kita jadikan pamflet gitu, sangat mempermudah si untuk hal ini.

Penulis : Media apa yang digunakan untuk meningkatkan UMKM Perempuan?

Sekarang zamanya udah moderen ya jadi gampang untuk menyampaikan informasi. Kita si aktif dalam FB, Instagram jadi kalo ada program apa yang mau kita lakukan kita memosting jadwalnya di akun akun tersebut. Apa programnya, kapan kita jadikan pamflet gitu, sangat mempermudah si untuk hal ini

3. Narasumber : Rozikhatul Mumbingah
 Jabatan : Wakil Ketua Fatayat NU Kesugihan
 Lokasi Wawancara : Online melalui WhatsApp

Penulis : **Kenapa program yang dipilih pembuatan abon lele? Apakah salah satu Sumber Daya yang ada di Kesugihan?**

Di Kecamatan Kesugihan banyak warganya yang membudidayakan lele, tapi tidak semua hanya beberapa desa saja. Selain lele mudah di dapatkan lele juga mudah di budidayakan baik secara person maupun kelompok. Jadi Fatayat NU memilih untuk membuat UMKM Abon Lele ini karena bahanya yang sudah tersedia di Kecamatan Kesugihan. Lele ini kan ikan yang banyak di sukai orang-orang, di dapatkanya juga mudah, harganya juga murah dan terjangkau untuk kalangan kita ini, jadi kita melakukan program ini untuk memanfaatkan Sumber daya yang ada di Kesugihan ini. Selain untuk meningkatkan UMKM kita juga bisa membantu prekonomian masyarakat kesugihan yang memiliki budidaya lele ini. Dan ada juga di beberapa desa itu mereka membudidayakan lele dan mereka mempunyai program sendiri salah satunya ketahanan pangan lele.

Penulis : **UMKM telur asin apakah dari Fatayat NU Kesugihan membuatnya sendiri?**

Ada salah satu ranting Fatayat di kecamatan Kesugihan yang membuat UMKM Telor asin, yang membuatnya juga anggota Fatayat itu sendiri. Dari bahanya yaitu telur mentahnya saja yang punya dari anggota Fatayat dan ternaknya juga. Selain itu juga mungkin mereka melibatkan

peternak beberk di sekitar mereka untuk stok telur mentahnya

Penulis : **Efek Program UMKM untuk Fatayat NU Kesugihan apa saja? Dan untuk anggotanya**

Program ini mengena untuk masyarakat luas dan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan mereka bisa mempraktekkan secara langsung kemandirin ekonomi khususnya kaum perempuan

Penulis : **Program UMKM dari Fatayat NU apakah hanya untuk anggota Fatayat?**

Tentu saja program kita ini dikhususkan untuk ibu-ibu anggota Fatayat NU Kesugihan yang memiliki UMKM. Tidak hanya yang memiliki UMKM saja tapi yang tidak memiliki UMKM dan mereka ingin terjun ke bidang UMKM, mereka bisa ikut dalam program yang kita buat ini, sehingga mereka bisa belajar gratis dari Fatayat NU Kesugihan dengan mengikuti arahan dan langkah-langkahnya.

Penulis : **Dalam program meningkatkan UMKM Perempuan apa saja hambatannya?**

Hambatannya dalam meningkatkan UMKM ini ya pasti ada, tentunya yang pertama dari permodalan, karena tidak semua teman-teman dari fatayat ekonominya bagus, kebetulan kan kebanyakan ibu rumah tangga yang berjuang untuk membantu ekonomi keluarga. Kedua ya jejaring keatas, kalo kita tidak sering mencari seluas-luasnya kita kesulitan untuk secara mandiri perorganisasi kita belum mampu kalo tidak bekerja sama dengan lembaga lain. Fatayat itu kan organisasi nonfinansial, organisasi sosial jadi untuk membantu ke arah permodalan ya susah

4. Narasumber : Susiyanti
 Jabatan : Penanggung Jawab Devisi Ekonomi
 Lokasi Wawancara : Online melalui WhatsApp

Penulis : **Kenapa program yang dipilih pembuatan abon lele? Apakah salah satu Sumber Daya yang ada di Kesugihan?**

lebih untuk menambah pangsa pasar yang selama ini lele hanya dijadikan untuk pecel lele dan kebetulan dari anggota Fatayat ada beberapa yang membudidayakan ikan lele. Di beberapa desa di Kesugihan juga ada yang membudidayakan lele tapi tidak dibilang banyak karena sekarang pakan makan lele mahal, jadi beberapa pembudidaya lele ganti keikan lain yang lebih murah

Penulis : **UMKM telur asin apakah dari Fatayat NU Kesugihan membuatnya sendiri?**

Mengapa Fatayat NU memilih Telor Asin sebagai UMKM yang diminati ya karena selain membantu Peternak yang ada di Kesugihan, Telor Asin juga kan Tahan lama gak yang sehari langsung bau jadi kita tidak susah untuk menjualnya. Selain itu juga bisa di jualkan online karena kan tahanya lumayan lama jadi aman jika di jual belikan secara online. Telor asin juga enak kan ya banyak peminatnya jadinya

Penulis : **Hambatan apa saja yang dapat menghambat program meningkatkan UMKM Perempuan?**

Hambatanya yang pertam ya permodalan pastinya, karena kan kita organisasi sosial ya gak ada instansinya. Yang kedua mungkin dalam pemasarannya, karna kan kita sekarang masih menggunakan metode COD jadi penjualanya masih

di online dan paling ya itu kalo ada Bazar-Bazar baru kita jualanya yang lumayan banyak terjual

Penulis : **Strategi bagaimana yang dilakuakn Fatayat NU Kesugihan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Perempuan?**

Untuk sekarang Strategi Online memang yang paling tepat, baik melalui WA,B,maupun platform lainnya. Jadi kita bisa dapat mangsa yang lebih luas. Tadi selain itu Bazar juga penting, karena saat kita mengikuti bazar kita bisa dapat kenalan baru yang dapat kita tawarkan dagangan kita sekaligus meminta kontak HP yang bisa kita simpan sehingga suatu saat bisa melihat status dagangan kita dan bisa memesan dagangan kita tidak hanya saat di bazar saja

Penulis : **Apa keuntungan mengikuti Bazar, dan apa saja si yang dijual belikan?**

biasanya Fatayat mengadakan Bazar saat ada kegiatan yang diselenggarakan oleh Fatayat Kecamatan, Fatayat Kabupaten, konfercab NU, Konfercab cabang dan kegiatan nasional lainnya. Jadi bazar kita lintas sektoral bekerja sama dengan pemerintah desa dan kecamatan di kesugihan. Selain menjual produk anggota kami juga menerima titipan dari masyarakat sekitar dengan sistem bagi hasil

C. Dokumentasi Observasi dan Wawancara



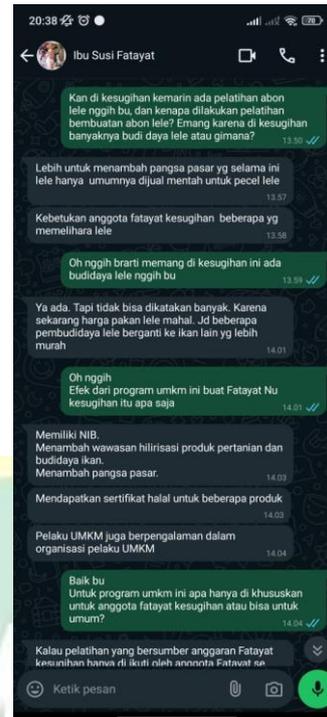
Observasi Pembuatan Abon Lele



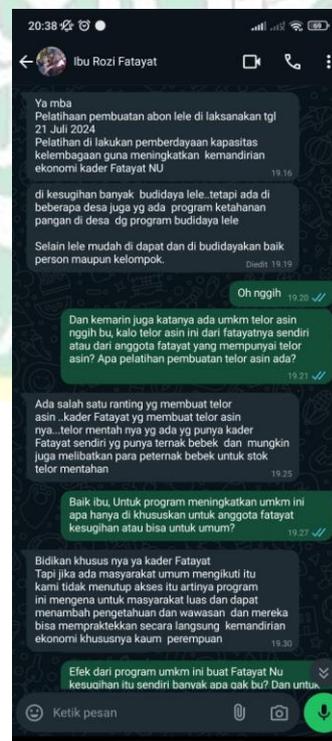
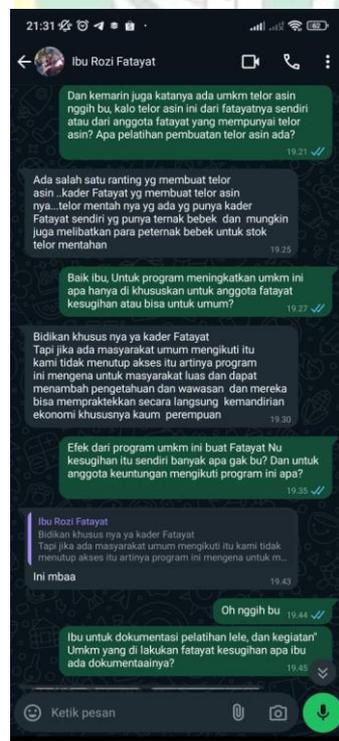
Wawancara dengan ibu Lisa Choeriah selaku Ketua Fatayat NU Kesugihan



Wawancara dengan Ibu Nunung selaku Skreteraris Fatayat NU Kesugihan



Wawancara dengan ibu Susanti selaku Divisi Ekonomi Fatayat NU Kesugihan



Wawancara dengan Ibu Rozi selaku Wakil Ketua Fatayat NU Kesugihan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Najaturohmah
 NIM : 2017102239
 Tempat, Tanggal Lahir : Cilacap 09 April 2002
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Alamat : Kedungbakung, Rt 05/08 Desa Kedungreja,
 Kec. Kedungreja, Kab. Cilacap Jawa Tengah
 No. HP : 081916514272
 Email : najahanugrah@gmail.com
 Pendidikan Formal : SN N Kedungreja 04
 MTS Ell-Firdaus 02 Kedungreja
 MA MINAT Kesugihan
 UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Karya Ilmiah

- Jurnal “Strategi Komunikasi Ustadzah Mumpuni dalam membangun Hubungan yang baik dengan Audiens di Channel Youtube” Terbit di Jurnal Merdeka 01. Juni 2023
- Bunga Rampai “ Dari Mahasiswa untuk Masyarakat Desa Gintung”