

Penguatan Modal Sosial UMKM Berbasis Komunikasi Organisasi Desa Kaloran Brimob, Kota Serang

Pebrianti Pawestri^{1*}, Harry Triana²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang

*Corresponding Author e-mail: dosen03427@unpam.ac.id, dosen02740@unpam.ac.id

disubmit: 2025-11-24

dipublish: 2025-12-12

Abstrak

Program ini bertujuan untuk menganalisis strategi penguatan modal sosial Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui komunikasi organisasi dalam konteks sosial Desa Kaloran Brimob, Kota Serang. Desa ini memiliki potensi UMKM yang cukup besar, baik dari kelompok penduduk lokal maupun pendatang. Namun, potensi tersebut belum berkembang secara optimal karena adanya fragmentasi sosial, rendahnya tingkat kepercayaan, dan keterbatasan interaksi lintas kelompok. Selain itu, tidak adanya forum komunikasi formal menyebabkan pertukaran informasi usaha berjalan sporadis dan tidak terkoordinasi. Situasi ini berdampak pada lemahnya jejaring usaha, minimnya kolaborasi, serta terhambatnya perkembangan ekonomi desa. Persoalan tersebut dijawab melalui pendekatan multidimensional berbasis modal sosial dengan implementasi melalui program pengabdian kepada masyarakat (PKM). Pendekatan multidimensional memungkinkan analisis dan intervensi pada aspek sosial, ekonomi, dan komunikasi secara bersamaan. Program PKM mencakup kegiatan pelatihan komunikasi organisasi, pelatihan manajemen konflik, pembentukan Forum Komunikasi UMKM Desa Brimob, simulasi kolaborasi usaha, serta pendampingan intensif oleh tim akademisi dan pemerintah desa. Seluruh kegiatan dirancang untuk memperkuat tiga dimensi utama modal sosial, yaitu kepercayaan (trust), jejaring sosial (network), dan norma kebersamaan (shared norms). Hasil pelaksanaan program menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada dinamika sosial dan hubungan antar pelaku UMKM. Pertama, tingkat kepercayaan antar kelompok meningkat setelah beberapa sesi dialog terbuka, mediasi, dan kegiatan kolaboratif. Pelaku UMKM yang sebelumnya menjaga jarak kini lebih terbuka dalam berbagi informasi mengenai pemasaran, bahan baku, hingga strategi promosi. Kedua, jejaring sosial berkembang melalui pembentukan Forum Komunikasi UMKM yang menjadi wadah interaksi rutin dan pusat koordinasi kegiatan ekonomi desa. Forum ini berhasil mempertemukan kelompok UMKM lokal dan pendatang dalam ruang komunikasi yang setara dan produktif. Ketiga, norma kebersamaan mulai tumbuh melalui penyusunan visi-misi “Kampung Wirausaha” yang melibatkan seluruh pelaku UMKM. Nilai-nilai seperti gotong royong, transparansi, dan komitmen kolaborasi menjadi pedoman baru dalam pengembangan usaha desa. Program ini menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi dapat menjadi instrumen strategis dalam memperkuat modal sosial dan kolaborasi UMKM. Intervensi berbasis komunikasi mampu memecah fragmentasi sosial, membangun kepercayaan lintas kelompok, serta menciptakan keterhubungan sosial yang lebih kuat. Model pemberdayaan UMKM berbasis modal sosial dan komunikasi organisasi yang dihasilkan dari penelitian ini berpotensi direplikasi di desa lain yang memiliki permasalahan sosial serupa. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan literatur pemberdayaan masyarakat, komunikasi organisasi, dan penguatan UMKM berbasis kolaborasi.

Kata kunci: UMKM, multidimensional, modal sosial, komunikasi organisasi, kolaborasi, pemberdayaan masyarakat.

Abstract

This study analyzes strategies for strengthening the social capital of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through organizational communication within the socio-economic setting of Kaloran Brimob Village, Serang City. The village has significant MSME potential originating from both local residents and migrants. However, this potential has not been fully realized due to persistent social fragmentation, low levels of trust, and limited cross-group interaction. The absence of a formal communication forum has further contributed to sporadic information exchange and weak coordination among MSME actors, hindering their ability to develop strong business networks and collaborative efforts. To address these issues, the study adopts a multidimensional, social-capital-based approach implemented through a community service program (PKM). This approach enables simultaneous intervention across social, economic, and communication dimensions. The program consisted of

training sessions on organizational communication, conflict management workshops, the establishment of the UMKM Communication Forum of Kaloran Brimob Village, collaborative business simulations, and intensive mentoring conducted by academic teams and village officials. All activities were designed to strengthen the three primary dimensions of social capital: trust, social networks, and shared norms. The results indicate substantial improvements in the social dynamics and collaborative patterns among MSME actors. First, trust increased significantly following structured dialogues, mediation processes, and collaborative activities. Participants who previously maintained social distance became more open to sharing business-related information, including marketing strategies, suppliers, and promotion methods. Second, social networks expanded through the establishment of the UMKM Communication Forum, which now serves as a regular meeting space and coordination hub for village economic activities. This forum successfully bridged local and migrant MSME groups within an inclusive communication environment. Third, shared norms began to develop through collective discussions and the formulation of the "Entrepreneurial Village Vision," strengthening the values of cooperation, transparency, and mutual commitment. The study concludes that organizational communication is an effective instrument for strengthening social capital and fostering MSME collaboration. Communication-based interventions can reduce social fragmentation, build intergroup trust, and create more integrated community relationships. The empowerment model developed through this research offers a replicable framework for other villages experiencing similar social challenges. Overall, this study contributes significantly to the literature on community empowerment, organizational communication, and MSME development through social-capital strengthening.

Keywords: MSMEs, multidimensional approach, social capital, organizational communication, collaboration, community empowerment.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, terutama di tingkat desa dan kecamatan, di mana UMKM menjadi sumber pendapatan utama masyarakat sekaligus motor penggerak pertumbuhan ekonomi lokal. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga memperkuat struktur sosial masyarakat melalui aktivitas produksi, distribusi, hingga kolaborasi ekonomi. Desa Kaloran, Brimob, Kota Serang termasuk salah satu wilayah yang memiliki keragaman dan potensi besar dalam pengembangan UMKM. Pelaku usaha di desa ini terdiri dari penduduk lokal dan pendatang yang bergerak di sektor kuliner, jasa, kerajinan, dan perdagangan. Keberagaman sumber daya manusia tersebut sebenarnya menjadi peluang untuk menciptakan ekosistem ekonomi desa yang produktif, inovatif, dan kompetitif. Potensi besar tersebut belum dapat dimaksimalkan karena adanya hambatan sosial yang cukup signifikan. Hasil observasi, wawancara, dan temuan lapangan menunjukkan bahwa Desa Kaloran, Brimob menghadapi persoalan mendasar berupa rendahnya tingkat kekompakan dan kolaborasi antara penduduk lokal dan pendatang dalam mengelola UMKM. Fragmentasi sosial tersebut berdampak pada minimnya interaksi lintas kelompok, rendahnya kepercayaan (*trust*), serta terbatasnya akses informasi pemasaran dan peluang usaha. Pelaku UMKM cenderung membangun jejaring berdasarkan kelompok asal (*ingroup*), sehingga kerja sama lintas kelompok sulit terjadi. Kondisi ini menyebabkan ketimpangan dalam perkembangan usaha, di mana sebagian pelaku UMKM, terutama yang memiliki jaringan kuat di luar desa, memperoleh akses pasar lebih luas, sementara pelaku UMKM lain kesulitan untuk berkembang dan bertahan.

Permasalahan ini berkaitan erat dengan lemahnya modal sosial. Putnam (2000) menyatakan bahwa modal sosial terdiri atas tiga unsur utama: jaringan (*network*), kepercayaan (*trust*), dan norma bersama (*shared norms*). Modal sosial yang kuat menciptakan lingkungan kolaboratif, mempercepat arus informasi, dan mempermudah koordinasi antar pelaku ekonomi. Sebaliknya, modal sosial yang lemah menimbulkan isolasi kelompok, meningkatkan risiko konflik, dan menghambat sinergi usaha. Coleman (1990) menegaskan bahwa jaringan sosial berperan penting dalam memperlancar aktivitas ekonomi karena memungkinkan pertukaran

informasi secara cepat dan efisien, serta mengurangi biaya transaksi. Sejalan dengan itu, berbagai penelitian menunjukkan bahwa modal sosial memengaruhi daya saing UMKM. Melović et al. (2020) menyebutkan bahwa jejaring antar pelaku usaha dapat meningkatkan kapasitas inovasi dan kemampuan beradaptasi dalam era digital. Sementara Sagita & Wijaya (2022) menekankan bahwa kepercayaan merupakan elemen fundamental untuk menciptakan kerja sama bisnis yang berkelanjutan. Jika kepercayaan antar pelaku usaha rendah, maka kolaborasi, pemanfaatan peluang, serta implementasi strategi bersama akan terhambat. Persoalan lain yang muncul selain modal sosial di Desa Kaloran, Brimob adalah minimnya komunikasi organisasi yang terstruktur. Komunikasi yang terjadi selama ini bersifat sporadis, informal, dan tidak memiliki ruang institusional yang dapat mempertemukan penduduk lokal dan pendatang dalam forum yang setara. Padahal, komunikasi organisasi menjadi instrumen penting dalam membangun koordinasi, penyelesaian konflik, dan penyelarasan tujuan bersama. Robbins & Judge (2015) menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kohesi kelompok, memperkuat hubungan interpersonal, serta membangun rasa saling memahami. Lunenburg (2010) menambahkan bahwa komunikasi organisasi yang terbuka dan partisipatif dapat meningkatkan rasa memiliki (sense of belonging) dan solidaritas sosial.

Menanggapi kondisi tersebut, Kepala Desa Kaloran, Brimob memiliki visi untuk membangun “Kampung Wirausaha” sebagai identitas dan strategi pengembangan ekonomi berbasis kolaborasi. Namun, visi ini tidak dapat terwujud tanpa adanya penguatan modal sosial dan pembentukan forum komunikasi yang mampu menyatukan pelaku UMKM dari berbagai latar belakang, oleh sebab itu diperlukan intervensi berupa program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang fokus pada penguatan komunikasi organisasi untuk memperkuat modal sosial pelaku UMKM. Program ini bertujuan membangun wadah komunikasi formal, meningkatkan keterampilan komunikasi dan manajemen konflik, serta menciptakan norma kebersamaan dalam pengelolaan usaha desa. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menegaskan bahwa penguatan modal sosial berbasis komunikasi organisasi merupakan kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kolaborasi dan kinerja UMKM di Desa Kaloran, Brimob. Melalui intervensi yang tepat, Desa Kaloran, Brimob berpotensi menjadi model Kampung Wirausaha yang inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan, serta mampu direplikasi di desa-desa lain di Indonesia.



Gambar 1. Persiapan Kegiatan

Tabel 1. Tabel Post Tes Setelah Pelatihan

No.	Indikator Penguatan Modal Sosial	Deskripsi Indikator	Skor Post-Test (%)	Interpretasi
1	Komunikasi Efektif	Kemampuan UMKM berkomunikasi secara jelas, terbuka, terstruktur, dan partisipatif setelah mengikuti pelatihan.	82%	Mengalami peningkatan signifikan; pelaku UMKM mampu menerapkan komunikasi dua arah, teknik mendengarkan aktif, dan strategi penyampaian pesan asertif dengan baik.
2	Kepercayaan (Trust)	Tingkat kepercayaan antar pelaku UMKM lokal dan pendatang melalui interaksi terstruktur dan forum komunikasi.	74%	Kepercayaan meningkat meski belum maksimal; forum UMKM berperan besar dalam mengurangi prasangka sosial dan meningkatkan saling ketergantungan positif.
3	Jejaring Usaha (Networking)	Keterhubungan antar pelaku usaha dalam berbagi informasi pasar, peluang bisnis, dan kolaborasi produk.	68%	Peningkatan terjadi, namun masih dalam tahap berkembang; perlu pendampingan lanjutan untuk memperluas jaringan keluar desa dan membangun kemitraan formal.

Komunikasi organisasi dipahami secara operasional sebagai proses pertukaran pesan yang terstruktur, terbuka, dan partisipatif antar pelaku UMKM dalam wadah forum kolektif, yang bertujuan untuk membangun pemahaman bersama, memperkuat koordinasi, serta mendorong kolaborasi usaha. Komunikasi organisasi tidak hanya dimaknai sebagai penyampaian informasi secara satu arah, melainkan sebagai proses interaksi dua arah yang melibatkan kemampuan menyampaikan pendapat secara asertif, mendengarkan secara aktif (*active listening*), serta mengelola perbedaan pendapat secara konstruktif. Dalam konteks program ini, komunikasi organisasi dioperasionalkan melalui kegiatan pelatihan komunikasi, simulasi diskusi kelompok, dan forum interaksi rutin antar pelaku UMKM. Modal sosial didefinisikan secara operasional sebagai sumber daya sosial yang lahir dari hubungan antar individu dan kelompok, yang tercermin dalam tiga indikator utama, yaitu komunikasi efektif, kepercayaan (*trust*), dan jejaring usaha (*networking*). Modal sosial dalam kegiatan ini tidak dipahami sebagai konsep abstrak semata, melainkan diukur melalui perubahan sikap, persepsi, dan perilaku pelaku UMKM setelah mengikuti program. Ketiga indikator tersebut diukur melalui instrumen post-test, observasi langsung, serta evaluasi bersama melalui *focus group discussion* (FGD).

Berdasarkan data hasil post-test pada Tabel 1, terlihat bahwa indikator komunikasi efektif memperoleh skor tertinggi sebesar 82%, yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM mengalami peningkatan signifikan dalam kemampuan berkomunikasi secara jelas, terbuka, terstruktur, dan partisipatif. Capaian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi berfungsi sebagai pintasan utama (*entry point*) dalam penguatan modal sosial. Komunikasi yang efektif memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang lebih lancar, pengurangan kesalahpahaman, serta terbentuknya ruang dialog yang aman dan inklusif bagi pelaku UMKM lokal maupun pendatang. Keterkaitan antara komunikasi organisasi dan modal sosial semakin jelas ketika dikaitkan dengan peningkatan indikator kepercayaan (*trust*) sebesar 74%. Data ini menunjukkan bahwa setelah komunikasi organisasi berjalan lebih efektif melalui forum dan pelatihan, tingkat kepercayaan antar pelaku UMKM juga meningkat secara nyata. Kepercayaan tumbuh karena komunikasi yang terbuka memungkinkan pelaku usaha untuk saling mengenal lebih dekat, memahami karakter masing-masing, serta mengurangi prasangka sosial yang

sebelumnya menghambat kerja sama. Dengan demikian, kepercayaan dalam program ini berfungsi sebagai hasil antara (intermediate outcome) dari keberhasilan komunikasi organisasi.

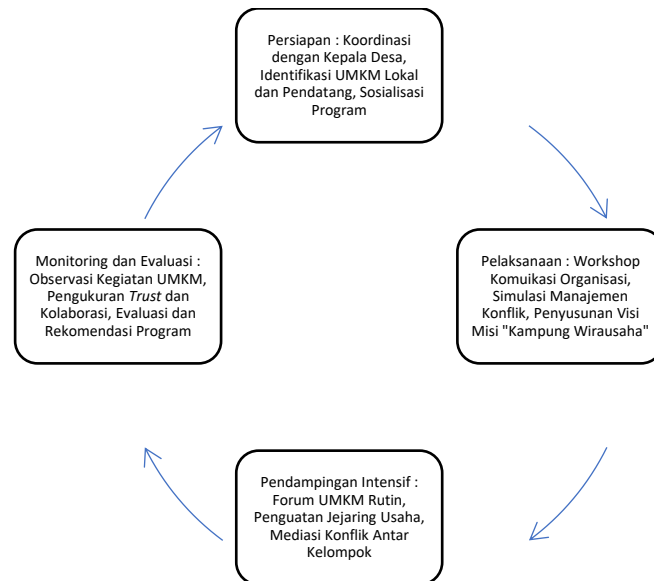
Indikator jejaring usaha (networking) yang mencapai 68% menunjukkan bahwa hubungan antar pelaku UMKM mulai berkembang ke arah kerja sama ekonomi, meskipun masih berada pada tahap awal. Secara operasional, jejaring usaha terbentuk sebagai dampak lanjutan dari komunikasi yang efektif dan kepercayaan yang mulai terbangun. Pelaku UMKM mulai saling bertukar informasi pasar, peluang bisnis, serta menjajaki kolaborasi produk. Namun, karena jejaring memerlukan proses yang lebih panjang dan pembuktian manfaat secara ekonomi, capaian indikator ini masih lebih rendah dibandingkan komunikasi dan kepercayaan. Data ini menunjukkan adanya hubungan kausal yang saling berkelanjutan antara komunikasi organisasi dan modal sosial, di mana:

1. Komunikasi organisasi yang efektif (82%) menjadi pemicu utama terbentuknya modal sosial,
2. Kepercayaan (74%) tumbuh sebagai hasil langsung dari komunikasi yang terbuka dan partisipatif, dan
3. Jejaring usaha (68%) berkembang sebagai bentuk pemanfaatan konkret dari komunikasi dan kepercayaan tersebut dalam ranah ekonomi.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi organisasi bukan hanya alat teknis penyampaian informasi, tetapi merupakan instrumen strategis dalam pembangunan modal sosial masyarakat. Dalam konteks UMKM desa, komunikasi yang terstruktur dan partisipatif terbukti mampu memperkuat kohesi sosial, mengurangi fragmentasi sosial, serta membentuk jaringan kerja sama yang berorientasi pada penguatan ekonomi lokal. Oleh karena itu, keterkaitan antara komunikasi organisasi dan modal sosial dalam kegiatan pengabdian ini bersifat langsung, fungsional, dan saling memperkuat.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan *participatory approach* yang diperkaya dengan pendekatan multidimensional. Pendekatan multidimensional berarti bahwa penguatan UMKM tidak hanya dilihat dari aspek ekonomi, tetapi juga aspek sosial, budaya, dan komunikasi sebagai faktor yang saling mempengaruhi. Pendekatan ini menjadi penting karena permasalahan utama UMKM di Desa Kaloran, Brimob bukan hanya terkait kurangnya keterampilan usaha, tetapi juga disebabkan fragmentasi sosial dan lemahnya interaksi antar kelompok. Oleh sebab itu, program dirancang tidak hanya meningkatkan kapasitas bisnis, tetapi juga memperbaiki struktur sosial melalui komunikasi yang inklusif dan penguatan modal sosial. Metode pelaksanaan dibagi menjadi empat tahap utama: Persiapan, Pelaksanaan, Pendampingan Intensif, serta Monitoring dan Evaluasi.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan

Tahap Persiapan: Penataan Struktur Sosial Awal : Tahap ini melibatkan koordinasi dengan Kepala Desa, perangkat desa, dan tokoh masyarakat untuk memastikan dukungan sosial dan administratif. Identifikasi UMKM dilakukan secara menyeluruh, mencakup pelaku usaha dari kelompok penduduk lokal maupun pendatang. Pada tahap ini diterapkan prinsip modal sosial *bonding* dan *bridging*, yaitu menghubungkan kelompok internal (lokal UMKM) dan kelompok eksternal (pendatang) untuk membuka ruang interaksi awal. Sosialisasi program menjadi langkah strategis untuk menumbuhkan pemahaman bersama serta membentuk komitmen awal seluruh pihak.

Tahap Pelaksanaan: Intervensi Komunikasi untuk Penguatan Modal Sosial : Tahap pelaksanaan program dilakukan melalui workshop komunikasi organisasi, pelatihan komunikasi efektif, simulasi manajemen konflik, serta penyusunan visi-misi “Kampung Wirausaha”. Tahap ini mengimplementasikan pendekatan multidimensional yang diterapkan melalui integrasi aspek. Aspek sosial, yaitu memperbaiki hubungan antar kelompok melalui dialog kelompok campuran. Aspek komunikasi, yaitu meningkatkan kemampuan *active listening*, komunikasi asertif, dan komunikasi lintas budaya untuk membangun interaksi berkualitas. Aspek ekonomi, yaitu penyusunan strategi pemasaran kolaboratif dan pemetaan peluang usaha. Penguatan modal sosial diwujudkan melalui peningkatan tiga pilarnya: *trust* (kepercayaan), *network* (jejaring), dan *shared norms* (norma kebersamaan). Proses ini berlangsung melalui latihan interaktif dan kolaboratif yang memungkinkan peserta membangun hubungan antar kelompok secara alami.



Gambar 3. Pendampingan Sosialisasi

Tahap Pendampingan Intensif: Konsolidasi Kolaborasi: Pendampingan dilakukan melalui fasilitasi rutin Forum Komunikasi UMKM, konsultasi usaha, pendampingan jejaring pemasaran, serta mediasi konflik. Pada tahap ini modal sosial *bridging* diperkuat agar hubungan antar kelompok semakin solid. Pendekatan multidimensional diterapkan melalui: Pendampingan ekonomi (akses pasar, kolaborasi usaha), Pendampingan sosial (pengurangan prasangka, penanganan konflik). Pendampingan komunikasi (improvisasi teknik komunikasi organisasi dalam forum UMKM) Tahap ini menjadi kunci terciptanya hubungan kerja sama jangka panjang.



Gambar 4. Pendampingan UMKM

Tahap Monitoring dan Evaluasi: Pengukuran Modal Sosial dan Kolaborasi : Evaluasi dilakukan berdasarkan indikator: tingkat partisipasi, peningkatan jejaring, dinamika kepercayaan, penyelesaian konflik, dan munculnya inisiatif usaha bersama. Indikator ini disusun berdasarkan konsep modal sosial Putnam dan Coleman yang menekankan hubungan antara kualitas hubungan sosial dan efektivitas kolaborasi ekonomi. Evaluasi dilakukan secara kuantitatif (absensi, frekuensi aktivitas) dan kualitatif (observasi, wawancara peserta). Program melalui pendekatan multidimensional dan berbasis modal sosial ini diharapkan mampu menghasilkan perubahan yang lebih komprehensif, tidak hanya meningkatkan kapasitas usaha, tetapi juga membangun struktur sosial dan komunikasi yang kuat sebagai fondasi Kampung Wirausaha.



Gambar 5. Monitoring Pelaku Usaha

HASIL DAN DISKUSI

Pelaksanaan program menghasilkan sejumlah temuan penting yang berkaitan langsung dengan tiga rumusan masalah utama: pembentukan wadah komunikasi organisasi, strategi penguatan modal sosial, dan pengukuran keberhasilan program dalam membangun kolaborasi untuk mewujudkan Kampung Wirausaha. Hasil ini menunjukkan adanya perubahan sosial yang signifikan, baik pada tingkat individu pelaku UMKM maupun pada tingkat kolektif desa.

1. Pembentukan Wadah Komunikasi Organisasi UMKM, sebelum program dimulai, tidak terdapat wadah formal yang mempertemukan pelaku UMKM dari kelompok penduduk lokal dan pendatang. Hal ini menyebabkan interaksi berlangsung terbatas, tidak terstruktur, dan seringkali hanya terjadi dalam lingkup kelompok masing-masing. Melalui program PKM, tim berhasil memfasilitasi terbentuknya Forum Komunikasi UMKM Desa Kaloran Brimob, sebuah ruang komunikasi organisasi yang dirancang untuk inklusif, partisipatif, dan berkelanjutan. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa pembentukan forum ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kualitas komunikasi antar pelaku UMKM. Forum ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat bertemu, tetapi juga sebagai arena pertukaran pengetahuan, diskusi strategi usaha, serta penyampaian aspirasi atau kendala yang dihadapi masing-masing kelompok. Dalam beberapa pertemuan terlihat bahwa pelaku UMKM yang sebelumnya tidak saling

mengenai, mulai menjalin hubungan baru, berdiskusi mengenai teknik produksi, permasalahan bahan baku, serta peluang pemasaran Bersama. Peningkatan frekuensi dialog telah menurunkan tingkat kecurigaan antar kelompok, terutama antara kelompok lokal dan pendatang yang sebelumnya terpisah secara sosial. Dengan demikian, wadah komunikasi organisasi yang dibentuk berhasil menjawab permasalahan pertama melalui penciptaan ruang interaksi yang memfasilitasi kerja sama lintas kelompok.

2. Strategi Penguatan Modal Sosial melalui Komunikasi Organisasi, strategi penguatan modal sosial difokuskan pada tiga pilar utama: jejaring, kepercayaan, dan norma bersama. Ketiga pilar tersebut diintegrasikan dalam workshop, simulasi komunikasi efektif, penyusunan visi-misi desa, serta pendampingan intensif dalam pertemuan forum UMKM. Hasil kegiatan workshop menunjukkan bahwa para pelaku UMKM memahami pentingnya komunikasi terbuka dalam membangun jejaring usaha. Banyak peserta yang sebelumnya bersifat pasif mulai menunjukkan keberanian untuk bertanya, memberikan pendapat, bahkan menawarkan kolaborasi bisnis. Jejaring sosial antar UMKM semakin berkembang dengan munculnya kolaborasi seperti pertukaran bahan baku, penggunaan tempat produksi bersama, serta kegiatan pemasaran kolektif. Kepercayaan (*trust*) antar pelaku usaha menjadi indikator penting. Sebelum program, prasangka antara penduduk lokal dan pendatang cukup kuat, karena masing-masing merasa memiliki cara pengelolaan usaha yang berbeda. Melalui mediasi konflik dan pertemuan rutin, kepercayaan tersebut mulai tumbuh. Beberapa peserta menyampaikan bahwa mereka kini merasa lebih nyaman berbicara dan berdiskusi dengan kelompok lain. Peningkatan *trust* terlihat dari kesediaan pelaku UMKM untuk berbagi informasi harga bahan baku, kualitas pemasok, hingga peluang pasar. Pembentukan norma bersama juga berlangsung efektif melalui penyusunan visi-misi “Kampung Wirausaha”. Proses ini dilakukan secara demokratis sehingga seluruh peserta dapat memberikan kontribusi. Norma kebersamaan seperti saling menghargai, transparansi dalam kerja sama, dan komitmen pada keberlanjutan usaha menjadi nilai yang disepakati bersama. Nilai-nilai ini menjadi pedoman moral bagi pelaku UMKM dalam berkolaborasi dan mengambil keputusan bisnis. Program ini membuktikan bahwa komunikasi organisasi bukan hanya alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sarana membangun struktur sosial dan budaya kerja yang lebih solid.
3. Pengukuran Keberhasilan Program dalam Mewujudkan Kampung Wirausaha, keberhasilan program dievaluasi menggunakan empat indikator utama: peningkatan partisipasi, pertumbuhan jejaring usaha, peningkatan *trust*, dan munculnya inisiatif kolaboratif. Pertama, tingkat partisipasi pelaku UMKM mengalami peningkatan dari 40–50% pada awal program menjadi 80–90% pada pertemuan akhir. Kenaikan ini menunjukkan tingginya minat dan rasa memiliki terhadap forum. Kedua, jejaring usaha berkembang secara signifikan. Peserta mulai melakukan kerja sama dalam hal pemasaran, penggunaan alat produksi bersama, hingga kegiatan promosi digital. Bahkan terdapat beberapa UMKM yang bergabung dalam paket produk bersama untuk meningkatkan daya tarik jual. Ketiga, peningkatan *trust* terukur melalui wawancara dan observasi. Pelaku UMKM menunjukkan perubahan sikap dari saling menjaga jarak menjadi saling mendukung. Keempat, berbagai inisiatif kolaboratif muncul sebagai hasil program, termasuk pembentukan koperasi UMKM, rencana pameran produk desa, dan branding awal “Kampung Wirausaha”. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa program PKM ini berhasil menguatkan komunikasi organisasi dan modal sosial sebagai fondasi pembangunan ekonomi desa.

KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Desa Kaloran, Brimob memberikan gambaran yang jelas bahwa komunikasi organisasi dan modal sosial merupakan fondasi penting dalam pengembangan UMKM berbasis kolaborasi, berdasarkan pelaksanaan program dan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa permasalahan fragmentasi sosial antara penduduk lokal dan pendatang dapat diatasi melalui pembentukan wadah komunikasi yang inklusif, peningkatan kapasitas komunikasi, serta pendampingan intensif yang mendorong tumbuhnya jejaring usaha dan kepercayaan bersama. Pertama, pembentukan *Forum Komunikasi UMKM Desa Kaloran, Brimob* menjadi langkah strategis dalam menghubungkan berbagai kelompok pelaku usaha yang sebelumnya terpisah dan jarang berinteraksi. Forum ini tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga ruang dialog terbuka bagi pelaku UMKM untuk bertukar pengalaman, menyelesaikan hambatan usaha, dan menyusun rencana kerja kolektif. Keberadaan forum membuktikan bahwa wadah komunikasi formal mampu mengurangi segregasi sosial, memperkuat interaksi lintas kelompok, serta menciptakan dasar kolaborasi yang lebih kokoh. Kedua, strategi penguatan modal sosial melalui komunikasi organisasi terbukti berhasil meningkatkan jejaring, kepercayaan, dan norma kebersamaan antar pelaku usaha. Melalui workshop, simulasi komunikasi efektif, pelatihan manajemen konflik, dan kegiatan kolaboratif, pelaku UMKM mulai menunjukkan sikap lebih terbuka, saling percaya, dan mau bekerja sama. Interaksi yang sebelumnya sporadis berubah menjadi terstruktur melalui forum UMKM, sementara nilai-nilai kebersamaan menguat melalui penyusunan visi-misi “Kampung Wirausaha”. Proses ini memberikan bukti bahwa modal sosial dapat ditingkatkan secara signifikan melalui pola komunikasi yang terencana dan terarah. Ketiga, keberhasilan program dalam mewujudkan kolaborasi usaha dapat diukur melalui peningkatan partisipasi anggota, tumbuhnya program kolaboratif, munculnya inisiatif ekonomi bersama, dan semakin kuatnya identitas kolektif desa. Adanya pertumbuhan jejaring bisnis, rencana pembentukan koperasi, serta branding awal Kampung Wirausaha menunjukkan bahwa program ini tidak hanya menghasilkan perubahan sosial, tetapi juga membangun fondasi ekonomi yang berpotensi berkelanjutan. Program ini menunjukkan bahwa penguatan komunikasi organisasi dan modal sosial mampu menjadi strategi efektif untuk menciptakan kolaborasi ekonomi inklusif di tingkat desa. Desa Kaloran Brimob kini memiliki struktur, kapasitas, dan komitmen sosial yang lebih solid untuk bergerak menuju Kampung Wirausaha yang partisipatif, inovatif, dan berdaya saing. Pendekatan ini dapat dijadikan model praktik baik bagi desa-desa lain yang menghadapi tantangan sosial serupa.

DAFTAR PUSTAKA

1. Aditya, R., & Rusdianto, A. (2023). *Strategi Pemberdayaan UMKM melalui Digital Marketing di Era Pasca Pandemi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(2), 120–134.
2. Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
3. Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press.
4. Fukuyama, F. (2002). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press.
5. Hartono, B. (2018). *Pemberdayaan UMKM Desa dalam Penguatan Ekonomi Lokal*. Jurnal Pembangunan Daerah, 6(1), 45–58.
6. Ilmi, Z., Farida, N., & Panuju, D. (2023). *Internal Communication and Strategic Engagement in Organizations*. Jurnal Komunikasi Korporat, 12(1), 15–29.

7. Kartikawangi, D., & Dahesihsari, R. (2022). *Organizational Communication Openness in Decision-Making Process: Lessons from Indonesian Companies*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(2), 201–218.
8. Lunenburg, F. C. (2010). *Communication: The Process, Barriers, and Improving Effectiveness*. *Schooling*, 1(1), 1–10.
9. Maznevski, M. L., & Chudoba, K. M. (2000). *Bridging Space Over Time: Global Virtual Team Dynamics and Effectiveness*. *Organization Science*, 11(5), 473–492.
10. Melović, B., Dabić, M., Rogić, S., Ćirović, D., & Prorok, V. (2020). *The Impact of Social Networks and Collaboration on SME Competitiveness in the Digital Era*. *Technological Forecasting and Social Change*, 153, 119–130.
11. Men, L. R., & Yue, C. A. (2024). *Two-Sided Messaging and Organizational Change Communication: Enhancing Legitimacy and Trust*. *Journal of Communication Management*, 28(1), 22–40.
12. Morsing, M., & Schultz, M. (2006). *Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Involvement Strategies*. *Business Ethics: A European Review*, 15(4), 323–338.
13. Noor, N. M. M., Mahbob, M. H., & Salleh, S. M. (2023). *Information Management and Organizational Communication: Revisiting Weick's Information Theory*. *Malaysian Journal of Communication*, 39(1), 89–104.
14. Novitasari, R. (2022). *Sinergi Sosial dan Penguatan UMKM di Pedesaan Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 23(3), 157–168.
15. Paliszkievicz, J., & Guerrero Cusumano, J. L. (2024). *Leadership, Trust, and Organizational Communication: Building a Healthy Organizational Culture*. *Journal of Organizational Effectiveness*, 11(2), 100–117.
16. Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
17. Rengkaningtias, D., & Siswantoyo, T. (2023). *Efektivitas Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Pelayanan Publik*. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 8(2), 67–81.
18. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Organizational Behavior* (16th ed.). Pearson Education Limited.
19. Sagita, N., & Wijaya, H. (2022). *Kepercayaan dan Kolaborasi dalam Penguatan UMKM Berbasis Modal Sosial di Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 45–58.
20. Schoeneborn, D., Vásquez, C., & Kuhn, T. (2025). *The Communicative Constitution of Organization: Twenty Years of CCO Research*. *Academy of Management Annals*, 19(1), 1–33.
21. Shah, S. Z. A., Yasir, M., Majid, A., & Javed, A. (2021). *Internal Communication, Employee Engagement, and Strategic Alignment: A Mediated Model*. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(3), 512–530.
22. Shalahuddin, A., & Nurhaliza, R. (2024). *Crisis Response and Organizational Communication Openness in Public Institutions*. *Jurnal Komunikasi Publik*, 10(1), 50–66.
23. Thomas, G. F., Zolin, R., & Hartman, J. L. (2009). *The Central Role of Communication in Developing Trust and Its Effect on Employee Involvement*. *Journal of Business Communication*, 46(3), 287–310.
24. Wahyuni, S., & Kamaruddin, R. (2023). *Komunikasi Organisasi dan Peningkatan Kualitas Layanan Pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Pendidikan*, 5(1), 78–92.

25. Werder, K. P., & Holtzhausen, D. (2011). *Organizational Structures and Communication Management: A Comparative Analysis*. *Journal of Communication Management*, 15(2), 154–168.
26. Widyarini, E., & Setiawan, D. (2020). *Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi Digital di Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif*, 8(3), 213–227.