

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Strategi komunikasi sangat diperlukan bagi instansi pemerintahan dalam merealisasikan kebijakan maupun program-program tersebut menjadi lebih efektif sehingga tidak hanya diketahui namun dapat diterima oleh masyarakat. Maka dari itu, dengan adanya strategi komunikasi proses penyampaian informasi lebih sesuai dengan konteks komunikasi yang akan disampaikan serta dapat meminimalisir hambatan dalam komunikasi.

Strategi komunikasi merupakan kegiatan yang tidak jarang digunakan oleh instansi pemerintahan untuk mencapai sebuah tujuan dengan mendapatkan hasil yang maksimal, dimana perencanaan dan tujuan terbentuk atas dasar kesepakatan bersama. Unsur-unsur yang terkait mulai dari rencana, tujuan, sasaran komunikasi, peranan komunikator, pesan, media, dan evaluasi. Penentuan strategi komunikasi yang tepat dapat menghasilkan keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Bandung adalah suatu instansi pemerintahan yang memiliki tugas pokok dalam hal pembinaan dan pengembangan terhadap hasil industri, sarana dan pengembangan perdagangan dalam negeri maupun luar negeri. Misi kelima merupakan visi yang menjadi amanat bagi Disperindag karena menyangkut bagaimana menciptakan pembangunan ekonomi sejalan dengan visi pembangunan Kabupaten Bandung untuk menciptakan “Perekonomian Yang Bedaya Saing”.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung di dalamnya terdapat bidang industri agro yang merupakan bidang pengolahan bahan baku alam diproduksi hingga menjadi produk. Bidang industri agro dibagi menjadi tiga bagian yaitu: makanan minuman, kimia atau farmasi dan obat tradisional, hasil perhutanan atau perkebunan dan bahan bangunan. Tugas pokoknya yaitu menyelenggarakan fasilitas pembinaan, pengawasan, dan evaluasi di bidang usaha industri agro.

Klinik Kemasan merupakan pelayanan publik yang disediakan oleh Disperindag Kabupaten Bandung mengenai konsultasi kemasan produk olahan makanan minuman dan pembinaan tata cara pembuatan kemasan produk bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Tujuan Klinik Kemasan yaitu untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam berinovasi kemasan produk.

Di Kabupaten Bandung permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM yaitu keterbatasan modal, pemasaran produk, dan kurangnya daya saing. Hal ini disebabkan karena kualitas produk yang dihasilkan masih belum memenuhi standar, serta peralatan yang dipergunakan masih sederhana atau bisa dikatakan jauh dari teknologi industri.

Sebagai contohnya, salah satu pelaku UMKM yang berasal dari Kecamatan Cimaung Kabupaten Bandung menghasilkan produk keripik ubi dengan rasa yang lezat, akan tetapi harga per kilogram Rp25.000 karena kemasannya sebatas plastik tanpa desain dan tidak memiliki nomor P-IRT dan halal. Namun jika menggunakan desain kemasan yang menarik dan memenuhi standar produk maka akan memiliki

daya tarik serta kepercayaan konsumen terhadap mutu produk tersebut.

Pembuatan produk keripik ubi menggunakan tenaga manual, seperti:

1. Pemotongan ubi menggunakan pisau dapur, sehingga tidak efisien.
2. Proses merekatkan kemasan produk menggunakan lilin api, sehingga beresiko terhadap keselamatan kerja.

Salah satu kendala internal cukup serius yang banyak dihadapi para pelaku UMKM Kabupaten Bandung produk olahan makanan minuman adalah masih rendahnya pengembangan inovasi kemasan dan mutu produk, sehingga akses pasar cenderung statis dan kurang akseleratif. Pada hal ini yang perlu dipahami oleh para pelaku UMKM adalah dasar-dasar pengembangan produk yaitu adanya perbaikan yang berkesinambungan untuk mempertahankan kualitas produk dan menciptakan inovasi baru agar bisa mempertahankan pasar dan bersaing dengan perindustrian lain baik di dalam maupun luar negeri.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak pada jenis produk olahan makanan minuman di Kabupaten Bandung seharusnya dapat lebih berperan serta memberikan kontribusi lebih besar bagi pertumbuhan ekonomi daerah. Tentu hal ini penting dilakukan karena tidak hanya secara kualitas UMKM jenis produk olahan makanan minuman relatif banyak serta hasilnya sampai saat ini selalu mendapat tempat dan nilai tertentu di masyarakat.

Pada umumnya jenis produk olahan makanan minuman cenderung memiliki kelebihan pada nilai kearifan lokal serta kultur daerah. Segmentasi pasarnya dipengaruhi banyak oleh variabel-variabel geografis, demografis dan psikologis.

Sehingga kekuatan pasar akan semakin besar apabila bersentuhan ataupun disentuh dengan kepariwisataan.

Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat membantu perekonomian daerah yang bersangkutan karena dapat mengurangi angka pengangguran. Walaupun setiap wilayah mengalami permasalahan UMKM yang berbeda, namun permasalahan internal yang selalu dihadapi yaitu rendahnya inovasi kemasan dan mutu produk sehingga mempengaruhi akses pasar.

Dilansir dari Situs Resmi Elshinta disebutkan bahwa pada 9 Oktober 2019 penghargaan *Natamukti Award 2019* membuktikan bahwa Makro di Kabupaten Bandung dalam beberapa indikator sudah di atas rata-rata Jawa Barat maupun Nasional, menurut H. Dadang M Nasser selaku Bupati Bandung, meskipun Makro Kabupaten Bandung dalam indikator sudah di atas rata-rata, namun masih terdapat kesenjangan di bagian Mikro, sehingga hal ini yang harus diperhatikan oleh Pemerintah. <sup>[1]</sup>

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung harus merumuskan dan merencanakan strategi komunikasi melalui pelayanan publik Klinik Kemasan untuk memberikan informasi yang berhubungan dengan desain kemasan, bahan kemasan yang sesuai dengan produk, dan informasi tata cara pembuatan kemasan bagi para pelaku UMKM dalam meningkatkan inovasi kemasan produk.

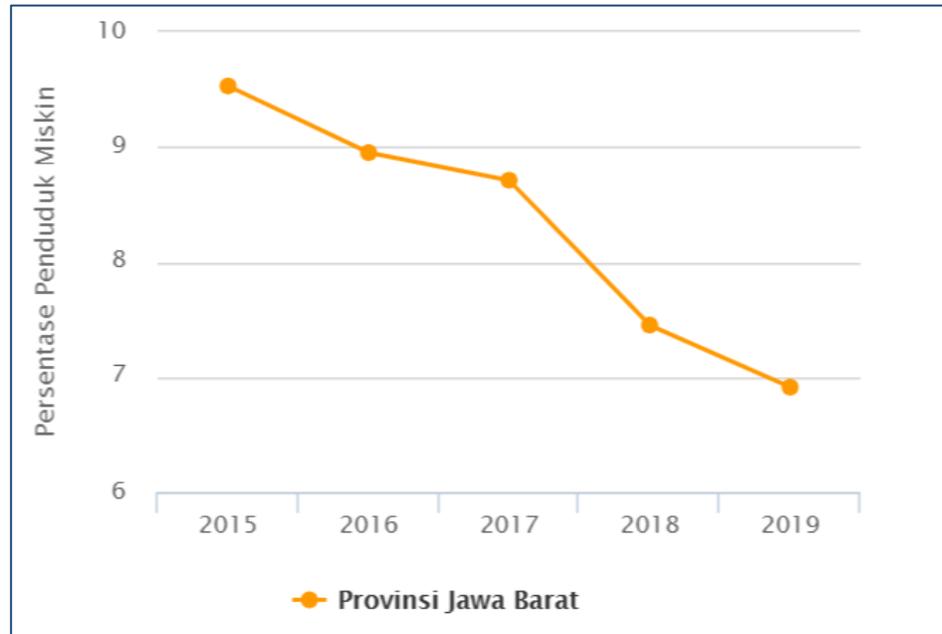
Inovasi merupakan kelanjutan dari sebuah penemuan yang kemudian diciptakan kembali dengan nilai tambah dari penjualannya. Dalam penciptaan nilai tersebut, inovasi harus secara signifikan mampu memberikan nilai tambah

kesejahteraan yang direpresentasikan ada layak jual diterima atau tidaknya produk maupun jasa inovatif tersebut. Inovasi memiliki hubungan erat dengan kemampuan untuk memahami kebutuhan serta keinginan konsumen dan sikap kreatif (Nasution dan Kartajaya, 2018: 3).

Kreativitas adalah sifat yang melekat pada diri seseorang yang mampu berimajinasi dan memiliki inisiatif dalam menghasilkan suatu produk atau jasa yang baru. Kreativitas dalam bisnis dapat dihasilkan melalui proses pelatihan perilaku yang meliputi proses berpikir lancar, fleksibel, orisinal, dan terperinci, serta pelatihan terkait pengambilan risiko, merasakan tantangan, rasa ingin tahu, dan imajinasi (Soegoto, 2014: 151).

Tingkat inovasi dapat dilihat dari kemampuan daya saing negara, dimana peran Sumber Daya Manusia berpendidikan yang kreatif sangat penting dalam menumbuhkan daya saing tersebut. Sehingga pada akhirnya peningkatan daya saing akan menentukan kemakmuran suatu bangsa. Seperti pada tahun 1950-an, Korea Selatan bukanlah negara maju akan tetapi berkat “dendam positif” terhadap penjajahan Jepang membuat Sumber Daya Manusianya memiliki jiwa disiplin, kreatif, dan inovatif sehingga mampu menghasilkan produk dengan merek dunia, seperti Hyundai di bidang otomotif dan Samsung di bidang elektronik (Nasution dan Kartajaya, 2018: 6-7).

**Gambar 1.1**  
**Persentase Penduduk Miskin di Jawa Barat 2015 - 2019**



Sumber: Situs Resmi BPS Provinsi Jawa Barat (22 Maret 2020) <sup>[2]</sup>

Hasil Data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat, selama 4 tahun angka kemiskinan di Jawa Barat menurun dari tahun 2015 yaitu 9,53 persen hingga tahun 2019 menjadi 6,91 persen. Salah satu faktor penurunan persentase angka kemiskinan di Jawa Barat yaitu pembinaan UMKM yang telah memberikan kontribusi bagi masyarakat untuk meningkatkan penghasilannya. Dengan adanya peningkatan penghasilan masyarakat maka akan menurunkan angka kemiskinan.

Dilansir dari Situs Resmi Kompas pada 25 Agustus 2019, menyebutkan bahwa UMKM dianalogikan sebagai cabe rawit, meski ukurannya kecil namun dapat memberikan dampak yang besar. Penyerapan tenaga kerja tergolong tinggi yakni sekitar 96 persen dari total tenaga kerja di Indonesia dan UMKM dapat membantu pemerintah meningkatkan pertumbuhan ekonomi Nasional. <sup>[3]</sup>

**Tabel 1.2**  
**Posisi Negara ASEAN di Indeks Inovasi Dunia 2019**

RANGKING 2019	NEGARA	RANGKING 2018	PERUBAHAN
8	Singapura	5	-3
35	Malaysia	35	0
42	Vietnam	45	3
43	Thailand	44	1
54	Filipina	73	19
71	Brunei	67	-4
85	Indonesia	85	0

Sumber: Situs Resmi CNBC Indonesia (24 Maret 2020) <sup>[4]</sup>

Dilansir dari Situs Resmi CNBC Indonesia pada 25 Juli 2019, menjelaskan bahwa tertinggalnya peringkat Indonesia di tengah revolusi industri 4.0 dan pengembangan industri digital sungguh memprihatinkan, karena *Indeks Inovasi Global (GII) 2019* menyebutkan bahwa aktivitas inovasi yang paling banyak menjamur saat ini berada di Kawasan Asia. Posisi Indonesia tidak berubah dari tahun lalu, kondisi peringkat inovasi Indonesia sama seperti Malaysia yang posisinya juga stagnan. Hanya saja, Malaysia lebih unggul di peringkat 35.<sup>[4]</sup>

Perlu disadari oleh top manajemen dan pemilik perusahaan bahwa aset yang sebenarnya yaitu manusia, bukan aset fisik yang dapat dilihat (*tangible assets*). Dengan demikian, program-program pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan staf sangat diperlukan untuk memupuk aset yang nantinya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. *Intangible assets* (aset tidak berwujud) termasuk dalam kategori *goodwill*. Semakin tinggi kehendak entitas di dalam perusahaan untuk berkembang, semakin tinggi capaian *outcome* yang diperoleh (Nasution dan Kartajaya, 2018: 31).

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, penelitian ini bermaksud sebagai berikut:

### 1.2.1 Rumusan Pertanyaan Makro

Berdasarkan latar belakang masalah yang sebagaimana telah peneliti paparkan, maka peneliti dapat menyimpulkan fokus masalah makro yaitu: “Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah?”

### 1.2.2 Rumusan Pertanyaan Mikro

Setelah mendapati fokus penelitian, peneliti menemukan pertanyaan mikro sebagai berikut:

1. Bagaimana penyusunan **Rencana** oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah?
2. Bagaimana penetapan **Tujuan** oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah?
3. Bagaimana penentuan **Sasaran Komunikasi** oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik

Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah?

4. Bagaimana pemilihan **Peranan Komunikator** oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah?
5. Bagaimana penyusunan **Pesan** oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah?
6. Bagaimana pemilihan **Media** yang digunakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah?
7. Bagaimana proses **Evaluasi** yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan, sebagai berikut:

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengkaji, memahami, dan mendeskripsikan mengenai Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penyusunan **Rencana** oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.
2. Untuk mengetahui penetapan **Tujuan** oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.
3. Untuk mengetahui penentuan **Sasaran Komunikasi** oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.
4. Untuk mengetahui pemilihan **Peranan Komunikator** oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.

5. Untuk mengetahui penyusunan **Pesan** oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.
6. Untuk mengetahui pemilihan **Media** yang digunakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.
7. Untuk mengetahui proses **Evaluasi** yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan dalam Meningkatkan Inovasi Kemasan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu pengetahuan tentang ilmu komunikasi secara umum dan secara khusus terkait dengan bidang kajian strategi komunikasi.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

#### **1. Kegunaan Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, khususnya dalam mempelajari strategi komunikasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan. Selanjutnya

diharap penelitian ini juga membuka cara pikir positif bagi peneliti agar lebih mengembangkan dan menerapkan ilmu lebih meluas serta mendalam dari waktu ke waktu.

## **2. Kegunaan Bagi Universitas**

Adapun kegunaan utama bagi Universitas, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu untuk pengembangan disiplin ilmu yang bersangkutan. Juga menjadi referensi para mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya baik itu dalam hal mendapatkan pembelajaran baru ataupun menjadi paduan pembelajaran.

## **3. Kegunaan Bagi Lembaga**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Dinas terkait, agar dapat menindaklanjuti segala masalah mengenai strategi komunikasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan.

## **4. Kegunaan Bagi Masyarakat**

Penelitian ini berguna bagi masyarakat terutama sebagai bahan informasi serta dapat memberikan pemahaman mengenai pelayanan publik oleh Klinik Kemasan dalam meningkatkan inovasi kemasan bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).