

BAB I

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang berpotensi besar dalam penyerapan tenaga kerja dan dapat dijadikan sebagai wadah bagi pendidikan dalam meningkatkan ekonomi Nasional. UMKM memiliki posisi yang strategis dan ketahanannya cukup dominan serta terdapat dalam setiap sektor ekonomi, UMKM juga berperan sebagai stabilitas nasional serta terbukti menjadi pilar perekonomian yang dalam menghadapi segala krisis ekonomi.

Kapanewon Banguntapan, merupakan daerah padat penduduk yang terletak di pinggiran kota Daerah Istimewa Yogyakarta. Di Kapanewon ini terdapat forum para pelaku usaha yaitu UMKM Kapanewon Banguntapan, disini tercatat sejak 2015-2019 ada 1.327 pelaku usaha yang mengajukan perizinan usaha. Dari jumlah tersebut terbagi menjadi beberapa jenis usaha seperti sembako, jasa pijat, olahan, batik, konveksi, dan craft.

Meningkatnya aktivitas UMKM ini berdampak pada pertumbuhan ekonomi daerah, perekonomian daerah umumnya ditopang oleh kegiatan yang berskala kecil dan menengah. Dalam mengembangkan kinerjanya UMKM dapat mengkombinasikan sumberdaya ekonomisnya, kemudian akan terlihat seberapa efisien kinerjanya tersebut. Selain itu UMKM juga

memerlukan interaksi dan adaptasi dengan pembina maupun sesama pelaku usaha untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan kewirausahaan yang bertujuan bagaimana kedepan seorang pelaku usaha akan menjalankan bisnisnya.

Manusia adalah makhluk yang akan selalu berkeinginan untuk bertukar gagasan, saling memberi informasi baru, saling berbagi pengalaman, memenuhi kebutuhan dan saling menolong antar sesama. Hal tersebut bisa berjalan dengan lancar apabila menggunakan suatu system yang tepat (Suranto A.W,2011).

Dalam sebuah perkumpulan UMKM, komunikasi merupakan aspek penting sebagai koordinasi karena mereka yang ada didalamnya saling bergantung. Komunikasi merupakan proses pernyataan sesama manusia yang mencurahkan pikiran, ide atau perasaan dari satu orang kepada orang lain menggunakan sebagai alat penyalurnya. Interaksi yang harmonis antara pembina dan pelaku usaha baik hubungannya secara timbal balik atau horizontal disebabkan oleh proses komunikasi.

Dalam mendirikan sebuah bisnis, penting untuk memiliki komunikasi yang efektif serta pendekatan pembelajaran kewirausahaan yang komprehensif dan berpengaruh pada performa serta sikap pengusaha kecil dan menengah, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia (Soegoto, 2018). Komunikasi merupakan pondasi dari interaksi manusia untuk berhubungan secara efektif baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam konteks lainnya, karena setiap individu terlibat dalam

proses komunikasi. Komunikasi adalah aktivitas yang sangat melekat pada hidup manusia, manusia membutuhkan komunikasi untuk melangsungkan hidupnya. Setiap individu akan berinteraksi satu dengan lainnya, hal ini menunjukkan bahwa manusia tidak bisa hidup sendiri dan melalui komunikasi berbagai tujuan yang ingin dicapai akan tersampaikan kepada orang lain.

Komunikasi memberikan peran penting dalam membangun sebuah hubungan khusus antarpribadi untuk mencapai tujuan komunikasi yaitu terwujudnya hubungan baik antara komunikator dan komunikan diperlukan adanya sikap saling memahami. Komunikasi interpersonal adalah salah satu komunikasi yang sering digunakan dalam keseharian, komunikasi interpersonal dapat ditemukan dalam konteks antar dua orang, kelompok kecil maupun sebuah organisasi.

Komunikasi adalah proses dimana seseorang (Komunikator) menyampaikan pesan (stimulus) dalam bentuk kata-kata yang bertujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain. Komunikasi memiliki peran penting dalam UMKM yang berguna untuk menunjang proses interaksi satu sama lainnya untuk mencapai sebuah tujuan. Komunikasi yang biasanya dilakukan meliputi komunikasi pribadi atau komunikasi interpersonal antara pembina dan pelaku usaha. Hubungan yang baik antara Pembina dan pelaku usaha dapat dijadikan sumber pertukaran informasi dan pembelajaran mengenai kewirausahaan, kemudian organisasi UMKM adalah wadahnya.

Proses komunikasi interpersonal antara Pembina dan pelaku usaha adalah metode yang efektif dalam menciptakan pengetahuan. Semakin baik kemampuan komunikasi seseorang, semakin besar kemungkinan pesan akan disampaikan dengan efektif. Gaya komunikasi menjadi aspek menarik dalam proses ini, karena pertukaran informasi dapat membentuk asumsi dan mempengaruhi individu yang menggunakan teknologi untuk mencari informasi, sebelum akhirnya beralih kepada seorang informan. Komunikasi interpersonal sangat relevan dalam konteks hubungan antara Pembina dan pelaku usaha, karena keberhasilannya tidak bergantung pada teknologi, melainkan pada kualitas individu yang terlibat.

Komunikasi interpersonal yang efektif dilakukan melalui dialog, yaitu melibatkan dua orang yang saling bertukar pesan secara timbal balik. Dengan pendekatan dialogis ini, interaksi menjadi lebih dinamis karena setiap pihak, baik pembicara maupun pendengar, dapat menjalankan perannya secara bersamaan dan saling berkontribusi.

Komunikasi Interpersonal mempunyai sesuatu yang unik yaitu proses hubungan yang dimulai secara psikologis dan bisa menimbulkan keterpengaruhan. Pengirim pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek umpan balik yang langsung disebut komunikasi interpersonal. Komunikasi mempunyai dua fungsi yang berbeda, pertama sebagai fungsi dengan tujuan untuk mencapai sesuatu kegembiraan serta dapat menunjukkan ikatan dengan orang lain. Kedua komunikasi dapat

digunakan sebagai cara pengambilan keputusan dalam suatu keadaan tertentu (Mulyana, 2005)

Dalam operasional UMKM, juga harus diimbangi dengan jiwa kewirausahaan. Pelaku usaha yang mempunyai kualitas sumber daya manusia yang baik dan mempunyai jiwa wirausaha yang tinggi akan mempengaruhi perkembangan usaha yang sedang mereka bangun. Sikap wirausaha dapat memajukan usaha dengan mereka menciptakan sebuah inovasi dan kreasi yang terbaru. Komunikasi antara Pembina dan pelaku usaha merupakan salah satu kewajiban mereka yang berada di organisasi tersebut. Pembina yang memiliki pengalaman serta pengetahuan yang lebih luas tentang kewirausahaan, penting bagi dirinya berbagi ilmu mengenai kewirausahaan yang kemudian akan diserap dan membentuk stimulus bagi pelaku usaha (komunikasikan) dan akan membentuk karakter, sifat, dan , memotivasi bagi wirausaha.

UMKM Kapanewon Banguntapan berusaha membentuk jiwa kewirausahaan kepada mereka yang sedang membangun bisnis baru, ini dilakukan dengan kemampuan komunikasi interpersonal antara pembina dan pelaku usaha. Hal ini yang menjadi penelitian, yaitu untuk mengetahui bentuk komunikasi interpersonal dalam pembentukan jiwa *entrepreneurship*.

B. Rumusan Masalah

Dari penjabaran di atas, rumusan masalah yang hendak dicapai peneliti sebagai berikut :

- a. Bagaimana komunikasi Interpersonal antara Pembina dan pelaku usaha UMKM Kapanewon Banguntapan dalam pembentukan jiwa *entrepreneurship*.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui proses komunikasi Interpersonal antara Pembina dan pelaku usaha UMKM Kapanewon Banguntapan dalam pembentukan jiwa *entrepreneurship*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat bagi pembaca, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan mampu menjadi sarana dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi khususnya komunikasi interpersonal antara Pembina dan pelaku UMKM dalam pembentukan jiwa *entrepreneurship*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan dapat menjadi saran dan kritik yang bermanfaat bagi Pembina UMKM dalam membentuk jiwa *entrepreneurship* pelaku usaha UMKM Kapanewon Banguntapan.

E. Kajian Pustaka

a. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai komunikasi interpersonal telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian sebelumnya dengan harapan menambah wawasan bagi pembaca mengenai komunikasi interpersonal. Untuk mengetahui perbedaan dan orisinalitas penelitian ini dengan penelitian sebelumnya berikut akan dipaparkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

1. Rani Purnama Sari 2017, Efektivitas Komunikasi Antarpribadi dalam Pembentukan Perilaku Tahanan di Rutan Kelas II B Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, hasil penelitian tersebut bahwa Komunikasi Antarpribadi berhasil dilakukan oleh Sipir dalam pembentukan karakter tahanan, kemudian selain dari pihak rutan faktor pendukung keberhasilan juga datang dari orangtua dan kerabat. Efektivitas Komunikasi Antarpribadi yang berhasil dilakukan ini bertujuan agar tahanan dapat membentuk dirinya melalui mutu pengajaran dan dapat menyongsong kehidupan baru. Persamaan penelitian ini adalah sama-

sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan meneliti efektivitas Komunikasi Interpersonal.

2. Mutia Khanza Azzahrani 2023, Komunikasi Interpersonal Para Ustadz dalam Membentuk Akhlak Santri di Pondok Pesantren Teknologi Riau. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, hasil penelitian ini bahwa Komunikasi Interpersonal yang dibangun para Usatdz dilakukan secara rutin dan menunjukkan isi pesan, metode penyampaian serta peran komunikatornya kepada para santri. Persamaan penelitian ini adalah tentang Komunikasi Interpersonalnya.
3. Zulham Raynaldi 2019, Komunikasi Interpersonal Guru dan Murid dalam Proses Pembentukan Karakter Anak Sholeh Sejak Dini di PAUD AL-Barokah Celeban Baru Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, hasil penelitian ini bahwa pentingnya keterbukaan, empati, sikap mendukung dan kualitas lain yang menciptakan interaksi yang bermakna bagi anak-anak, pembiasaan keteladanan, nasihat dan cerita juga sebagai salah satu strategi dalam pembentukan karakter anak. Persamaan dengan penelitian ini adalah menekankan efektivitas Komunikasi Interpersonal.

F. Kerangka Teori

A. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal melibatkan setidaknya dua orang, masing-masing dengan kualitas, nilai, pendapat, sikap, ide, dan tindakan yang berbeda. Komunikasi interpersonal adalah jenis kontak manusia di mana dua atau lebih orang berkomunikasi dan

mempengaruhi satu sama lain secara bersamaan. Ketika orang mendapatkan informasi pada saat yang sama atau sebagai hasil dari kontak mereka, ini disebut sebagai dampak pada perilaku mereka.

Komunikasi antar orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal. Komunikasi interpersonal sangat potensial digunakan sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain. Karena dapat menggunakan untuk mendukung saat membujuk pesan yang sedang kita komunikasikan kepada komunikan. Komunikasi interpersonal merupakan yang paling lengkap dan sempurna sehingga komunikasi antar pribadi berperan penting hingga kapanpun selama manusia masih mempunyai emosi, komunikasi tatap muka sejatinya membuat manusia merasa lebih akrab, berbeda dengan komunikasi melalui media massa.

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang satu orang atau lebih yang dapat langsung diketahui timbal baliknya. Dengan bertambahnya persepsi orang dalam kejadian komunikasi sehingga bertambah kompleks komunikasi tersenut. (Arni Muhammad, 2009 :158).

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan peserta yang terlibat

menangkap reaksi orang lain secara langsung. Keberhasilan komunikasi interpersonal menjadi tanggung jawab orang-orang yang terlibat dalam komunikasi, komunikasi interpersonal dianggap sebagai jenis komunikasi yang paling efektif dalam mengubah sikap, pendapat, dan perilaku seseorang.

Dalam buku komunikasi dan hubungan yang ditulis oleh H. A.W. Widjaja, bahwa komunikasi antar pribadi yang sekarang disebut komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara 2 orang atau lebih dalam suatu kelompok kecil manusia. Sedangkan menurut Joseph. A. Devito yang dikutip Alo Liliweri bahwa komunikasi interpersonal merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain sehingga dapat saling membantu dan merubah tingkah laku sesuai yang dikehendaki.

a. Komunikasi Organisasi

Organisasi bertalian dengan bagaimana dan mengapa seseorang bertindak, berfikir, serta merasa dirinya berada dalam satu peraturan organisasi. Makna komunikasi organisasi dapat kita fahami dengan merujuk pada beberapa pengertian komunikasi dan organisasi sebagai berikut :

Istilah "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "communication," yang berarti pemberitahuan, distribusi, atau pertukaran. Dalam konteks

ini, komunikator mengharapkan adanya tanggapan dan pertimbangan dari komunikan. Kata "komunikasi" sendiri berasal dari kata sifat Latin "communis," yang berarti umum, serta "communicare," yang artinya berdialog, berunding, atau musyawarah (Anwar Arifin, 1994: 24).

Komunikasi adalah proses yang umumnya digunakan manusia untuk berinteraksi. Harold D. Laswell menjelaskan komunikasi dengan formula yang menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: Who (Siapa), Says What (Mengatakan Apa), In Which Channel (Melalui Saluran Apa), To Whom (Kepada Siapa), With What Effect (Dengan Efek Apa). Formula ini dikenal sebagai formula Laswell (Effendy, 256). yang maknanya mencakup unsur-unsur komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, audience, dan efek. Komunikasi dapat dimaknai sebagai kegiatan penyampaian pesan yang bertujuan menyamakan makna dari komunikator kepada komunikan.

Komunikasi merupakan aktivitas sehari-hari yang digunakan oleh manusia agar dapat berhubungan satu sama lainnya dimanapun mereka berada. Komunikasi yang efektif juga sangat menentukan keberhasilan sebuah interaksi, baik itu dengan orang umum maupun dalam lingkungan formal. Komunikasi juga merupakan sebuah kegiatan untuk berbagi informasi, gagasan maupun pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang terlibat didalamnya untuk mencapai sebuah tujuan bersama yaitu kesamaan makna.

Organisasi didefinisikan sebagai sebuah unit entitas yang dikoordinasikan secara sadar, terdiri dari dua orang atau lebih, dan berfungsi secara relatif terus-menerus untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama (Stephen P. Robbins, 2001).

Evert M. Rogers dan Rekha Agarwala Rogers sebagaimana dikutip oleh Effendy memandang organisasi adalah sebuah struktur yang menjalankan proses untuk mencapai tujuan yang sebelumnya telah ditetapkan dalam interaksi manusia satu dengan lainnya yang berjalan secara harmonis, dinamis, dan pasti. Ketetapan struktur organisasi yang menjalankan prosesnya ini secara sistem mereka akan dapat menyelesaikan tujuannya secara efektif dan masukan yang diproses akan menghasilkan keluaran yang diharapkan sesuai dengan biaya maupun waktu yang telah ditetapkan.

Pace & Faules (2001:10) menjelaskan bahwa ada dua pendekatan dalam memahami organisasi: objektif dan subjektif. Pendekatan objektif melihat objek, perilaku, dan peristiwa sebagai hal yang ada secara nyata di dunia dan tidak tergantung pada pandangan pengamat. Sebaliknya, pendekatan subjektif menganggap bahwa realitas adalah konstruksi, yaitu proses kreatif yang memungkinkan individu untuk menciptakan dan memahami apa yang ada di luar dirinya. Dalam pendekatan objektif organisasi adalah sesuatu yang bersifat fisik dan kongkret dan sebuah struktur yang memiliki batasan pasti dan stabil. Pendekatan subjektif melihat organisasi sebagai kumpulan kegiatan

yang dilakukan oleh individu melalui tindakan, interaksi, dan transaksi yang melibatkan orang lain. Dalam pandangan ini, organisasi dianggap sebagai hasil dari proses kreatif dan sosial yang dilakukan oleh anggotanya. Komunikasi Organisasi merupakan sebuah penafsiran pesan antara unit komunikasi yang merupakan bagian dari sebuah organisasi. Bila dilihat komunikasi organisasi lebih menekankan pada aspek fungsional atau objektif, dari segi subjektif komunikasi organisasi dipandang sebagai proses penciptaan makna dan interaksi dalam organisasi. Komunikasi organisasi adalah perilaku pengorganisasian yang telah terjadi, dan bagaimana orang-orang yang terlibat di dalamnya memberi makna atas apa yang terjadi. Salah satu ciri-ciri komunikasi organisasi yang paling nyata adalah konsep hubungan, karena organisasi merupakan sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung. Sesuatu yang saling bergantung hal-hal yang didalamnya juga saling mempengaruhi dan dipengaruhi satu sama lainnya, pola hubungan dalam komunikasi organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan. Anggota organisasi dalam berkomunikasi mungkin bertindak tidak secara resmi artinya tidak melihat jabatan dan peranan dan diwarnai oleh sifat hubungan interpersonal.

b. Hakekat Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi merupakan segala hal yang berhubungan dengan peran maupun status setiap individu di dalam sebuah organisasi. Peran dan status individu akan menentukan cara bagaimana dirinya

akan berkomunikasi dengan orang lain dan bagaimana orang lain akan berkomunikasi dengannya. Komunikasi organisasi juga merupakan sebuah penjelasan teoritis atas praktek komunikasi dalam sebuah organisasi yang didalamnya melayani kebersamaan didalam maupun luar organisasi. Komunikasi organisasi berkaitan dengan peran serta status setiap orang dalam organisasi, karena peran dan status seseorang menentukan cara bagaimana berkomunikasi dengan lawan bicara, juga bagaimana cara berkomunikasi dengannya. Karena seseorang yang baik adalah mereka yang selalu menghubungkan peran dan status dengan pekerjaan, (Alo Liliweri, 1997:59). Dengan adanya komunikasi organisasi, didalamnya dapat membedakan dua hal yaitu :

1. Dapat menunjukkan bagaimana peran anggota bekerja sebagai Organisatoris.
2. Dapat menunjukkan bagaimana operasi jaringan kerja yang mengaitkan mereka satu sama lainnya.

Komunikasi juga sangat penting dalam sebuah organisasi karena :

1. Komunikasi merupakan sebuah jalan karena melalui komunikasi orang-orang mencari informasi dan mengembangkan sejumlah kriteria demi mendapatkan sebuah pekerjaan.
2. Komunikasi merupakan proses bagi mereka dalam menentukan sebuah pilihan.

c. Fungsi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi merupakan aktivitas yang sudah melekat dalam keseharian hidup manusia, begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia seperti pendapat Stephen P. Robbins dalam bukunya yang berjudul *Perilaku Organisasi* menjelaskan bahwa komunikasi dalam sebuah kelompok atau organisasi memiliki empat fungsi utama:

- a. Fungsi Kendali
- b. Fungsi Motivasi
- c. Pernyataan Emosi
- d. Informasi

Dalam konteks organisasi, komunikasi berfungsi secara signifikan untuk mengendalikan anggota anggotanya. Misalnya, komunikasi digunakan untuk menetapkan aturan, prosedur, dan harapan, serta untuk memastikan bahwa semua anggota memahami dan mengikuti pedoman yang telah ditetapkan. Sebuah organisasi pasti ada sebuah aturan yang sebelumnya telah disepakati. Melalui komunikasi dapat memenuhi kebutuhan manusia dan menjadi sarana menciptakan hubungan yang baik juga seluruh pihak yang terlibat dapat saling memotivasi, mendorong satu sama lainnya demi mewujudkan keberhasilan dan visi misi organisasi.

d. Tujuan Komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu, ada bermacam tujuan komunikasi interpersonal :

- a. Menemukan diri sendiri, seseorang yang telah mendapatkan sebuah informasi, maka dirinya akan mengetahui dan menentukan karakteristik pribadinya sendiri. Dalam pertemuan satu orang dengan orang lain, maka satu orang itu telah belajar mengenai dirinya sendiri maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberi kesempatan bagi setiap individu untuk mengungkapkan tentang dirinya sendiri, kemudian dengan berdiskusi seseorang akan memberikan umpan balik yang luar biasa pada perasaan, pikiran maupun tingkah laku.
- b. Menemukandunia luar,dengan komunikasiinterpersonal maka kita akan mendapatkan banyak informasi dari berbagai pihak yang sifatnya penting dan actual. Dalam komunikasi interpersonal menjadikan seseorang lebih banyak memahami tentang dirinya sendiri dan orang lain yang menjadi lawan bicaranya. Dengan melakukan komunikasi interpersonal orang akan mendapat banyak informasi, meskipun informasi juga dapat dengan mudah diakses melalui media massa, tetapi tidak jarang informasi itu didiskusikan dan dipelajari melalui interaksi interpersonal.
- c. Membangun dan memelihara hubungan yang harmoni, manusia adalah salah satu makhluk 16endid, dimana salah satu kebutuhan paling besar manusia adalah membentuk hubungan yang baik dengan orang lain.

Artinya komunikasi interpersonal benar-benar digunakan oleh individu yang berkomunikasi secara interpersonal untuk membentuk hubungan 17endid antara keduanya dengan saling memahami setiap pesan yang mereka terima.

- d. Komunikasi interpersonal mempengaruhi sikap dan tindakan dengan mentransfer sinyal dari satu orang ke orang lain untuk menginformasikan dan memodifikasi sikap, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Komunikasi interpersonal memungkinkan kita untuk belajar lebih banyak tentang diri kita sendiri dan orang lain, sehingga membangun koneksi dan meningkatkan kualitas kontak. untuk membantu dan mempengaruhi tindakan seorang pria berdasarkan keinginannya sendiri.

- e. Unsur Komunikasi Interpersonal

Unsur-Unsur Komunikasi Interpersonal (Burgon & Huffner, 2002):

1. Sensasi, adalah proses penangkapan stimulus berupa pesan atau informasi baik yang verbal maupun non verbal, saat proses sensasi berlangsung panca 17endid manusia sangat dibutuhkan, khususnya mata dan telinga.
2. Persepsi, merupakan proses pemberian makna terhadap sebuah informasi yang ditangkap oleh sensasi dan pemberian makna ini melibatkan unsur subyektif.

3. Memori, merupakan proses penyampaian dan evaluasi informasi dalam kognitif individu, kemudian hasil evaluasi akan diingat pada suatu saat. Proses pengingatan ini dinamakan recalling.
4. Berpikir, merupakan proses pengolahan dan memanipulasi informasi untuk memenuhi kebutuhan atau penyelesaian masalah, meliputi proses pengambilan keputusan, pemecahan masalah, dan berpikir kreatif. Kemudian setelah mendapat evaluasi pada proses komunikasi interpersonal, maka akan ada antisipasi terhadap proses komunikasi yang selanjutnya.

f. Klasifikasi Komunikasi Interpersonal

Redding (dalam Muhammad, 2002:159-160) mengembangkan bahwa klasifikasi komunikasi interpersonal menjadi reaksi intim, percakapan langsung, interogasi, dan wawancara.

- a. Interaksi intim, yang mencakup komunikasi antara teman dekat, anggota keluarga, dan mereka yang memiliki hubungan emosional yang mendalam. Kekuatan koneksi mempengaruhi jenis interaksi yang terjadi.
- b. Percakapan yang ketat adalah pertemuan yang bertujuan untuk memuaskan seseorang dengan jumlah kecil pidato; kontak tatap muka sangat penting untuk membangun koneksi informal.
- c. Interogasi atau pemeriksaan adalah transaksi di mana seseorang dalam meminta atau bahkan menuntut informasi dari orang lain.

d. Sebuah wawancara adalah jenis komunikasi interpersonal di mana dua orang memiliki percakapan yang terdiri dari pertanyaan dan jawaban. Pada tahap ini, satu orang mengajukan pertanyaan, yang lain mendengarkan, dan kemudian memberikan jawaban yang menangani tujuan wawancara.

g. Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Efektivitas Komunikasi Interpersonal dimulai dengan keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan.

a. Keterbukaan (*Openness*)

Komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada lawan interaksinya, komunikator bersedia Untuk merespons dengan jujur terhadap stimulus yang diterima, serta mengelola perasaan dan pikiran, diperlukan keterbukaan. Keterbukaan mencerminkan kesediaan seseorang untuk membuka diri dan memberikan informasi yang dimiliki ketika diminta, serta dengan senang hati menanggapi informasi yang diterimanya. Sikap keterbukaan ini ditandai dengan kejujuran dan sangat berpengaruh dalam membangun komunikasi interpersonal yang efektif antara komunikator dan komunikan. Empati (*Empathy*)

Empati adalah bagaimana kita merasakan sesuatu seperti orang lain yang mengalaminya, individu dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun non verbal. Empati juga dapat disebut sebagai

kemampuan seseorang untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain, rasa empati yang tumbuh dalam proses komunikasi interpersonal akan menyebabkan suasana dan hubungan dalam komunikasi menjadi berkembang, kemudian rasa empati dapat menjadi pengendali bagi pelaku komunikasi agar dapat saling memahami apa yang menjadi kebutuhan mereka.

b. Sikap mendukung (*Supportiveness*)

Hubungan interpersonal membutuhkan sikap yang mendukung, yang dapat dicapai dengan deskriptif, profesional, dan spontan. Komunikasi terbuka dan empati tidak dapat terjadi dalam lingkungan yang tidak mendukung, yang berarti bahwa kedua komunikator dan komunikan harus berkomitmen untuk saling mendukung.

c. Sikap positif (*Positiveness*)

Setiap orang yang terlibat dalam kontak interpersonal memiliki setidaknya dua metode untuk menunjukkan sikap positif: pertama, mengekspresikan sikap positif, dan kedua, secara positif mendorong teman-teman untuk berkomunikasi. Satu harus memiliki pemikiran yang baik terhadap diri sendiri dan orang lain untuk mengembangkan sikap yang lebih aktif dan merangsang kontak yang efisien dengan orang lain. Sikap baik dapat ditunjukkan dengan menghormati orang dan percaya pada nilai mereka dalam keberadaan manusia.

d. Kesetaraan (*Equality*)

Kesetaraan adalah sikap di mana kita memperlakukan orang sama atau pada tingkat yang sama, tanpa menunjukkan keunggulan atas rekan-rekan kita. Dalam interaksi interpersonal yang setara, ketidaksetujuan dan konflik dipandang sebagai kesempatan untuk memahami perbedaan yang tidak diragukan lagi akan ada daripada sebagai peluang untuk menolak pihak yang berlawanan.

Keefektifan hubungan antar pribadi ditentukan oleh kemampuan diri sendiri untuk mengkomunikasikan dengan jelas hal apa yang ingin disampaikan, serta dapat menciptakan kesan yang ingin disampaikan dan dapat mempengaruhi orang lain. Seseorang dapat meningkatkan keefektifan hubungan antar pribadi dengan berlatih mengungkapkan maksud-maksud yang ingin disampaikan, menerima *feedback* serta memodifikasi tingkah laku hingga seseorang dapat mempersepsikan apa yang dimaksudkan (Supratiknya, 1995:24)

h. Proses Komunikasi Interpersonal

Proses komunikasi interpersonal mencakup langkah-langkah yang menggambarkan bagaimana kegiatan komunikasi berlangsung. Dalam praktiknya, manusia seringkali tidak memikirkan secara rinci tentang setiap aspek komunikasi. Hal ini karena komunikasi sering kali terjadi secara otomatis dan intuitif dalam interaksi sehari-hari. Meskipun

demikian, memahami proses komunikasi dapat membantu meningkatkan efektivitas interaksi dan memperjelas bagaimana pesan disampaikan dan diterima dalam konteks interpersonal. komunikasi selalu terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan tidak memerlukan penyusunan langkah-langkah ketika hendak berkomunikasi.

Prosedur interaksi interpersonal terjadi ketika pesan disampaikan secara verbal atau nonverbal, melalui suara atau tertulis. Dalam proses komunikasi interpersonal, ada komponen komunikasi yang berinteraksi secara integratif berdasarkan karakter masing-masing komponen. Prosedur komunikasi adalah tahap yang mengangkut komunikasi dari pengirim ke penerima.

Ismail Sholihin menjelaskan bahwa proses komunikasi interpersonal adalah :

- a. Adanya komunikator yang memiliki ide atau gagasan untuk dibagikan kepada orang lain.
- b. Encoding atau penyusunan ide ke dalam bentuk symbol-simbol pesan oleh komunikator
- c. Pemilihan dan penggunaan media atau saluran sebagai sarana penyalur pesan
- d. Komunikasi sebagai penerima pesan
- e. Decoding atau menerjemahkan dan memahami pesan oleh komunikasikan

- f. Umpan balik sebagai respon pemahaman komunikasi terhadap pesan.

B. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari kata *Entrepreneurship* menurut Soeharmidjaja dalam Ramadhani (2017:33) suatu kemampuan dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup Kewirausahaan adalah fungsi yang mencakup eksploitasi peluang-peluang yang muncul dipasaran, berhubungan dengan pengarahan dan kombinasi input produktif. Seorang wirausaha diharuskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dikaitkan dengan tindakan kreatif serta inovatif.

Kewirausahaan adalah proses penciptaan suatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, seseorang yang berwirausaha dapat dikatakan sebagai Orang yang mampu mengubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan, dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar serta melakukan perubahan dan inovasi dengan cara yang baru sering disebut sebagai *entrepreneur* atau wirausahawan. Mereka memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan menciptakan nilai tambah melalui inovasi dan kreativitas dalam cara kerja dan produk

.Menurut Thomas W. Zimmerer dan NormanM. Scarborough Wirausaha adalah orang yang dapat menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikaninya

Wirausaha adalah proses pengambilan risiko dalam menjalankan usaha secara mandiri dengan memanfaatkan peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan inovatif. Tujuannya adalah agar usaha yang dikelola dapat berkembang menjadi besar dan mandiri, serta mampu menghadapi tantangan persaingan (Nasrullah Yusuf, 2006).

Berikut adalah fungsi kewirausahaan menurut Saiman (2014:45)

a. Fungsi Makro

Kewirausahaan memiliki fungsi dalam ekonomi nasional yaitu sebagai penggerak, pengendali ,dan pemacu perekonomian suatu negara. Adanya kewirausahaan ,wirausahawan memiliki fungsi untuk menciptakan investasi baru, menghasilkan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, mengurangi kesenjangan dan meningkatkan kesejahteraan.

b. Fungsi Mikro

Wirausahawan memiliki fungsi untuk menanggung resiko dan ketidakpastian ,mengkombinasikan peluang peluang kedalam

cara yang baru dan berbeda, dan menciptakan usaha serta peluang usaha baru.

Berikut adalah tahapan kewirausahaan:

- a. Tahap memulai, dimana seseorang wirausaha harus mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan, termasuk melihat peluang usaha yang memungkinkan apakah dapat membuka usaha baru, dan melakukan akuisisi serta pemilihan jenis usaha yang sesuai dengan bidangnya.
- b. Tahap melaksanakan, seorang wirausaha harus dapat mengelola berbagai aspek yang berkaitan dengan usahanya yang mencakup pembiayaan, SDM, kepemimpinan, bagaimana mengambil keputusan atas resiko yang akan dihadapi.
- c. Tahap mempertahankan usaha, pada tahap ini seorang wirausaha harus menganalisis jalannya usaha atau perkembangan yang telah dicapai, untuk bergerak ke arah selanjutnya dengan segala kondisi yang akan dihadapi.

Proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi, inovasi berasal dari ide pribadi seorang wirausaha maupun yang berasal dari masukan orang lain juga factor lingkungan, kebudayaan, dan pendidikan. Factor ini yang akan membentuk kreativitas dan inovasi wirausahawan, secara internal inovasi didapatkan dari pribadi seorang wirausaha, kemudian factor lainnya yang akan menciptakan peluang dan aktivitas kewirausahaan.

Menurut Suryana (2013, 2) proses kreatif dan inovatif hanya dapat dilakukan oleh individu yang mempunyai jiwa dan sikap kewirausahaan meliputi percaya diri, inisiatif, motif berprestasi, jiwa kepemimpinan yang tinggi, dan berani dalam mengambil resiko. Beberapa jiwa wirausaha menurut Sunarya, PO Abas, Sudaryono dan Saefullah Asep adalah :

- a. Berani bermimpi
- b. Berani mencoba
- c. Berani gagal
- d. Memanfaatkan peluang bisnis
- e. Memulai bisnis baru
- f. Belajar bisnis sambil berjalan
- g. Sukses adalah guru yang buruk
- h. Emosi dalam bisnis
- i. Wirausaha kreatif dan Optimisme wirausaha

C. Jiwa Wirausaha

Jiwa Wirausaha merupakan suatu kemandirian untuk mencari sebuah sumber penghasilan dengan membuka usaha ataupun menyalurkan kreatifitas yang ada dalam diri seseorang untuk kemudian dijadikan ladang mencari penghasilan. Jiwa Kewirausahaan ditanam sejak seseorang mulai sadar bahwa menghasilkan uang itu sangat penting dan orang tersebut memiliki keterampilan dalam membuat barang maupun penyediaan jasa yang dapat dijual,

seseorang akan belajar untuk lebih mandiri, kritis dan maju apabila ditanamkan jiwa kewirausahaan sejak dini maupun sejak dirinya tertarik dengan kewirausahaan.

Entrepreneur adalah seseorang yang memiliki jiwa kemampuan (ability) yang bersifat kreatif dan inovatif, mampu menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, mampu mencari peluang, berani menanggung resiko dan mampu mengembangkan ide dan meramu sumber daya. Jiwa wirausaha adalah seseorang yang mempunyai dorongan untuk menciptakan sesuatu, pengambilan resiko, percaya diri dan mempunyai kemampuan berpikir kreatif. (Soegoto, 2014 :2007).

Jiwa kewirausahaan merupakan sebuah kepribadian yang telah terinternalisasi melalui nilai kewirausahaan bagi mereka yang melakukan suatu kegiatan usaha ,meliputi gemar berusaha,siapa tantangan, percaya diri, memiliki kemampuan dalam mengelola resiko, perubahan yang ada di nilai sebagai peluang, menganggap waktu sangat berharga, memiliki motivasi yang kuat, inisiatif dan memiliki need for achivement, perfeksionis, dan memilikikarakter itutelah menginternalisasisebagai nilai-nilai yang diyakini benar (Kuratko,2013).

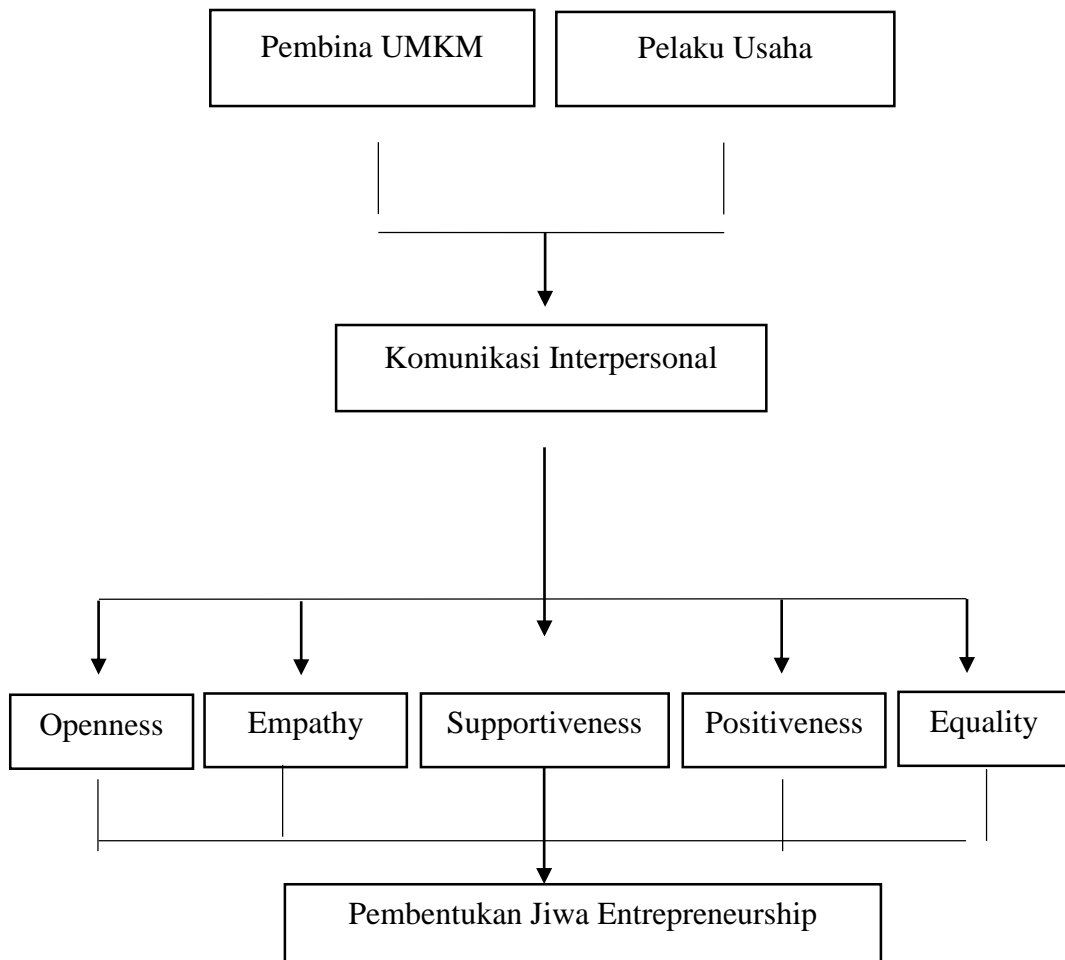
Jiwa wirausaha merupakan kepercayaan serta penerimaan yang kuat terhadap perilaku kewirausahaan, kemauan mereka untuk bekerja

keras serta memelihara hubungan yang baik antar anggota, yang berarti keinginan yang kuat dari sesama anggota untuk tetap berada dalam ikatan. Kemampuan dalam menciptakan jiwa wirausaha akan meningkatkan perilaku kewirausahaan menjadi semakin tinggi. Jiwa kewirausahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku kewirausahaan. (Silalahi, 2007)

Jiwa wirausaha disebut juga sebagai nyawa kehidupan dalam kewirausahaan yang pada prinsipnya merupakan sikap dan perilaku kewirausahaan yang ditunjukkan melalui sifat, karakter, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif. (Hartini, 2008)

Penguatan jiwa kewirausahaan akan menimbulkan dampak pada penguatan pada perilaku kewirausahaan. Peningkatan jiwa kewirausahaan mampu meningkatkan terbentuknya kemandirian usaha. Kemandirian usaha yang terbentuk bagi pelaku usaha kecil merupakan sebuah kondisi usaha yang memiliki semangat entrepreneurship yang tinggi sehingga semakin mampu dalam pemenuhan kebutuhan dan mengandalkan kekuatan diri sendiri

G. Kerangka Pemikiran



Bagan 1.1

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode ini bertujuan untuk memecahkan masalah dengan mengumpulkan dan menganalisis data empiris secara mendalam, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2010:9) penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*. Yang digunakan untuk meneliti objek alamiah dan peneliti sebagai instrumennya, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai analisis deskriptif komunikasi interpersonal antara Pembina dan pelaku usaha UMKM Kecamatan Banguntapan pada pembentukan jiwa *entrepreneurship*.

Penelitian deskriptif bertujuan untuk :

- a. Mengumpulkan informasi terperinci dan actual yang dapat menunjukkan suatu gejala yang sedang terjadi.
- b. Mengidentifikasi masalah yang terjadi.
- c. Membuat evaluasi.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Kantor Kecamatan Banguntapan yang beralamat di Jl. Karangturi Baturetno Banguntapan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Dipilihnya lokasi penelitian ini karena di Kecamatan Banguntapan belum pernah dilakukan penelitian mengenai Analisis Deskriptif Komunikasi Interpersonal Antara Pembina Dan Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Banguntapan Pada Pembentukan Jiwa Entrepreneurship. Penelitian ini dilakukan selama beberapa waktu. Selama penelitian, dilakukan penelitian lapangan, pengolahan data, dan penyusunan laporan penelitian sebagai hasil dari penelitian.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Adalah sebuah data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dengan pihak instansi yang berhubungan langsung dengan kegiatan UMKM Kecamatan Banguntapan dan observasi secara langsung. Data primer peneliti peroleh dari hasil wawancara dengan Pembina UMKM dan Camat Banguntapan. Observasi peneliti lakukan dengan mengamati kegiatan secara langsung bagaimana komunikasi yang terjalin didalamnya.

b. Data sekunder

Adalah data yang diperoleh dengan cara mengutip dari sumber literature. Dokumentasi, serta sumber lainnya yang berhubungan dengan gambaran umum organisasi dan struktur organisasi. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah arsip-arsip, dokumen, dan kepustakaan yang digunakan untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih, biasanya antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk memperoleh informasi dari narasumber. Melalui wawancara, diharapkan data yang diperoleh tidak hanya bersifat umum, tetapi juga lebih rinci dan mendalam.

Wawancara dapat dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Peneliti menggunakan metode wawancara mendalam untuk menggali berbagai informasi mengenai Komunikasi Interpersonal antara Pembina dan pelaku UMKM Kecamatan Banguntapan pada pembentukan jiwa *entrepreneurship*.

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan Pembina UMKM Kecamatan Banguntapan dan Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Banguntapan, sebelum melakukan wawancara peneliti menyiapkan instrument berupa pertanyaan agar jawaban yang diberikan terperinci dan terarah.

b. Observasi

Teknik observasi digunakan untuk mengumpulkan data mengenai peristiwa, tempat, lokasi, benda, dan rekaman gambar. Observasi dapat dilakukan secara langsung dengan mengamati kejadian atau objek secara langsung di lapangan, atau secara tidak langsung melalui metode seperti analisis dokumen atau rekaman visual.

Peneliti melakukan observasi secara tidak langsung di Kecamatan Banguntapan, karena peneliti tidak terlibat dalam organisasi tersebut. Alat dan pengumpulan data digunakan untuk mendapatkan data yang valid serta hasil penelitian yang maksimal.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang dapat diperoleh dari buku, brosur maupun jurnal yang relevan dengan penelitian, serta

dokumen yang terdapat pada instansi dimana dilakukan penelitian.

Dokumen diharapkan membantu mempertajam analisis penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (1974) terdapat dua model pokok dalam melaksanakan analisis dalam penelitian kualitatif yaitu model analisis jalinan atau mengalir dan model analisis interaktif, analisis dalam penelitian kualitatif terdapat tiga komponen pokok yaitu reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan dengan verifikasinya. (Sutopo, 2002:94).

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum dan memilih hal-hal pokok yang memfokuskan pada yang penting, dapat dilakukan dengan memilih tema sehingga tersusun dan sistematis sehingga mudah dikendalikan. Pada tahap reduksi data, peneliti dapat memilah data yang tidak diperlukan untuk mempermudah pengumpulan data kedepannya. Data diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan pencatatan di lapangan mengenai Analisis Deskriptif Komunikasi Interpersonal Antara Pembina Dan Pelaku UMKM Kecamatan Banguntapan Pada Pembentukan Jiwa *Entrepreneurship*.

b. Penyajian Data

Setelah melalui tahap reduksi data, kemudian data disajikan ke dalam bentuk kerangka atau bagan yang sesuai. Penyajian data

merupakan proses penampildta secara lebih sederhana dalam bentuk paparan naratif dari hasil penelitian tentang Analisis Deskriptif Komunikasi Interpersonal Antara Pembina Dan Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Banguntapan Pada Pembentukan Jiwa *Entrepreneurship*.

c. Penarikan Kesimpulan

Data yang telah melalui proses di atas kemudian digunakan untuk membuat kesimpulan. Kesimpulan adalah proses mengambil inti dari data makanan terorganisir dan mengubahnya menjadi pernyataan kalimat yang pendek tetapi memiliki makna yang luas. Kesimpulan ini masih sementara karena harus diperiksa selama penelitian. Hasil analisis diberikan untuk mengungkapkan pemeriksaan deskriptif dari komunikasi interpersonal antara UMKM Enterprise builder dan perancang.

6. Uji Keabsahan Data

Dalam mengumpulkan data yang telah diteliti maka peneliti harus mengusahakan kebenarannya. Peneliti harus menggunakan teknik pengumpulan yang tepat untuk menggali data yang diperlukan peneliti. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan teknik review informan dan teknik triangulasi data. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi dengan sumber data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan

dokumen atau arsip. Peneliti akan melakukan wawancara dengan Pembina UMKM Kecamatan Banguntapan untuk mengetahui cara-cara dalam membentuk dan membina pelaku usaha dalam pembentukan jiwa *entrepreneurship*.