

**PERAN KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENUMBUHKAN LOYALITAS KARYAWAN DI
UMKM BRUDEL UMMU AZZAM KABUPATEN GORONTALO**

**Maman Musa¹, Miranda Darise², Nurain Antu³,
Mohamad Safriandy⁴**

^{1,2,3,4}Universitas Bina Mandiri Gorontalo

Email: nurainantu110@gmail.com

INFO ARTIKEL***Riwayat Artikel:***

Received :10-10-2025

Revised :25-10-2025

Accepted :02-11-2025

Keywords:Communication,
Loyalty

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

This study aims to create a positive organizational culture, facilitate smooth operations, and build strong trust between management and employees. This study uses a qualitative approach with a descriptive research type. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. Informants in the study were the shop owner and three employees. Data analysis techniques used were data reduction, presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that good internal communication at the Brudel Ummu Azzam MSME contributes significantly to employee loyalty. Clarity of information, effective feedback, and openness between individuals are a strong foundation for building trusting relationships.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan budaya organisasi yang positif, memfasilitasi kelancaran operasional, dan membangun kepercayaan yang kokoh antara manajemen dan karyawan. Penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian adalah pemilik toko dan karyawan sebanyak 3 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian dan penarikan kesimpulan. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal yang baik di UMKM Brudel Ummu Azzam berkontribusi signifikan terhadap loyalitas karyawan. Kejelasan informasi, umpan balik yang efektif, dan keterbukaan antarindividu merupakan fondasi yang kuat untuk membangun hubungan yang saling percaya.

PENDAHULUAN

Komunikasi internal yang efektif dapat meningkatkan transparansi dan kepercayaan antara manajemen dan karyawan. Ketika manajemen secara terbuka menyampaikan informasi dan mendengarkan masukan dari karyawan, hal ini menciptakan saluran komunikasi dua arah yang konstruktif. Karyawan merasa dihargai karena suara mereka didengar, dan manajemen mendapatkan wawasan berharga yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian, komunikasi internal tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai fondasi untuk menciptakan hubungan yang solid dan produktif di dalam organisasi.

UMKM berperan sebagai pendorong utama ekonomi lokal, sehingga penting bagi mereka untuk memiliki pola komunikasi internal yang efektif. Komunikasi yang baik bukan hanya membantu dalam menyampaikan informasi, tetapi juga menjaga loyalitas karyawan yang sangat berharga. Di dalam lingkungan UMKM, di mana hubungan antarindividu sering kali lebih dekat, komunikasi yang terbuka dan transparan dapat menciptakan rasa saling percaya dan kolaborasi yang kuat. Hal ini memungkinkan karyawan merasa lebih terlibat dalam proses operasional, sehingga mendorong mereka untuk berkontribusi secara aktif terhadap tujuan organisasi.

Namun, salah satu tantangan besar yang dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan sumber daya untuk membangun sistem komunikasi yang formal dan intensif. (Hadi, 2020) Banyak UMKM tidak memiliki anggaran yang cukup untuk investasi dalam teknologi komunikasi yang canggih atau pelatihan bagi karyawan. Dalam konteks ini, loyalitas karyawan tidak hanya diukur dari kehadiran mereka di tempat kerja, tetapi juga mencakup dedikasi, kreativitas, dan lama masa kerja. Karyawan yang merasa dihargai dan dilibatkan dalam komunikasi internal cenderung menunjukkan komitmen yang lebih tinggi, berkontribusi dengan ide-ide inovatif, serta berusaha untuk mempertahankan posisi mereka dalam jangka panjang. Oleh karena itu, pengembangan komunikasi internal yang efektif menjadi sangat penting bagi keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM.

Sejalan dengan hal ini, UMKM Brudel Ummu Azzam di Kabupaten Gorontalo perlu memperkuat komunikasi internal sebagai strategi utama untuk menciptakan hubungan kerja yang positif dan meningkatkan keterikatan karyawan. Dengan mengembangkan saluran komunikasi yang efektif, manajemen dapat memastikan bahwa semua karyawan merasa terlibat dan memiliki suara dalam pengambilan

keputusan. Ini tidak hanya akan meningkatkan motivasi, tetapi juga menciptakan suasana kerja yang lebih kolaboratif dan inovatif.

Meskipun langkah ini sangat penting untuk keberlanjutan usaha, penelitian empiris yang secara khusus mengkaji peran komunikasi internal dalam konteks UMKM di daerah seperti Kabupaten Gorontalo masih sangat terbatas. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan yang perlu diisi agar UMKM dapat mengimplementasikan praktik komunikasi yang lebih baik. Penelitian lebih lanjut dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana komunikasi internal dapat dioptimalkan, serta dampaknya terhadap loyalitas dan kinerja karyawan. Dengan demikian, meningkatkan pemahaman tentang aspek ini akan menjadi kunci bagi UMKM Brudel Ummu Azzam dalam meraih keberhasilan dan pertumbuhan yang berkelanjutan di pasar lokal.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dapat digunakan adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif dapat dipakai dalam peneliti memang memiliki beberapa kemampuan komunikasi dengan wawancara secara benar atau wawancara luas disesuaikan dengan lingkungan sosial sehingga memang terjadi dan berkembang(Arikunto,2019). Sehingga jenis penelitian yang dapat dipakai dalam penelitian adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif digunakan dalam memberikan jawaban pada masalah penelitian sesuai dengan posisi variabel secara mandiri atau lebih dari satu (Sugiyono,2018). Data primer adalah data yang langsung diberikan sehingga dalam pemberian data melalui pengumpulan data. Data primer memang dapat digunakan sesuai penelitian adalah pemberian informasi dan informan yaitu tenaga pendidik dan kependidikan. Data sekunder digunakan data yang tidak langsung sehingga dalam pemberian data dalam mengumpulkan data. Data sekunder dapat digunakan dengan baik seperti tertulis baik buku, internet dan dokumen, sekolah dan peraturan relevan(Sugiyono,2018).

Metode pengolahan data yang sebaiknya dipakai atau yang dapat digunakan adalah metode pengolahan data secara kualitatif. Metode pengolahan data yang sebaiknya dipakai atau yang dapat digunakan adalah metode pengolahan data secara kualitatif. Teknik atau metode analisis data yang dapat digunakan dalam penelitian dengan menggunakan analisis interaktif. Penelitian ini dapat menggunakan dalam 3 model analisis data penelitian pada Miles dan Huberman mencakup reduksi data yang dapat digunakan melalui wawancara pada informan setelah dilakukan wawancara maka selanjutnya dilaksanakan analisis sesuai transkrip atau hasil wawancara yang akan ditulis dari hasil wawancara. Untuk dijadikan reduksi data dengan pencatatan dan pengambilan inti pada informasi berdasarkan konteks dalam penelitian. Sehingga penelitian kualitatif harus disederhnakan dengan beberapa cara seperti ringkasan uraian, penggolongan dan penyeleksian. Penyajian data dilaksanakan dengan melakukan penyusunan data secara relevan berdasarkan deskripsi sesuai informasi pada sumber

data yang tersusun dengan sistematis. Maka dapat disimpulkan melalui penelitian yang memang dilaksanakan sesuai fenomena yang sedang terjadi, maka perencanaan lainnya melalui untuk mengetahui masalah dan yang memang sangat segera ditindaklanjuti sesuai analisis valid data yang didapatkan. Penarikan kesimpulan data dan verifikasi jawaban dari rumusan atau pokok masalah sesuai analisis kualitatif baik sementara berkembang hingga adanya perubahan bukti secara nyata dalam mendukung pengumpulan data [15].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indikator Kejelasan Informasi

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan merasa bahwa informasi yang disampaikan oleh manajemen cukup jelas. Mereka mengungkapkan bahwa arahan dan target kerja dijelaskan dengan baik dalam pertemuan rutin. Namun, beberapa karyawan menyatakan perlunya peningkatan dalam penyampaian informasi mengenai perubahan kebijakan.

Indikator Umpan Balik Dua Arah

Dari wawancara, terungkap bahwa karyawan merasa diberdayakan untuk memberikan masukan. Kegiatan diskusi mingguan yang dilakukan oleh manajemen memberikan ruang bagi karyawan untuk menyampaikan pendapat. Ini menunjukkan adanya komunikasi yang terbuka, meskipun beberapa karyawan berharap agar umpan balik mereka lebih sering ditindaklanjuti.

Indikator Keterbukaan Antarindividu

Karyawan melaporkan bahwa hubungan antarindividu di tempat kerja cukup baik. Mereka merasa nyaman untuk berkomunikasi dengan atasan dan rekan sejawat. Hal ini tercermin dalam suasana kerja yang ramah dan kolaboratif. Namun, ada beberapa catatan bahwa keterbukaan ini masih bisa ditingkatkan melalui kegiatan team building.

Indikator Transparansi Organisasi

Wawancara menunjukkan bahwa manajemen sering kali menjelaskan alasan di balik keputusan penting, seperti perubahan jadwal kerja. Karyawan mengapresiasi tingkat transparansi ini, yang membantu membangun kepercayaan. Namun, beberapa karyawan merasa bahwa lebih banyak informasi seputar aspek keuangan perusahaan perlu disampaikan.

Indikator Keterlibatan dalam Pengambilan Keputusan

Hasil menunjukkan bahwa karyawan dilibatkan dalam beberapa keputusan kecil, seperti penataan ruang kerja dan strategi promosi. Ini meningkatkan rasa memiliki mereka terhadap organisasi. Namun, ada keinginan dari karyawan untuk terlibat dalam keputusan yang lebih strategis.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi internal yang baik di UMKM Brudel Ummu Azzam berkontribusi signifikan terhadap loyalitas karyawan. Kejelasan

informasi, umpan balik yang efektif, dan keterbukaan antarindividu merupakan fondasi yang kuat untuk membangun hubungan yang saling percaya.

Walaupun banyak aspek sudah berjalan dengan baik, ada beberapa area yang perlu diperbaiki, seperti peningkatan umpan balik dan transparansi informasi keuangan. Dengan memperhatikan masukan karyawan dan melibatkan mereka lebih dalam dalam pengambilan keputusan, organisasi dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif dan kolaboratif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya komunikasi internal yang efektif dalam meningkatkan loyalitas karyawan di UMKM. Dengan memperkuat dimensi-dimensi komunikasi ini, diharapkan UMKM dapat mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA.

- Alrowwad, A., Abualoush, S. H., Masa'deh, R., & Al-Khayyal, A. (2021). High performance work systems and creativity: The mediating role of employee engagement. *Human Resource Management International Digest*, 29(7), 47–49. <https://doi.org/10.1108/HRMID-06-2021-0147>
- Amabile, T. M., & Kramer, S. J. (2018). *The progress principle: Using small wins to ignite joy, engagement, and creativity at work*. Harvard Business Review Press.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Dermol, V., & Trunk Širca, N. (2018). Communication, company mission, organizational values, and company performance. *Organizacija*, 51(2), 116–126. <https://doi.org/10.2478/orga-2018-0009>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Gostick, A., & Elton, C. (2020). *Leading with gratitude: Eight leadership practices for extraordinary business results*. Harper Business.
- Gruber, M., & MacMillan, I. C. (2019). *Where to play: 3 steps for discovering your most valuable market opportunities*. Pearson Education.
- Hadi, S. (2020a). Komunikasi Organisasi dalam UMKM: Antara Keterbatasan dan Strategi. *Jurnal Komunikasi Dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 99–108.
- Kovaitė, K., Stankevičienė, J., & Šimkonis, S. (2020). Internal communication in organizations: Importance and improvement. *Administrative Sciences*, 10(4), 1–15. <https://doi.org/10.3390/admsci10040079>
- Men, L. R., & Bowen, S. A. (2017). *Excellence in internal communication management*. Business Expert Press. <https://doi.org/10.4324/9781315206932>
- Meske, C., et al. (2020b). Internal Communication and Employee Engagement: The Role of Emotions in Enterprise Social Media. *Journal of Enterprise Information Management*.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2018). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Organisasi*. Remaja Rosdakarya.
- Putra, W. D., & Darmawan, D. (2015). Peran Komunikasi Internal dan Eksternal dalam Meningkatkan Citra Organisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

- Rao, M. S., & Bhatnagar, J. (2022). Transformational leadership and employee engagement in SMEs: The mediating role of organizational commitment. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(3), 512–528. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2021-0195>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Verčič, A. T., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2021). Internal communication: Definition, parameters, and the future. *Public Relations Review*, 47(5), 102049. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102049>