

Peran Komunikasi Internal Dalam Menumbuhkan Loyalitas Karyawan di UMKM Brudel Ummu Azzam Kabupaten Gorontalo

Maman Musa¹, Sri Hadjatu²

Universitas Bina Mandiri Gorontalo, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 9 September 2025

Revised: 15 Oktober 2025

Accepted: 18 Oktober 2025

Keywords:

Organizational culture;
internal communication;
employee loyalty;
MSMEs.

This is an open-access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



ABSTRACT

Komunikasi internal sangat penting sebagai faktor penentu loyalitas karyawan di lingkungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama di daerah dengan budaya sosial yang kuat tetapi sistem komunikasi organisasi yang informal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana komunikasi internal berfungsi untuk meningkatkan loyalitas karyawan di UMKM Brudel Ummu Azzam Kabupaten Gorontalo. Metode kualitatif deskriptif digunakan, dan empat informan yang dipilih secara purposive melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen keterbukaan dan kejelasan informasi seseorang memiliki pengaruh paling besar terhadap pembentukan loyalitas, karena keduanya menciptakan rasa percaya dan keterlibatan emosional antara manajemen dan karyawan. Dalam model komunikasi yang berlangsung, ada kecenderungan semi-simetris, yang berarti bahwa komunikasi terjadi tetapi tidak sepenuhnya setara. Hasil ini memperluas aplikasi teori komunikasi dua arah simetris Grunig dalam konteks UMKM dan menekankan bahwa komunikasi internal berfungsi sebagai jembatan antara budaya organisasi dan kesetiaan karyawan. Secara sederhana, penelitian ini menyarankan beberapa cara untuk membangun budaya organisasi yang terbuka dan berkelanjutan: meningkatkan forum komunikasi biasa, memberikan pelatihan komunikasi interpersonal, dan menggunakan sistem umpan balik digital sederhana.

Internal communication is very important as a determining factor of employee loyalty in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), especially in areas with strong social cultures but informal organizational communication systems. The purpose of this study is to evaluate how internal communication functions to increase employee loyalty at Brudel Ummu Azzam MSMEs in Gorontalo Regency. A descriptive qualitative method was used, and four informants were selected purposively through observation, documentation, and in-depth interviews. The results of the study indicate that the elements of openness and clarity of information have the greatest influence on the formation of loyalty, as both create a sense of trust and emotional involvement between management and employees. In the communication model that takes place, there is a semi-symmetrical tendency, which means that communication occurs but is not entirely equal. These results expand the application of Grunig's symmetrical two-way communication theory in the context of MSMEs and emphasize that internal communication serves as a bridge between organizational culture and employee loyalty. Simply put, this study suggests several ways to build an open and sustainable organizational culture: improving regular communication forums, providing interpersonal communication training, and using a simple digital feedback system.

Corresponding Author:

Maman Musa

Universitas Bina Mandiri Gorontalo

Jl. Prof. Dr. Aloei Saboe No. 173, Wonggaditi, Gorontalo, Indonesia

Email: maman.musa@ubmg.ac.id

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.

Komunikasi internal sangat penting untuk keberhasilan organisasi karena membangun kepercayaan, koordinasi, dan komitmen antara manajemen dan karyawan. Dalam organisasi modern,

komunikasi internal tidak hanya dianggap sebagai proses penyampaian informasi; itu juga merupakan alat strategis yang membantu membentuk budaya organisasi, meningkatkan keterlibatan, dan mendorong inovasi. Jika komunikasi dilakukan dengan baik, organisasi dapat membuat lingkungan kerja yang mendorong kerja sama dan fleksibel.

Komunikasi internal pada skala yang lebih kecil seperti UMKM seringkali berlangsung secara informal dan berbasis kedekatan personal. Ini tidak seperti organisasi besar yang memiliki sistem komunikasi yang lebih teratur. Kondisi ini membuat membangun loyalitas karyawan dan menjaga informasi yang konsisten menjadi tantangan tersendiri. Meskipun kedekatan personal dapat membantu hubungan kerja, pola komunikasi yang tidak terorganisir dapat menyebabkan kesalahpahaman, kurangnya dorongan, dan rasa tidak memiliki terhadap organisasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara teori komunikasi organisasi modern yang menekankan sistem komunikasi dua arah yang terencana dan praktik komunikasi di banyak UMKM yang masih spontan dan kontekstual.

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 (Ashari & Nugrahanti, 2021).

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. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, termasuk di Provinsi Gorontalo. Sebagian besar bisnis Gorontalo adalah UMKM keluarga dengan sistem manajemen sederhana, menurut data dari Dinas Koperasi dan UMKM (2023). Namun, masalah utama dalam menjaga kontinuitas bisnis adalah perputaran tenaga kerja yang tinggi. Faktor non-finansial seperti hubungan interpersonal, rasa dihargai, dan keterlibatan dalam proses kerja adalah faktor yang paling sering memengaruhi kesetiaan karyawan di industri ini. Oleh karena itu, komunikasi internal yang efektif sangat penting untuk membuat karyawan terikat dan setia pada 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. Komunikasi internal membantu karyawan menjadi lebih terlibat dan berdedikasi (Kovaité et al., 2020; Men & Bowen, 2017). Namun, penelitian ini sebagian besar berkonsentrasi pada organisasi besar atau lembaga formal yang memiliki sistem komunikasi yang dirancang dengan baik. Sangat sedikit penelitian yang dilakukan mengenai komunikasi internal di UMKM, terutama di Gorontalo. Meskipun demikian, keadaan budaya dan sosial di tempat kerja dapat memengaruhi cara seseorang berkomunikasi dan bagaimana mereka melihat kesetiaan karyawan. Ketidakseimbangan penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian empiris yang lebih mendalam diperlukan tentang bagaimana komunikasi internal digunakan oleh UMKM di daerah dan bagaimana metode ini meningkatkan kesetiaan 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 ini bertujuan untuk mengevaluasi peran komunikasi internal dalam meningkatkan loyalitas karyawan UMKM Brudel

Ummu Azzam di Kabupaten Gorontalo. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan dasar teoretis untuk pengembangan studi tentang komunikasi organisasi pada skala usaha kecil. Ini juga akan memberikan manfaat praktis bagi pelaku UMKM dalam membangun strategi komunikasi internal yang efektif untuk meningkatkan loyalitas sumber daya manusia. 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.

KAJIAN TEORI

Konsep Komunikasi Internal dalam Organisasi

Dalam sebuah organisasi, komunikasi internal dan eksternal memainkan peran yang sangat penting, meskipun berbeda. Menurut Lawrence D. Brennan, komunikasi internal adalah proses pertukaran ide antara manajemen dan karyawan. Proses ini tidak hanya membantu membangun perusahaan, tetapi juga membentuk struktur unik yang mendefinisikan organisasi tersebut. Dengan kata lain, komunikasi internal adalah inti dari operasional dan manajemen yang efisien, di mana informasi mengalir baik secara vertikal maupun horizontal (Effendy, 1990).

Komunikasi internal memastikan bahwa semua anggota organisasi, mulai dari manajemen hingga karyawan, memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan dan misi perusahaan. Melalui saluran komunikasi yang efektif, karyawan dapat menyampaikan ide, saran, dan umpan balik yang dapat meningkatkan kinerja organisasi. Ini juga menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif dan mendukung inovasi (Rao, 2022).

Di sisi lain, komunikasi eksternal berfokus pada interaksi antara pimpinan organisasi dan pihak-pihak di luar, seperti pelanggan dan mitra bisnis. Komunikasi ini bersifat dua arah; informasi dapat mengalir dari organisasi ke publik dan sebaliknya. Aspek ini sangat penting untuk membangun citra positif organisasi dan memastikan pesan yang disampaikan diterima dengan baik oleh audiens [13]. Respons terhadap umpan balik dari khalayak juga menjadi bagian krusial dari komunikasi eksternal. Respons ini bisa berupa klarifikasi informasi atau penanganan keluhan. Dengan demikian, komunikasi eksternal tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan yang baik dengan pihak luar.

Kedua jenis komunikasi ini saling melengkapi. Komunikasi internal yang kuat mempengaruhi kualitas komunikasi eksternal. Ketika karyawan merasa terlibat dan memahami misi organisasi, mereka lebih mampu berkomunikasi dengan baik kepada publik. Sebaliknya, umpan balik dari komunikasi eksternal dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan proses internal.

Komunikasi internal memiliki peran yang sangat fundamental dalam menjaga keberlangsungan dan efektivitas sebuah organisasi. Melalui komunikasi yang terstruktur dengan baik, organisasi dapat memastikan bahwa seluruh anggota tim memiliki pemahaman yang sama mengenai arah yang dituju. Tujuan utama dari komunikasi internal adalah membangun keseragaman pemahaman, sehingga tidak terjadi kesenjangan informasi maupun interpretasi di antara karyawan. Visi, misi, serta nilai-nilai organisasi yang dikomunikasikan secara jelas dan konsisten akan menjadi pedoman bagi setiap individu dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Hal ini sejalan dengan pandangan [10] yang menegaskan bahwa internal communication functions not only to inform but also to build trust, foster relationships, and create shared meaning. Dengan demikian, komunikasi internal tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media pembentukan identitas organisasi dan penyatuan persepsi. Pandangan ini diperkuat oleh (Pace, 2006; Wulan et al., 2024) yang menyatakan bahwa penyebaran misi dan nilai organisasi melalui komunikasi efektif akan memengaruhi kinerja perusahaan karena memberikan arah yang jelas dan seragam bagi karyawan. Hal ini sangat penting terutama dalam konteks dinamika bisnis yang kompleks, di mana kejelasan arah strategis menentukan sejauh mana karyawan dapat bergerak secara sinergis menuju tujuan bersama.

Lebih jauh lagi, komunikasi internal yang efektif dapat menciptakan keterlibatan karyawan (employee engagement) yang lebih tinggi. Ketika karyawan memahami dengan baik tujuan organisasi serta posisi mereka dalam mendukung pencapaian visi dan misi, maka muncul rasa memiliki (sense of

belonging) dan komitmen yang kuat terhadap perusahaan. Komunikasi yang konsisten juga dapat meminimalisir kesalahpahaman, memperkuat koordinasi antarbagian, serta membangun kepercayaan antara manajemen dan karyawan. Menurut (Kovaitè et al., 2020; Men & Bowen, 2017), *effective internal communication is essential to drive and advance the company*, karena dengan komunikasi yang baik setiap individu merasa menjadi bagian penting dari organisasi. Selanjutnya, penelitian (Alrowwad, 2021) menekankan bahwa komunikasi internal berjalan dalam tiga arah—downward, upward, dan horizontal—sehingga bukan hanya penyampaian pesan satu arah, tetapi juga sarana dialog yang memperkuat keterlibatan karyawan. Dengan adanya kejelasan informasi, setiap individu merasa dihargai dan diakui kontribusinya, sehingga semangat kolaborasi semakin tumbuh. Tidak hanya itu, komunikasi internal yang baik mampu mendorong terciptanya budaya organisasi yang sehat, di mana nilai-nilai bersama terinternalisasi dan menjadi acuan perilaku sehari-hari. Sejalan dengan itu, (Kimani, 2024) menunjukkan bahwa kepemimpinan yang mampu mengelola komunikasi secara transformasional akan meningkatkan engagement dan loyalitas karyawan, yang pada akhirnya menopang keberhasilan organisasi dalam menghadapi tantangan serta menjaga daya saing jangka panjang.

Ketika semua individu dalam organisasi memiliki pemahaman yang sama, mereka akan lebih termotivasi dan terlibat dalam pekerjaan mereka. Karyawan yang memahami visi dan misi organisasi cenderung merasa lebih terhubung dengan tujuan kolektif, menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis. Komunikasi internal yang efektif juga membuka kesempatan bagi karyawan untuk memberikan masukan dan berbagi ide, yang dapat meningkatkan inovasi dan produktivitas.

Komunikasi yang efektif menjadi fondasi dari semua elemen ini. Tanpa komunikasi yang baik, visi pemimpin tidak akan sampai kepada karyawan, dan budaya inklusif akan sulit terwujud. Komunikasi yang jelas dan terbuka memungkinkan karyawan untuk memahami tujuan dan harapan perusahaan. Ini juga memberikan ruang bagi mereka untuk menyampaikan ide dan umpan balik, yang sangat penting untuk inovasi. Dalam konteks UMKM, penerapan komunikasi yang efektif tidak hanya terbatas pada saluran formal. Komunikasi informal, seperti diskusi santai antar karyawan, juga berperan penting dalam membangun hubungan yang kuat. Interaksi sosial yang positif membantu mengurangi batasan hierarkis dan menciptakan suasana kerja yang lebih akrab, di mana karyawan merasa nyaman untuk berbagi ide.

UMKM juga harus memanfaatkan teknologi untuk mendukung komunikasi internal. Dengan adanya alat komunikasi digital, seperti aplikasi chat dan platform kolaborasi, informasi dapat disebarluaskan dengan lebih cepat dan efisien. Penggunaan teknologi ini tidak hanya mempermudah komunikasi, tetapi juga mendukung kolaborasi antar tim, yang esensial untuk inovasi. Selain itu, pelatihan komunikasi bagi karyawan dan manajemen juga sangat penting. Dengan memberikan keterampilan komunikasi yang baik, organisasi dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan dipahami dengan benar. Ini akan mengurangi potensi miskomunikasi yang dapat menghambat inovasi dan memperburuk hubungan antar karyawan. Dalam proses pengembangan UMKM, manajemen juga perlu secara aktif mendorong umpan balik dari karyawan. Umpan balik yang konstruktif dapat memberikan wawasan berharga tentang apa yang berjalan dengan baik dan apa yang perlu ditingkatkan. Dengan mendengarkan masukan karyawan, manajemen dapat membuat keputusan yang lebih informasional dan strategis.

Sebagai tambahan, penting bagi UMKM untuk merayakan keberhasilan bersama, baik pencapaian individu maupun tim. Pengakuan atas kontribusi ini mampu meningkatkan motivasi, loyalitas, dan keterlibatan karyawan. (Amabile & Kramer, 2011)] menegaskan bahwa “*small wins provide the greatest boost to inner work life*” — kemenangan kecil memberi dorongan terbesar bagi motivasi dan kreativitas. Artinya, pengakuan terhadap capaian kecil sekalipun dapat menjadi pemicu inovasi yang berkelanjutan. Selain itu, membangun budaya apresiasi menjadi faktor kunci dalam memperkuat loyalitas karyawan. (Gostick & Elton, 2020) dalam bukunya *Leading with Gratitude* menyatakan bahwa “*when leaders regularly express gratitude, employees feel more valued and engaged*”. Dengan kata lain, apresiasi yang konsisten dari pimpinan membuat karyawan merasa dihormati, sehingga mendorong mereka untuk terus berkontribusi.

Dari perspektif inovasi, (Gruber & Tal, 2017) menekankan bahwa “*innovation thrives when organizations create structures that reward experimentation and new ideas*”. Dalam konteks UMKM, penghargaan terhadap keberanian mencoba ide baru menjadi modal penting untuk membangun budaya kreatif yang berdaya saing. Temuan empiris juga memperkuat hal tersebut. Studi tentang High-

Performance Work Systems (HPWS) pada sektor UMKM oleh (Alrowwad, 2021; Nugrahanti et al., 2024) menunjukkan bahwa “employee engagement fully mediates the relationship between high-performance work systems and employee creativity”. Hal ini berarti keterlibatan karyawan adalah jembatan yang menghubungkan sistem kerja unggul dengan kreativitas, sehingga partisipasi aktif mereka tidak bisa diabaikan.

Lebih jauh lagi, peran kepemimpinan menjadi penentu utama. Penelitian terbaru oleh (Rao, 2022) menemukan bahwa “transformational leadership fosters higher levels of employee engagement and organizational commitment in SMEs”. Pemimpin yang inspiratif dan komunikatif mampu menciptakan budaya organisasi yang inklusif serta adaptif, sehingga meningkatkan loyalitas dan inovasi.

Dengan demikian, pengembangan UMKM membutuhkan pendekatan yang komprehensif: pengakuan terhadap pencapaian kecil maupun besar, budaya apresiasi yang konsisten, struktur penghargaan bagi ide-ide inovatif, sistem kerja yang melibatkan karyawan, serta kepemimpinan transformasional yang inspiratif. Seluruh elemen ini saling bersinergi membangun lingkungan kerja yang positif, di mana inovasi dan loyalitas berkembang secara bersamaan. Hal ini akan menjadi fondasi yang kuat bagi UMKM untuk bertahan dan tumbuh dalam persaingan jangka panjang.

Dimensi-Dimensi Komunikasi Internal

Menurut (Pace, 2006), komunikasi internal yang efektif terdiri dari lima dimensi utama, yaitu: Kejelasan Informasi: Informasi yang disampaikan harus jelas dan mudah dipahami oleh semua anggota organisasi. Kejelasan ini penting untuk menghindari kebingungan dan memastikan bahwa setiap karyawan memahami tujuan dan harapan perusahaan. Umpan Balik Dua Arah: Komunikasi tidak hanya harus mengalir dari atas ke bawah, tetapi juga dari bawah ke atas. Umpan balik yang konstruktif dari karyawan kepada manajemen dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik dan menciptakan rasa keterlibatan.

Komunikasi Internal Dua Arah Simetris

Model Simetris Dua Arah menekankan pentingnya komunikasi yang seimbang, di mana kedua pihak memiliki suara yang setara dalam menentukan arah dan kebijakan perusahaan. Pendekatan ini bertujuan menciptakan hubungan simbiotik, di mana organisasi dan karyawan saling mendukung dan berkontribusi untuk mencapai tujuan bersama.

Sesuai dengan pandangan Woodward, komunikasi internal yang simetris bertujuan untuk menciptakan pemahaman bersama dan membangun dialog antara semua pihak. Dialog ini bukan hanya soal pertukaran informasi, tetapi juga menghasilkan dampak positif yang bermanfaat bagi kedua belah pihak (Hadi, 2020). Dalam lingkungan di mana komunikasi simetris diterapkan, karyawan merasa lebih terlibat dan memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan. Ini menciptakan suasana kerja yang lebih inklusif dan kolaboratif.

Komunikasi internal sangat penting untuk menyebarkan informasi, menciptakan budaya organisasi, dan mempertahankan loyalitas karyawan. Untuk menciptakan kepercayaan, keterlibatan, dan keselarasan tujuan, Grunig mengatakan model komunikasi dua arah simetris menekankan adanya diskusi timbal balik yang terbuka antara manajemen dan karyawan. Komunikasi internal adalah mekanisme utama dalam budaya organisasi untuk menyebarkan nilai, norma, dan praktik kerja, yang membentuk perilaku dan komitmen karyawan. Karyawan akan merasa dihargai dan lebih loyal terhadap perusahaan ketika budaya organisasi yang mendukung keterbukaan dikomunikasikan dengan baik. Studi sebelumnya (Kovaitė et al., 2020; Men & Bowen, 2017) menunjukkan bahwa komunikasi internal meningkatkan keterlibatan dan kesetiaan karyawan. Namun, penelitian ini sebagian besar terfokus pada perusahaan besar dengan struktur formal. Ini menimbulkan kesenjangan penelitian karena komunikasi pada UMKM biasanya bersifat informal dan berbasis hubungan personal. Oleh karena itu, dalam UMKM, komunikasi internal dapat dilihat sebagai penghubung antara budaya organisasi dan loyalitas karyawan. Di sini, keterbukaan, kejelasan informasi, dan umpan balik menjadi komponen penting yang membentuk rasa percaya dan keterikatan emosional terhadap organisasi.

Salah satu keunggulan dari model ini adalah penekanan pada elemen-elemen seperti kepercayaan, kredibilitas, keterbukaan, timbal balik, dan umpan balik. Elemen-elemen ini sangat penting dalam menciptakan komunikasi yang sehat dan efektif. Kepercayaan yang terbangun melalui komunikasi yang terbuka memungkinkan karyawan untuk merasa aman dalam menyampaikan pendapat dan

kekhawatiran mereka. Dengan menerapkan model komunikasi simetris dua arah, organisasi diharapkan dapat menciptakan komunikasi internal yang lebih transparan. Karyawan tidak hanya dilihat sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai bagian integral dari proses pengambilan keputusan. Ini menciptakan rasa memiliki yang lebih kuat terhadap organisasi, di mana setiap individu merasa dihargai.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang dapat digunakan. Pendekatan kualitatif dapat digunakan jika peneliti memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan dapat melakukan wawancara yang disesuaikan dengan lingkungan sosial mereka [3]. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang dapat digunakan untuk menjawab masalah penelitian berdasarkan posisi variabel secara mandiri atau lebih dari satu (Sugiyono, 2011). Data primer adalah data yang langsung diberikan, sehingga dapat digunakan dalam penelitian untuk memberikan informasi kepada informan, seperti tenaga pendidik dan kependidikan (Sugiyono, 2011). Data sekunder adalah jenis data yang tidak langsung yang dapat digunakan dalam pengumpulan data. Jenis data sekunder termasuk teks, buku, dokumen, internet, sekolah, dan peraturan yang relevan (Sugiyono, 2011).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna subjektif dari komunikasi internal dan loyalitas karyawan berdasarkan pengalaman mereka di lingkungan kerja UMKM. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dipilih untuk mempelajari secara menyeluruh persepsi, interaksi, dan dinamika komunikasi antara manajemen dan karyawan yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Sampling purposive digunakan untuk memilih informan penelitian karena mereka memiliki pengalaman langsung dalam proses komunikasi internal UMKM Brudel Ummu Azzam. Informasi terdiri dari satu pemilik usaha dan tiga karyawan tetap yang telah bekerja selama lebih dari satu tahun. Mereka dianggap memiliki pemahaman yang berkembang tentang cara berkomunikasi dan budaya kerja di tempat kerja. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Wawancara dengan setiap informan dilakukan secara tatap muka selama tiga puluh hingga empat puluh lima menit, dengan panduan pertanyaan semi-terstruktur yang memungkinkan peneliti untuk memeriksa pengalaman pribadi mereka dan perspektif mereka tentang loyalitas dan komunikasi internal. Dokumentasi mencakup catatan internal, foto aktivitas, dan arsip kebijakan manajemen. Observasi dilakukan selama kegiatan operasional perusahaan untuk mengamati pola komunikasi dan interaksi yang sebenarnya di tempat kerja.

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. Model analisis data penelitian yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman dapat digunakan untuk penelitian ini. Model-model ini mencakup pengurangan data yang dapat digunakan untuk melakukan wawancara dengan informan setelah wawancara, dan kemudian analisis dilakukan sesuai dengan transkrip atau hasil wawancara yang akan ditulis dari hasil wawancara tersebut. untuk menjadi reduksi data dengan mencatat dan mengambil inti dari data yang relevan dengan penelitian. Karena itu, penelitian kualitatif harus disederhanakan melalui uraian, penggolongan, dan penyeleksian. Penyajian data dilakukan dengan menyusun data secara sesuai dengan deskripsi sumber data yang tersusun dengan sistematis. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian dilakukan sesuai dengan fenomena yang terjadi, dan perencanaan lainnya dibuat untuk mengetahui masalah dan segera ditindaklanjuti melalui analisis data yang valid. Penarikan kesimpulan dari data dan verifikasi jawaban dari rumusan atau pokok masalah menggunakan analisis kualitatif harus dilakukan sampai bukti yang mendukung pengumpulan data benar-benar berubah (Sugiyono, 2011).

HASIL PENELITIAN

Indikator Kejelasan Informasi

Hasil menunjukkan bahwa karyawan sangat membutuhkan informasi yang jelas untuk memahami peran dan tanggung jawab mereka. Komunikasi biasanya dilakukan melalui rapat mingguan dan pemilik bisnis memberikan instruksi langsung. Salah satu anggota staf mengatakan, "Biasanya setiap minggu kami dikumpulkan untuk membahas target dan pembagian kerja. Kami tahu apa yang harus dilakukan karena penjelasannya cukup jelas. Pernyataan ini menunjukkan bahwa membuat pesan jelas membuat orang merasa lebih aman dan mengurangi kemungkinan kesalahpahaman di tempat kerja. Namun, informasi tentang perubahan kebijakan seringkali diberikan secara mendadak tanpa penjelasan yang memadai kepada sebagian informan. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun komunikasi konvensional telah dibangun, elemen perencanaan dan konsistensi penyampaian informasi masih perlu diperkuat untuk menjaga kejelasan yang berkelanjutan. Situasi ini menunjukkan bahwa proses komunikasi di UMKM masih cenderung satu arah pada masalah strategis. Sementara itu, diskusi dua arah baru muncul pada kegiatan operasional (Grunig).

Indikator Umpan Balik Dua Arah

Indikator ini menunjukkan seberapa banyak karyawan memiliki kesempatan untuk menyuarakan pendapat mereka dan seberapa baik manajemen merespons umpan balik mereka. Menurut wawancara, karyawan merasa bebas untuk menyuarakan pendapat mereka, terutama tentang pertemuan rutin. "Kami bisa kasih saran kalau ada ide baru, tapi tidak semua langsung ditindaklanjuti," kata seorang informan. Meskipun pernyataan ini menunjukkan komunikasi terbuka, kemampuan manajemen untuk menanggapi umpan balik masih terbatas. Situasi ini, berdasarkan teori Grunig, menunjukkan proses komunikasi yang semi-simetris: ada ruang untuk diskusi, tetapi belum sepenuhnya setara antara manajemen dan karyawan. Karena situasi ini, tingkat loyalitas dipengaruhi. Meskipun karyawan merasa didengar, mereka belum sepenuhnya yakin bahwa keinginan mereka memengaruhi keputusan yang dibuat oleh organisasi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepercayaan dan komitmen kerja, perlu ada mekanisme yang lebih baik untuk merespons saran karyawan.

Indikator Keterbukaan Antarindividu

Hasil observasi menunjukkan bahwa hubungan antar orang di UMKM ini akrab dan kekeluargaan. Berinteraksi dengan pemilik dan rekan kerja membuat karyawan merasa nyaman. "Kami sudah seperti keluarga, jadi kalau ada masalah langsung dibicarakan," kata seorang informan. Suasana kerja yang terbuka dan informal ini menghasilkan lingkungan sosial yang positif dan mendukung kerja sama. Peneliti juga menemukan bahwa, karena pendekatan personal, komunikasi kadang-kadang menjadi kurang profesional. Misalnya, kritik sulit disampaikan secara langsung karena mempertimbangkan perasaan pribadi. Fenomena ini menunjukkan ciri khas UMKM: kedekatan sosial dapat meningkatkan loyalitas emosional tetapi juga dapat menghambat komunikasi yang objektif. Keterbukaan seperti ini berfungsi sebagai modal sosial yang memperkuat ikatan kelompok dan mendorong munculnya loyalitas afektif dalam teori budaya organisasi.

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. Untuk membangun kepercayaan dalam jangka panjang, transparansi sangat penting. Menurut hasil wawancara, manajemen cukup terbuka tentang keputusan yang berkaitan dengan operasi, seperti perubahan jadwal atau pembagian tugas. "Kalau ada perubahan jadwal kerja biasanya dijelaskan alasannya, jadi kami tidak keberatan," kata seorang karyawan. Namun, ada beberapa informan yang berharap transparansi juga mencakup hal-hal yang berkaitan dengan keuangan dan pembagian keuntungan, yang masih dianggap kurang terbuka. Karena ketidakseimbangan informasi antara manajemen dan karyawan ini, ada perbedaan pendapat tentang keadilan dan kejelasan kebijakan. Ketidakjelasan dalam bidang tertentu dalam kerangka komunikasi simetris menunjukkan bahwa komunikasi organisasi masih selektif dan belum sepenuhnya partisipatif.

Peneliti berpendapat bahwa peningkatan transparansi, terutama dalam hal kebijakan dan kompensasi, akan meningkatkan rasa percaya dan mendorong kesetiaan dalam jangka panjang.

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. Karyawan UMKM Brudel Ummu Azzam telah diberi kesempatan untuk berpartisipasi dalam keputusan operasional sederhana seperti menata ruang kerja mereka dan menawarkan ide untuk meningkatkan perusahaan mereka. "Kami sering diminta pendapat kalau mau ubah tampilan toko atau promosi baru," kata salah satu informan. Ini menunjukkan bahwa karyawan dihargai atas keterlibatannya, yang meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab mereka. Pemilik usaha tetap memiliki kendali atas keputusan strategis seperti menentukan harga atau membeli bahan baku. Pola ini menunjukkan keterlibatan yang terbatas, di mana partisipasi karyawan lebih bersifat simbolik daripada nyata. Karena karyawan belum merasa berpengaruh secara nyata pada kebijakan organisasi, kondisi ini dapat mencegah peningkatan loyalitas karyawan. Hal ini dapat dikaitkan dengan teori keterlibatan. UMKM dapat membangun sistem komunikasi yang lebih seimbang dan berkelanjutan dengan memperluas ruang partisipasi dan meningkatkan kepercayaan.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi internal yang efektif sangat penting untuk membangun loyalitas karyawan, terutama dalam hal organisasi kecil seperti UMKM. Kejelasan informasi, keterbukaan, dan partisipasi karyawan terbukti menjadi komponen yang meningkatkan hubungan kepercayaan dan rasa memiliki terhadap organisasi. Hasil ini membuat teori komunikasi organisasi, khususnya model komunikasi dua arah simetris Grunig, lebih relevan. Mereka menunjukkan bahwa gagasan ini juga relevan dalam lingkungan kerja yang informal dan berbasis kedekatan sosial, seperti usaha kecil dan menengah (UMKM) di daerah berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini membantu kita memahami bahwa komunikasi internal tidak hanya berfungsi sebagai cara untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai mekanisme sosial yang menyebarkan nilai-nilai budaya organisasi untuk membuat karyawan setia kepada perusahaan.

Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan beberapa saran untuk pengelola usaha kecil dan menengah (UMKM). Pertama, forum komunikasi rutin antara manajemen dan karyawan harus dibuat untuk menjamin arus informasi yang jelas dan seimbang. Kedua, pemilik dan karyawan dapat mendapat manfaat dari pelatihan interpersonal yang membantu mereka mendengarkan dengan lebih baik, memberikan umpan balik, dan menyampaikan informasi dengan lebih efektif. Terakhir, tetapi tidak kurang penting, sistem umpan balik sederhana berbasis digital harus dibuat untuk memungkinkan komunikasi yang lebih efektif. Diharapkan bahwa tindakan seperti ini akan membantu memperkuat budaya organisasi yang terbuka, terlibat, dan berbasis kepercayaan.

Untuk mengukur secara kuantitatif sejauh mana aspek komunikasi internal memengaruhi loyalitas karyawan, penelitian ini menyarankan agar studi serupa dilakukan dengan pendekatan campuran atau metode campuran. Selain itu, perlu dilakukan studi lintas sektor dan wilayah untuk memahami bagaimana struktur organisasi dan elemen budaya lokal memoderasi hubungan antara loyalitas dan komunikasi. Kontribusi teoretis tentang komunikasi internal dalam UMKM akan semakin kaya dan relevan untuk pengembangan manajemen sumber daya manusia di negara berkembang jika penelitian ini diperluas.

REFERENSI

Alrowwad, A. , A. S. H. , M. R. , & A.-K. A. (2021). A study of employees at SMEs in Jordan shows employee engagement fully mediates the relationship between HPWS and employee creativity.

- Human Resource Management International Digest*, 29(6), 3–4. <https://doi.org/10.1108/HRMID-06-2021-0147>
- Amabile, T., & Kramer, S. (2011). *The progress principle: Using small wins to ignite joy, engagement, and creativity at work*. Harvard Business Press.
- Ashari, H., & Nugrahanti, T. P. (2021). Household economy challenges in fulfilling life needs during the Covid-19 pandemic. *Global Business and Economics Review*, 25(1), 21–39.
- Effendy, O. U. (1990). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Gostick, A., & Elton, C. (2020). *Leading with gratitude: Eight leadership practices for extraordinary business results*. HarperCollins.
- Gruber, M., & Tal, S. (2017). *Where to play: 3 steps for discovering your most valuable market opportunities*. Pearson UK.
- Hadi, S. (2020). Komunikasi Organisasi dalam UMKM: Antara Keterbatasan dan Strategi. *Jurnal Komunikasi Dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 99–108.
- Kimani, B. (2024). Internal Communication Strategies and Employee Engagement. *Journal of Public Relations*, 2, 13–24. <https://doi.org/10.47941/jpr.1695>
- Kovaitė, K., Šūmakaris, P., & Stankevičienė, J. (2020). Digital communication channels in Industry 4.0 implementation: The role of internal communication. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 25(1), 171–191.
- Men, R. L., & Bowen, S. (2017). *Excellence in internal communication management*. Business Expert Press.
- Nugrahanti, T. P., Lysandra, S., & Ashari, H. (2024). Auditor Work Environment and Professional Judgment in Audit: Evidence from Indonesia. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 18(4).
- Pace, R. W. (2006). *Komunikasi organisasi*.
- Rao, M. S., & B. 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.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wulan, E. P. S., Pattiasina, P. J., Putra, B. A., Arianto, T., Saragih, R. B., Mardiana, M., Sitepu, E. P., Alvira, I., & Aziz, B. (2024). *Retorika dan Dialektika Komunikasi Publik*. CV. Gita Lentera.