Didaktik : Jurnal Ilmiah FKIP Universitas Mandiri,
ISSN Cetak : 2477-5673 ISSN Online : 2614-722X
Volume 12 Nomor 03, September 2026

PERAN GAYA KEPEMIMPINAN DAN KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN PADA UMKM KULINER DI KOTA CIREBON

Dienisa Etka Maharani Zahara[1], Nuraeni Qusnul Khotimah[2], Bima Rahmadian[3], Angga Prayogi Briliyanto[4]

[1]Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon

[1]dienisa.124020323@ugj.ac.id , [2]nuraeni.124020347@ugj.ac.id , [3]bima.124020457@ugj.ac.id , [4]anggaprayogibriliyanto@ugj.ac.id

ABSTRACT

Employee motivation is crucial for the success of any business, including micro, small, and medium enterprises (MSMEs). In Cirebon City, increasingly fierce competition in the culinary business requires MSMEs to maintain the enthusiasm and responsibility of their employees serving customers. This study aims to examine the role of leadership and communication styles in improving employee motivation in culinary MSMEs in Cirebon City. This study used a qualitative approach with interviews as the primary data collection technique. Ten informants residing in Cirebon City, consisting of employees and MSME owners/managers, were selected using purposive sampling based on their work experience. Interview data were analyzed using thematic analysis techniques, namely through transcription, coding, grouping themes, and drawing conclusions. The results showed that the form of leadership most preferred by employees was not simply giving instructions, but when the business owner directly worked with employees during peak customer hours and directly modeled correct work techniques rather than simply reprimanding them, so that employees felt supported and did not work alone. The most memorable forms of appreciation for employees are generally not formal bonuses, but rather personal things like the convenience of changing shifts or taking time off, holiday allowances, and even invitations to vacation together out of town, paid for by the business owner. Meanwhile, the most common communication problem is the lack of structured information channels: operational instructions and information such as stock, prices, and order details are often only conveyed verbally and suddenly during peak business hours, which can lead to minor errors, such as mixed up customer orders. This study concludes that leadership style and communication support each other in building work motivation in MSME employees and is expected to provide input for small business owners in Cirebon in managing their employees.

***Keywords**: leadership style, communication, work motivation, employees, MSMEs, Cirebon.*

ABSTRAK

Motivasi kerja karyawan adalah hal penting bagi keberhasilan suatu usaha, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di Kota Cirebon, persaingan usaha kuliner yang semakin ketat membuat UMKM kuliner perlu menjaga karyawan yang bertugas melayani pembeli agar tetap semangat dan bertanggung jawab

dalam bekerja. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peran gaya kepemimpinan dan komunikasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan pada UMKM kuliner di Kota Cirebon. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara sebagai teknik utama pengumpulan data. Informan penelitian berjumlah 10 orang yang berdomisili di Kota Cirebon, terdiri atas karyawan dan pemilik/pengelola UMKM, dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan pengalaman kerja mereka. Data wawancara dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yaitu melalui transkripsi, pengkodean, pengelompokan tema, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk kepemimpinan yang paling disukai karyawan bukan sekadar memberi instruksi, melainkan ketika pemilik usaha ikut turun tangan bekerja bersama karyawan pada jam ramai pembeli dan mencontohkan langsung teknik kerja yang benar alih-alih hanya menegur, sehingga karyawan merasa didukung dan tidak bekerja sendirian. Bentuk apresiasi yang paling berkesan bagi karyawan pun umumnya bukan bonus formal, melainkan hal-hal personal seperti kemudahan bertukar shift atau mengambil libur, tunjangan hari raya, hingga ajakan berlibur bersama ke luar kota yang ditanggung pemilik usaha. Sementara itu, masalah komunikasi yang paling sering muncul adalah kurangnya saluran informasi yang terstruktur: instruksi dan informasi operasional seperti stok, harga, dan detail pesanan kerap hanya disampaikan secara lisan dan mendadak saat usaha sedang ramai, sehingga berisiko menimbulkan kekeliruan kecil, misalnya tertukarnya pesanan pelanggan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya kepemimpinan dan komunikasi saling mendukung dalam membangun motivasi kerja karyawan UMKM, dan diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha kecil di Cirebon dalam mengelola karyawannya.

Kata kunci: gaya kepemimpinan, komunikasi, motivasi kerja, karyawan, UMKM, Cirebon.

A. PENDAHULUAN

Keberhasilan sebuah organisasi atau usaha dalam mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh motivasi kerja para karyawannya. Karyawan yang bersemangat biasanya lebih disiplin, bertanggung jawab, dan berkomitmen dibandingkan karyawan yang motivasinya rendah, yang justru cenderung membuat produktivitas, kualitas pelayanan, dan loyalitas terhadap organisasi ikut menurun. Peran motivasi kerja ini terasa lebih besar lagi pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sebab hampir seluruh kegiatan operasionalnya bergantung langsung pada karyawan yang melayani pelanggan setiap hari. Karena itulah menjaga semangat kerja karyawan menjadi tantangan tersendiri agar usaha bisa bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang kian ketat (Robbins & Judge, 2023).

Sektor kuliner termasuk salah satu bidang UMKM yang tumbuh paling pesat belakangan ini, didorong oleh

kebutuhan masyarakat akan makanan dan minuman yang terus meningkat, perubahan gaya hidup, dan kemudahan promosi maupun transaksi lewat teknologi digital. Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) mencatat industri makanan dan minuman nasional tumbuh 6,49% sepanjang 2025, seiring naiknya konsumsi masyarakat, menjamurnya layanan pesan-antar digital, dan tren kuliner baru yang bermunculan lewat media sosial. Peluang ini tentu menguntungkan pelaku UMKM untuk terus mengembangkan usahanya dan bersaing di pasar.

Namun pertumbuhan ini juga diikuti persaingan yang kian sengit. Mudahnya membuka usaha kuliner membuat jumlah pemain di bidang ini terus bertambah, sehingga setiap UMKM dituntut menjaga kualitas produk sekaligus pelayanannya. Di sinilah kualitas sumber daya manusia menentukan mampu tidaknya sebuah usaha bertahan: karyawan yang termotivasi akan bekerja lebih produktif dan melayani pelanggan dengan baik, sementara motivasi yang menurun berisiko menurunkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, hingga keberlangsungan usaha itu sendiri.

Pola serupa terlihat pada UMKM kuliner di Kota Cirebon, kota yang dikenal memiliki usaha kuliner cukup ramai berkat sektor perdagangan, pariwisata, dan tingginya mobilitas warganya. Meski begitu, data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Cirebon (2025) justru memperlihatkan tren sebaliknya: jumlah rumah makan yang tercatat resmi terus menyusut, dari 313 unit pada 2022, turun ke 278 unit (2023), 235 unit (2024), hingga kini tinggal sekitar 219 unit yang mampu beroperasi aktif. Dinamika penurunan yang cukup masif ini mengisyaratkan bahwa banyak pelaku usaha yang gulung tikar akibat ketidakmampuan beradaptasi dengan kompetisi pasar pasca-pandemi dan lonjakan biaya operasional (Redaksi Bisnis.com, 2026). Fenomena nyata ini menjadi alarm penting bahwa keberhasilan dan keberlangsungan UMKM tidak lagi cukup ditentukan oleh kualitas rasa produk semata, melainkan sangat bertumpu pada strategi internal pemilik usaha dalam mengelola motivasi sumber daya manusianya agar tetap produktif di tengah tekanan bisnis..

Pada UMKM kuliner, pemilik usaha biasanya merangkap dua peran sekaligus: pemimpin dan pengelola operasional harian. Ini berbeda dari perusahaan besar yang sudah punya sistem manajemen sumber daya manusia yang rapi — di UMKM, pengelolaannya masih sederhana dan pemilik berhubungan langsung dengan karyawannya setiap hari. Karena kedekatan itu, gaya kepemimpinan pemilik usaha punya pengaruh besar terhadap suasana kerja dan semangat karyawan. Pemimpin yang memberi arahan jelas, menghargai kerja karyawan, dan melibatkan mereka dalam menyelesaikan masalah cenderung lebih berhasil membangun semangat kerja dibandingkan pemimpin yang otoriter atau kurang peduli pada kebutuhan karyawannya (Northouse, 2022).

Komunikasi juga tidak kalah penting dari kepemimpinan dalam membangun motivasi kerja. Di UMKM kuliner, komunikasi terjadi nyaris sepanjang waktu — mulai dari pembagian tugas, penyampaian instruksi, sampai menyelesaikan masalah yang muncul saat melayani pelanggan. Ketika komunikasi berjalan terbuka, jelas, dan saling menghargai, hubungan kerja pun menjadi harmonis dan karyawan merasa nyaman. Sebaliknya, komunikasi yang buruk bisa memicu kesalahpahaman, konflik, bahkan menurunkan semangat kerja karyawan (DeVito, 2023).

Dugaan ini didukung oleh observasi awal peneliti pada beberapa UMKM kuliner di Kota Cirebon. Dari wawancara pendahuluan dengan calon informan, terungkap bahwa sejumlah karyawan merasa kurang mendapat arahan yang jelas dari pemilik usaha, terutama saat usaha sedang ramai, dan kesalahpahaman dalam penyampaian informasi pun masih kerap terjadi hingga mengganggu kenyamanan mereka bekerja. Bahkan ada karyawan yang mengaku sempat kepikiran pindah kerja karena kurangnya komunikasi dan perhatian dari pemilik usaha. Temuan awal ini menjadi alasan mengapa gaya kepemimpinan dan komunikasi layak ditelusuri lebih jauh kaitannya dengan motivasi kerja karyawan UMKM kuliner.

Hubungan antara gaya kepemimpinan, komunikasi, dan

kinerja karyawan sebenarnya sudah banyak diteliti. Namun, mayoritas studi terdahulu seperti yang dilakukan oleh Febrianti dan Abdulah (2022) serta Fenny dan Setyawan (2024) cenderung bertumpu pada konteks organisasi formal atau perusahaan skala besar dengan variabel luaran berupa kinerja akhir materiil. Studi kualitatif mendalam yang membedah aspek psikologis harian berupa dinamika motivasi kerja sebagai akar penggerak operasional pada sektor spesifik seperti UMKM kuliner di Kota Cirebon masih sangat langka ditemukan. Kesenjangan teoretis dan praktis inilah yang coba diisi oleh penelitian ini. Kebaruan (novelty) riset ini terletak pada eksplorasi empati kepemimpinan dan fleksibilitas komunikasi lisan sebagai instrumen retensi karyawan informal pada industri kuliner mikro yang sedang menghadapi tren penurunan kuantitas usaha di wilayah urban.

KAJIAN PUSTAKA

1. Gaya Kepemimpinan

Secara sederhana, gaya kepemimpinan bisa dipahami sebagai cara seorang pemimpin memengaruhi dan mengarahkan orang-orang di bawahnya agar tujuan bersama tercapai. Di usaha kecil seperti UMKM, sosok pemimpin ini biasanya langsung diperankan oleh pemilik usaha yang berinteraksi dengan karyawannya setiap hari. Hafidzi et al. (2023) berpendapat bahwa gaya kepemimpinan yang efektif mampu meningkatkan motivasi kerja karyawan karena pemimpin berfungsi sebagai pengarah sekaligus penggerak organisasi — hal yang juga berlaku di UMKM, ketika pemilik usaha yang memberi arahan, dukungan, dan penghargaan kepada karyawannya akan lebih mudah menumbuhkan semangat kerja mereka.

Temuan serupa muncul dari penelitian Febrianti dan Abdulah (2022) pada UMKM di Kabupaten Cirebon, yang menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan pemilik usaha berpengaruh terhadap kinerja karyawan — memperkuat gambaran bahwa pada usaha kuliner berskala kecil, sosok pemimpin punya peran besar karena berinteraksi langsung dan intens dengan karyawannya. Sejalan dengan itu, Fenny dan Setyawan (2024) menemukan bahwa gaya kepemimpinan yang tepat

mampu mendorong motivasi kerja karyawan UMKM sehingga ikut mendongkrak kinerja usaha secara keseluruhan.

Gaya kepemimpinan pemilik UMKM pun perlu menyesuaikan diri dengan siapa yang dipimpinnya. Mengingat sebagian besar karyawan UMKM kuliner saat ini adalah generasi muda (Gen Z) yang lebih menyukai pola kerja fleksibel, terbuka pada masukan, dan kurang cocok dengan gaya kepemimpinan yang kaku, pendekatan yang adaptif menjadi penting. Mandasari dan Safrizal (2023) menjelaskan bahwa budaya kerja dan gaya kepemimpinan saling memengaruhi satu sama lain, sehingga pemimpin usaha kecil dituntut memberi contoh langsung (keteladanan) dan ikut terjun dalam pekerjaan operasional, bukan sekadar memberi perintah dari jarak jauh. Pendekatan seperti ini terlihat relevan diterapkan di UMKM kuliner Cirebon, sebab kedekatan pemilik usaha dengan karyawannya sehari-hari membuat keteladanan lebih mudah dirasakan ketimbang instruksi verbal semata.

2. Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya adalah proses menyampaikan informasi, gagasan, atau instruksi dari satu pihak ke pihak lain hingga tercipta kesamaan pemahaman. Di lingkungan UMKM, komunikasi antara pemilik usaha dan karyawan cenderung berlangsung langsung dan tidak seformal di perusahaan besar. Rizkyana et al. (2024) menyatakan bahwa komunikasi internal yang terbuka, jelas, dan transparan dapat memperkuat pemahaman karyawan atas tugas dan tanggung jawabnya sekaligus membangun hubungan kerja yang harmonis.

Selain memperjelas tugas, komunikasi yang baik juga membuat karyawan merasa lebih dihargai karena dilibatkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Qorib (2024) menguraikan bahwa komunikasi yang efektif menuntut seluruh unsurnya — komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek komunikasi — berjalan baik agar pesan dapat dipahami secara utuh. Pada UMKM kuliner, kejelasan instruksi kerja dari pemilik usaha menjadi penentu lancar tidaknya kegiatan operasional sehari-hari, apalagi saat jam ramai pembeli.

Cara UMKM berkomunikasi dengan karyawannya pun ikut berubah seiring perkembangan teknologi. Grup percakapan seperti WhatsApp kini lazim dipakai UMKM kuliner untuk menyampaikan jadwal kerja, informasi stok, atau pengumuman mendadak. Schmid dan Dowling (2020) menunjukkan bahwa teknologi tempat kerja bisa memengaruhi motivasi karyawan secara dua arah: positif lewat kemudahan akses informasi, tetapi negatif jika komunikasi digital tidak diimbangi kejelasan pesan. Pada UMKM kuliner berskala kecil, peneliti mengamati bahwa penggunaan grup WhatsApp kerja masih cenderung informal dan tidak tertata — tanpa pemisahan jelas antara urusan pekerjaan dan obrolan santai — sehingga informasi penting berisiko terlewat saat situasi kerja sedang sibuk.

3. Motivasi Kerja

Motivasi kerja bisa dipahami sebagai dorongan, baik dari dalam maupun luar diri seseorang, yang mengarahkan dan menjaga perilaku kerja agar tujuan tertentu tercapai. Febrina dan Rahmat (2024) mendefinisikannya sebagai dorongan dalam diri individu untuk mencapai tujuan organisasi sekaligus memenuhi kebutuhan pribadinya, sedangkan Grant dan Shandell (2022) memaknainya sebagai kumpulan kekuatan psikologis yang mengarahkan dan mempertahankan upaya seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Motivasi kerja juga bisa dibedakan menjadi intrinsik dan ekstrinsik: yang pertama muncul dari rasa senang dan minat pada pekerjaan itu sendiri, sementara yang kedua datang dari faktor luar seperti penghargaan, upah, atau dukungan pemimpin usaha. Fishbach dan Woolley (2022) menambahkan bahwa motivasi intrinsik akan semakin kuat ketika seseorang merasa pekerjaannya bermakna dan mendapat pengakuan sosial dari lingkungan kerjanya. Di UMKM kuliner, pengakuan semacam ini bisa sesederhana pujian langsung, dilibatkan dalam keputusan kecil, atau ucapan terima kasih dari pemilik usaha — hal-hal kecil yang peneliti nilai cukup berarti bagi karyawan, mengingat UMKM umumnya belum punya sistem penghargaan formal.

4. Hubungan Gaya Kepemimpinan dengan Motivasi Kerja

Gaya kepemimpinan berperan penting dalam membentuk motivasi kerja karyawan; pemimpin yang memberi arahan jelas, dukungan, dan penghargaan cenderung lebih mudah menumbuhkan semangat kerja bawahannya. Hubungan ini terasa lebih kuat lagi di UMKM, karena pemilik usaha langsung berperan sebagai pemimpin. Hafidzi et al. (2023) menegaskan bahwa semakin efektif gaya kepemimpinan yang diterapkan, semakin tinggi pula motivasi kerja karyawannya.

5. Hubungan Komunikasi dengan Motivasi Kerja

Komunikasi yang efektif turut mendorong motivasi kerja karena menciptakan suasana kerja yang terbuka. Rizkyana et al. (2024) menyatakan bahwa komunikasi internal yang efektif meningkatkan keterlibatan dan motivasi karyawan, sebab mereka merasa lebih dihargai. Di UMKM, komunikasi yang lancar antara pemilik usaha dan karyawan juga membantu meminimalkan kesalahpahaman dalam pekerjaan sehari-hari — hal yang krusial khususnya di usaha kuliner yang menuntut kecepatan pelayanan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara sebagai teknik utama pengumpulan data untuk menganalisis peran gaya kepemimpinan dan komunikasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan pada UMKM kuliner di Kota Cirebon. Metode wawancara dipilih karena mampu menggali secara mendalam pengalaman, persepsi, dan pandangan informan tentang gaya kepemimpinan dan komunikasi yang mereka alami di lingkungan kerjanya sehari-hari (Tomaszewski et al., 2020; Busetto et al., 2020).

Informan penelitian berjumlah 10 orang yang seluruhnya berdomisili di Kota Cirebon. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kesepuluh informan tersebut terdiri atas karyawan dan pemilik/pengelola UMKM yang memiliki karyawan, tersebar dari berbagai jenis UMKM kuliner di Kota Cirebon. Seluruh informan dipilih karena memiliki pengalaman kerja langsung dan

memahami praktik kepemimpinan serta komunikasi di tempat usahanya.

Karakteristik kesepuluh informan disajikan pada Tabel 1, yang mencakup status informan (pemilik/pengelola atau karyawan), jenis usaha kuliner tempat mereka bekerja, dan lama bekerja atau mengelola usaha. Penyajian karakteristik informan ini penting agar pembaca dapat menilai kredibilitas dan keberagaman sumber data kualitatif dalam penelitian ini.

Tabel 1. Karakteristik Informan

Kode Informan	Status	Jenis Usaha Kuliner	Lama Bekerja/Mengelola
Informan 1	Pemilik/Pengelola	Warung Seblak	5 tahun
Informan 2	Karyawan	Warung Seblak	3 tahun
Informan 3	Karyawan	Warung Seblak	1 tahun
Informan 4	Pemilik/Pengelola	Kedai Dimsum	2 tahun
Informan 5	Karyawan	Kedai Dimsum	2 tahun
Informan 6	Karyawan	Kedai Dimsum	5 bulan
Informan 7	Karyawan	Kedai Dimsum	1.5 tahun
Informan 8	Pemilik/Pengelola	Warung Pecel Lele	3 tahun
Informan 9	Karyawan	Warung Pecel Lele	3 tahun
Informan 10	Karyawan	Warung Pecel Lele	2 tahun

Penentuan kriteria informan dalam teknik purposive sampling penelitian ini didasarkan pada keterlibatan aktif mereka dalam operasional harian usaha, dengan batasan masa kerja minimal telah melewati satu siklus musim usaha (minimal 3 hingga 6 bulan). Masuknya Informan 6 yang bermasa kerja 5 bulan sengaja dipertahankan untuk memberikan perspektif komparatif yang kaya (rich

data) mengenai bagaimana respons adaptasi psikologis pekerja generasi baru (Gen Z) saat pertama kali berinteraksi dengan gaya kepemimpinan dan iklim komunikasi informal di UMKM kuliner. Dengan variasi rentang waktu bekerja antara 5 bulan hingga 5 tahun, peneliti dapat menangkap spektrum dinamika motivasi yang lebih luas, baik dari sudut pandang loyalitas jangka panjang maupun proses orientasi pekerja baru pada ekosistem usaha mikro.

Dari sepuluh informan, terdapat 3 orang berstatus pemilik/pengelola dan 7 orang berstatus karyawan, tersebar pada usaha kuliner berjenis warung seblak, kedai dimsum, dan warung pecel lele, dengan pengalaman kerja/mengelola berkisar antara 5 bulan hingga 5 tahun.

Pengumpulan data dilakukan sepenuhnya melalui wawancara semi-terstruktur secara tatap muka dengan setiap informan. Wawancara semi-terstruktur dipilih karena memberi fleksibilitas bagi peneliti untuk menggali jawaban informan lebih dalam sesuai konteks usaha masing-masing, tanpa terpaku pada urutan pertanyaan yang kaku (Kallio et al., 2016). Setiap wawancara berlangsung 30 hingga 45 menit dan dilakukan di lokasi usaha masing-masing informan, yaitu di UMKM kuliner yang berada di wilayah Kota Cirebon.

Pedoman wawancara disusun berdasarkan tiga fokus utama, yaitu gaya kepemimpinan, komunikasi, dan motivasi kerja. Pada aspek gaya kepemimpinan, pertanyaan diarahkan pada cara pemilik usaha memberikan arahan, dukungan, penghargaan, dan keteladanan kepada karyawan. Pada aspek komunikasi, pertanyaan difokuskan pada kejelasan informasi, keterbukaan, dan umpan balik antara pemilik usaha dan karyawan. Sementara itu, aspek motivasi kerja difokuskan pada semangat kerja, tanggung jawab, dan keterlibatan karyawan dalam pekerjaan sehari-hari.

Data hasil wawancara dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yang meliputi transkripsi hasil wawancara, pengkodean, pengelompokan tema, hingga penarikan kesimpulan. Teknik ini dipilih karena mampu mengidentifikasi pola-pola dari pengalaman informan secara sistematis sehingga

menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti (Naeem et al., 2023). Untuk menjaga kredibilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan jawaban antar informan dari berbagai jenis UMKM kuliner. Selain itu, peneliti juga melakukan member checking dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada beberapa informan untuk memastikan interpretasi yang dilakukan sesuai dengan yang mereka maksudkan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Gaya Kepemimpinan dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan

Hasil wawancara menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan pemilik usaha memiliki peran penting dalam membentuk motivasi kerja karyawan pada UMKM di Kota Cirebon. Sebagian besar informan yang bekerja di UMKM kuliner menyatakan bahwa pemilik usaha tidak hanya berperan sebagai pengawas, tetapi juga sebagai pemberi arahan dan motivator dalam pekerjaan sehari-hari. Karyawan merasa lebih termotivasi ketika pemilik usaha memberikan instruksi yang jelas dan menghargai hasil kerja mereka.

Beberapa informan mengungkapkan bahwa pemilik usaha sering memberikan arahan tentang cara melayani pelanggan dengan ramah, terutama saat usaha sedang ramai pembeli. Salah satu pemilik kedai dimsum, misalnya, menceritakan bagaimana ia menegur karyawan baru yang menggoreng dimsum hingga gosong dengan cara yang pelan dan tidak menghakimi, lalu langsung mencontohkan sendiri teknik menggoreng dengan api kecil agar bagian luar tidak gosong sementara bagian dalam tetap matang sempurna (Informan 4, pemilik/pengelola Kedai Dimsum, wawancara 23 Mei 2026). Bentuk arahan yang disertai keteladanan langsung semacam ini membuat karyawan lebih mudah menerima koreksi tanpa merasa disalahkan. Pemilik usaha juga terlihat berupaya meringankan beban kerja karyawan, misalnya dengan meracik sendiri bumbu mie pedas yang tergolong rumit agar karyawan tidak perlu memikirkannya lagi dan rasa mie tetap konsisten setiap hari (Informan 6, karyawan Kedai Dimsum, wawancara Mei 2026). Informan lain

menyatakan bahwa pemilik usaha yang turut turun tangan bekerja dan melayani pelanggan pada jam ramai membuat mereka merasa didukung dan tidak bekerja sendirian. Hal ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan yang suportif mampu mendorong motivasi kerja karyawan meskipun pada usaha berskala kecil dengan sumber daya terbatas.

> *"kalo lagi rame ya si mas (pemilik) sama si teteh dua duanya turun langsung kewarung bantuin, si mas urusan goreng, teteh nya dikasir sama siapin pesenan, saya yang anter anter pesenan sama bantuin kalo masak tumisan sih" (Informan 10, karyawan Warung Pecel Lele, wawancara 18 Mei 2026).*

Kutipan verbatim di atas mengonfirmasi bahwa pada struktur organisasi usaha mikro yang sangat ramping, efektivitas kepemimpinan tidak lagi dinilai dari kemampuan instruksi birokratis, melainkan melalui kehadiran fisik dan tindakan nyata (action-oriented leadership). Tindakan pemilik usaha yang ikut turun tangan menguras keringat bersama di area dapur dan kasir menciptakan rasa senasib sepenanggungan (perceived organizational support). Secara psikologis, keteladanan visual ini mereduksi jarak kekuasaan (power distance) dan secara instan memicu motivasi intrinsik karyawan untuk meningkatkan kecepatan kerjanya tanpa merasa dieksploitasi. Temuan ini sejalan dengan pendapat Hafidzi et al. (2023) yang menyatakan bahwa pemimpin memiliki peran strategis.

Peran Komunikasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan

Hasil wawancara yang sudah kami lakukan menunjukkan bahwa komunikasi menjadi faktor penting yang memengaruhi motivasi kerja karyawan pada UMKM di Kota Cirebon. Informan menyatakan bahwa komunikasi yang terbuka membantu mereka memahami tugas dan target kerja yang harus dicapai. Informan menyebutkan bahwa informasi tentang stok barang, harga, dan hal-hal terkait operasional usaha biasanya disampaikan langsung oleh pemilik usaha sehingga memudahkan karyawan dalam melayani pembeli.

Informan lain menyampaikan bahwa komunikasi yang cepat antara pemilik usaha dan karyawan sangat

dibutuhkan karena pekerjaan di usaha kuliner menuntut kecepatan dan ketepatan, terutama saat jam makan siang dan malam ketika pelanggan datang bersamaan; seorang karyawan warung seblak menuturkan bahwa ketika ramai, ia turut membantu mengecek ulang pesanan yang masuk agar tidak tertukar antara nasi dan mi (Informan 2, karyawan Warung Seblak, wawancara Mei 2026). Komunikasi dua arah yang cair juga terlihat pada urusan operasional harian: seorang karyawan warung pecel lele menceritakan bahwa jika ada kebutuhan belanja stok, pemilik usaha biasa menyampaikannya langsung secara lisan sebelum warung buka, dan tugas belanja dilakukan bergantian antara pemilik dan karyawan (Informan 9, karyawan Warung Pecel Lele, wawancara Mei 2026). Beberapa informan mengungkapkan bahwa kesempatan untuk menyampaikan keluhan atau usulan kepada pemilik usaha membuat mereka merasa lebih dihargai sebagai bagian dari usaha tersebut. Hal serupa juga terlihat dari cara pemilik usaha menanggapi kebutuhan personal karyawan, misalnya permintaan untuk bertukar shift atau mengambil jatah libur, yang biasanya langsung dikomunikasikan dan dicarikan pengganti tanpa mempersulit karyawan.

> *"kadang kalo warung lagi rame terus terusan badan kan lumayan pegel yaa, paling tukeran shift aja sih atau ga ya minta libur, mbak mah boleh boleh aja dikasih jatah seminggu sekali buat liburnya, nanti bisa diobrolin siapa yang masuk buat gentiin, enak nya sih gampang komunikasinya makanya bikin betah" (Informan 5, karyawan Kedai Dimsum, wawancara Mei 2026).*

Temuan ini mendukung pandangan Rizkyana et al. (2024) yang menjelaskan bahwa komunikasi internal yang efektif mampu meningkatkan keterlibatan karyawan dan memperkuat hubungan kerja. Ketika komunikasi berjalan baik, karyawan UMKM merasa lebih terlibat dalam usaha tempatnya bekerja sehingga motivasi kerja mereka cenderung meningkat. Meskipun demikian, sebagian informan juga menyebutkan bahwa komunikasi di tempat usahanya masih mengandalkan percakapan lisan yang

bersifat spontan, sehingga informasi penting sesekali terlewat, terutama pada saat usaha sedang ramai pembeli.

Hubungan antara Gaya Kepemimpinan dan Komunikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan dan komunikasi saling berkaitan dalam menciptakan motivasi kerja karyawan pada UMKM. Pemilik usaha yang menerapkan gaya kepemimpinan yang baik pada umumnya juga mampu membangun komunikasi yang efektif dengan karyawannya. Informan menyatakan bahwa mereka lebih termotivasi ketika pemilik usaha tidak hanya memberikan instruksi, tetapi juga menjelaskan alasan di balik instruksi tersebut dan bersedia mendengarkan pendapat karyawan.

Hal ini terlihat pada UMKM kuliner yang menjadi lokasi penelitian, di mana pemilik usaha yang komunikatif lebih mudah menggerakkan karyawannya dibandingkan pemilik usaha yang hanya mengandalkan wewenang sebagai atasan. Pada UMKM, gaya kepemimpinan dan komunikasi memang cenderung lebih sulit dipisahkan dibandingkan pada perusahaan besar, karena pemilik usaha biasanya berperan langsung sebagai pemimpin sekaligus komunikator utama bagi karyawannya. Karyawan UMKM tidak hanya membutuhkan instruksi kerja, tetapi juga penjelasan dan kesempatan untuk menyampaikan pendapat. Dengan kata lain, kepemimpinan yang baik pada UMKM akan semakin efektif jika didukung oleh komunikasi yang terbuka dan dua arah, dan sebaliknya efektivitas komunikasi juga tidak dapat dilepaskan dari kualitas kepemimpinan pemilik usaha.

Tantangan dalam Meningkatkan Motivasi Kerja pada UMKM

Meskipun sebagian besar informan menilai bahwa gaya kepemimpinan dan komunikasi di tempat usahanya sudah cukup baik, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan. Beberapa informan mengungkapkan bahwa lonjakan pembeli pada waktu-waktu tertentu terkadang membuat pekerjaan menjadi lebih melelahkan. Informan lain menyebutkan bahwa jam kerja yang panjang dan tuntutan pelayanan cepat kepada pelanggan dapat menurunkan semangat kerja apabila tidak diimbangi dengan komunikasi dan dukungan dari pemilik

usaha. Menariknya, seorang pemilik warung seblak menuturkan bahwa meskipun usahanya ramai terus-menerus selama sebulan terakhir, karyawan tetap konsisten membantu setiap hari baik saat sepi maupun ramai, yang oleh pemilik usaha dimaknai sebagai bentuk motivasi kerja yang tetap terjaga di tengah beban kerja yang tinggi (Informan 1, pemilik/pengelola Warung Seblak, wawancara 20 Mei 2026).

Sebagian informan bahkan secara eksplisit menyebutkan bahwa UMKM tempat mereka bekerja belum memiliki sistem bonus atau insentif formal, sehingga penghargaan yang diterima karyawan lebih banyak berupa pujian lisan, ucapan terima kasih, atau perhatian personal dari pemilik usaha ketimbang bentuk finansial. Salah satu pemilik warung seblak menjelaskan bahwa bentuk apresiasi yang ia berikan berupa bonus pada saat Tunjangan Hari Raya (THR) setahun sekali, serta sesekali mengajak karyawan berlibur bersama, misalnya ke Yogyakarta dengan seluruh biaya ditanggung pemilik usaha, sebagai cara untuk menyegarkan pikiran karyawan agar tidak jenuh dengan rutinitas kerja (Informan 1, pemilik/pengelola Warung Seblak, wawancara Mei 2026). Kondisi ini membuat hubungan personal antara pemilik dan karyawan menjadi kunci penting dalam menjaga motivasi kerja, karena tanpa insentif formal, rasa dihargai yang dirasakan karyawan sangat bergantung pada interaksi sehari-hari dengan pemilik usaha.

> *"kalo sistem bonus yang formal tuh emang belum ada mbak, karena ya tau sendiri namanya jualan masih kecil, pembeli juga masih naik turun, kadang rame kadang sepi, tapi alhamdulillah buat ngegaji mah ada aja selalu dibayarkan, paling kalo lagi rame ya saya bonusin buat yang bantuin, makan siang atau mau minum apapun boleh bebas ambil jangan sungkan sama saya sih, malemnya juga selain gaji saya bungkusin juga ayam gorengnya, ya paling gitu sih yang bikin mereka semangat kerja mbak" (Informan 8, pemilik/pengelola Warung Pecel Lele, wawancara 18 Mei 2026).*

Pernyataan dari Informan 8 memaparkan realitas empiris yang sangat menarik mengenai bagaimana sistem kompensasi informal bekerja dalam ekosistem UMKM kuliner. Ketiadaan bonus finansial yang terstruktur diatasi oleh pemilik usaha melalui pendekatan kekeluargaan yang bersifat paternalistik-humanis. Pemberian kebebasan mengonsumsi makanan di warung serta pembagian bahan pangan harian bertindak sebagai jaring pengaman sosial substitutif yang langsung memenuhi kebutuhan fisiologis dasar pekerja. Mekanisme ini membuktikan bahwa di tengah fluktuasi omzet usaha mikro, loyalitas dan motivasi kerja karyawan tidak melulu dikunci oleh angka nominal bonus formal, melainkan oleh kepekaan empati harian pemilik dalam membangun kedekatan emosional. Fenomena ini memperkuat pandangan Fishbach dan Woolley (2022) bahwa pengakuan sosial dan perhatian personal di lingkungan kerja.

Sintesis Temuan

Berdasarkan Penelitian yang sudah kami lakukan, motivasi kerja karyawan UMKM kuliner di Kota Cirebon tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga oleh gaya kepemimpinan dan komunikasi yang diterapkan oleh pemilik usaha. Gaya kepemimpinan yang memberikan arahan, dukungan, dan keteladanan terbukti mendorong semangat kerja karyawan, sementara komunikasi yang terbuka dan jelas menciptakan hubungan kerja yang lebih harmonis. Kedua faktor ini saling melengkapi dan sulit dipisahkan pada usaha berskala kecil, sehingga pelaku UMKM di Kota Cirebon, khususnya UMKM kuliner, perlu terus mengembangkan cara memimpin dan berkomunikasi dengan karyawannya agar mampu menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif di tengah tekanan persaingan usaha yang semakin ketat.

D. KESIMPULAN

Dari wawancara dengan sepuluh informan UMKM kuliner di Kota Cirebon, penelitian ini menemukan bahwa gaya kepemimpinan dan komunikasi sama-sama berpengaruh besar terhadap motivasi kerja karyawan. Semangat kerja karyawan meningkat bukan hanya karena arahan yang jelas dari pemilik usaha, melainkan juga karena dukungan, apresiasi, dan kesediaan pemilik untuk turun tangan saat usaha sedang ramai. Sikap seperti ini membuat karyawan merasa pekerjaannya dihargai, yang pada gilirannya menumbuhkan rasa tanggung jawab lebih besar dalam menjalankan tugas sehari-hari.

Komunikasi yang terjalin baik antara pemilik usaha dan karyawan juga terbukti menciptakan suasana kerja yang lebih nyaman. Informasi yang disampaikan dengan jelas membantu karyawan memahami pembagian tugas, target pekerjaan, dan ekspektasi pemilik usaha, sementara keterbukaan komunikasi membuat mereka merasa didengar dan dilibatkan dalam aktivitas usaha — dua hal yang sama-sama mendongkrak semangat kerja. Namun begitu, komunikasi di sebagian UMKM masih berjalan secara spontan tanpa pola yang terstruktur, sehingga saat usaha sedang ramai, kesalahpahaman atau informasi yang tidak tersampaikan dengan baik masih kerap terjadi.

Secara keseluruhan, temuan ini memperlihatkan bahwa gaya kepemimpinan dan komunikasi saling melengkapi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan — kepemimpinan yang baik akan semakin efektif bila didukung komunikasi yang terbuka, jelas, dan saling menghargai. Di tengah persaingan UMKM kuliner Kota Cirebon yang kian kompetitif, kedua aspek ini menjadi modal penting bagi pemilik usaha untuk menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, menjaga motivasi karyawan, dan mendukung keberlangsungan usahanya ke depan.

SARAN

Bagi Pelaku UMKM Kuliner

Berdasarkan temuan tersebut, pemilik UMKM kuliner di Kota Cirebon disarankan lebih aktif turun langsung dalam kegiatan operasional, terutama saat usaha sedang ramai. Kehadiran pemilik yang ikut membantu karyawan bukan hanya mempercepat penyelesaian pekerjaan, tetapi juga menjadi bentuk kepedulian dan keteladanan yang dapat meningkatkan semangat kerja mereka.

Pemilik usaha juga perlu membangun komunikasi yang lebih terarah dan konsisten, misalnya dengan mengadakan briefing singkat sebelum jam operasional dimulai untuk menyampaikan pembagian tugas, target kerja, maupun informasi penting lainnya. Kebiasaan sederhana ini bisa membuat penyampaian informasi lebih jelas dan mengurangi risiko kesalahpahaman saat usaha sedang sibuk.

Meskipun keterbatasan finansial membuat sebagian besar UMKM sulit memberi penghargaan berupa bonus, motivasi kerja karyawan sebenarnya tetap bisa dijaga lewat apresiasi sederhana — pujian atas hasil kerja yang baik, ucapan terima kasih, atau pengakuan atas pencapaian mereka. Ada baiknya juga pemilik usaha mulai membiasakan pencatatan sederhana soal pembagian tugas, aturan kerja, dan evaluasi karyawan, agar pengelolaan SDM tidak melulu bergantung pada komunikasi lisan atau kedekatan personal semata.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya melibatkan lebih banyak informan dan memperluas lokasi ke UMKM kuliner di daerah lain, sehingga hasilnya bisa memberi gambaran yang lebih beragam sekaligus membuka peluang perbandingan antarwilayah. Cakupan yang lebih luas ini diharapkan menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang motivasi kerja karyawan UMKM secara umum.

Pendekatan campuran (mixed methods) juga layak dipertimbangkan sebagai alternatif dari pendekatan kualitatif semata, karena memungkinkan peneliti tidak hanya menggali pengalaman informan lewat wawancara, tetapi juga mengukur secara kuantitatif seberapa besar pengaruh gaya kepemimpinan dan komunikasi terhadap motivasi kerja.

Variabel atau fenomena lain yang relevan juga bisa ditambahkan pada penelitian berikutnya, misalnya pemanfaatan teknologi komunikasi digital dalam pengelolaan karyawan. Penggunaan grup WhatsApp sebagai media penyampaian informasi, koordinasi kerja, atau evaluasi, misalnya, menarik untuk dikaji lebih jauh pengaruhnya terhadap motivasi kerja, keterlibatan, dan efektivitas komunikasi karyawan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Busetto, L., Wick, W., & Gumbinger, C. (2020). How to use and assess qualitative research methods. Neurological Research and Practice, 2, 14. https://doi.org/10.1186/s42466-020-00059-z

Febrianti, W., & Abdulah, B. (2022). The effect of leadership towards the performance of MSME employees in Cirebon Regency. Journal Research of Social Science, Economics, and Management, 2(2), 149–158.

Febrina, I., & Rahmat, H. K. (2024). Motivasi kerja sumber daya manusia

dalam organisasi: Sebuah tinjauan pustaka. Journal of Current Research in Humanities, Social Sciences, and Business, 1(1), 29–34.

Fenny, F., & Setyawan, A. (2024). Peran kepuasan kerja dalam pengaruh gaya kepemimpinan dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan UMKM Batam. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 8(1), 372–388. https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3688

Fishbach, A., & Woolley, K. (2022). The structure of intrinsic motivation. Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior, 9, 339–363. https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-012420-091122

Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI). (2026). Tren kuliner viral 2025 dorong pertumbuhan UMKM dan industri makanan minuman. Media Indonesia. mediaindonesia.com

Grant, A. M., & Shandell, M. S. (2022). Social motivation at work: The organizational psychology of effort for, against, and with others. Annual Review of Psychology, 73, 301–326. https://doi.org/10.1146/annurev-psych-060321-033406

Hafidzi, M. K., Zen, A., Alamsyah, F. A., Tonda, F., & Oktarina, L. (2023). Pengaruh gaya kepemimpinan, lingkungan kerja, dan kompensasi terhadap kinerja karyawan dengan motivasi sebagai variabel intervening (literature review manajemen sumber daya manusia). Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 4(6), 990–1003. https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i6.1625

Harmen, H., Situmeang, J. J., Fathia, R., Purba, A. C., Utami, A. D., Saragih, F. A., Tumangger, F. A. S. A., & Pandia, A. H. (2025). Evaluasi proses seleksi karyawan dalam UMKM kuliner: Studi kasus pada usaha Seblak Prasmanan Jeletot Medan. Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi, 4(1), 231–238. https://doi.org/10.30640/jumma45.v4i1.4123

Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin). (2025). Data dan statistik UMKM Indonesia. kadin.id

Kallio, H., Pietilä, A. M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: Developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. Journal of Advanced Nursing, 72(12), 2954–2965. https://doi.org/10.1111/jan.13031

Mandasari, D. A., & Safrizal, H. B. A. (2023). Budaya kerja dan gaya kepemimpinan: Literature review. Jurnal Jumbiwira, 2(2), 115–132. https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v2i2.767

Naeem, M., Ozuem, W., Howell, K., & Ranfagni, S. (2023). A step-by-step process of thematic analysis to develop a codebook. International Journal of Qualitative Methods, 22. https://doi.org/10.1177/16094069231205789

Qorib, F. (2024). Tinjauan singkat teori komunikasi: Sejarah, konsep, perkembangan, dan tantangannya. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi, 4(1), 31–46.

Redaksi Bisnis.com. (2026, Mei 29). Babak belur bisnis kuliner Kota Cirebon yang terus menurun, apa alasannya? Bisnis.com. bisnis.com

Rizkyana, N. P. F., Oktaria, R., Putra, T. F., Muntaz, R., Baso, A. M. F., Ilham, M., & Laksana, A. (2024). Pengaruh komunikasi internal terhadap kinerja karyawan. Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial, 2(5), 5–10.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). *Organizational Behavior* (19th Global ed.). Pearson. https://libcatalogue.sunway.edu.my/uhtbin/cgisirsi/x/0/0/5?searchdata1=9781292449968&utm_source=chatgpt.com#

Schmid, Y., & Dowling, M. (2020). New work: New motivation? A comprehensive literature review on the impact of workplace technologies. Review of Managerial Science, 15, 67–94. https://doi.org/10.1007/s11301-020-00204-7

Tomaszewski, L. E., Zarestky, J., & Gonzalez, E. (2020). Planning qualitative research: Design and decision making for new researchers. International Journal of Qualitative Methods, 19. https://doi.org/10.1177/1609406920967174