

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis menunjukkan bahwa, meskipun manajemen komunikasi yang diterapkan oleh Dinas UMKM Kota Bekasi untuk mendukung pertumbuhan UMKM, masih ada beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki. Teori Andrew F. Sikula mendasari analisis manajemen komunikasi ini, yang mencakup komponen perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, koordinasi, dan pengawasan.

1. Perencanaan komunikasi dilakukan dengan menyusun program kerja yang ditujukan untuk pelaku UMKM, termasuk pelatihan, pendampingan, dan promosi. Namun, dalam praktiknya, perencanaan ini belum sepenuhnya mengacu pada kebutuhan riil pelaku UMKM, sehingga beberapa program tidak mencapai sasarannya.
2. Pengorganisasian komunikasi telah terbentuk melalui pembagian tim internal (seperti tim perencanaan, pelatihan, dan evaluasi) serta eksternal melalui peran Paguyuban dan Koordinator Kecamatan (Korcam). Namun, tidak semua Korcam dipilih dari kalangan pelaku UMKM, sehingga kadang terjadi miskomunikasi antara dinas dan UMKM.
3. Pelaksanaan komunikasi melibatkan berbagai media seperti WhatsApp, Instagram, dan website resmi; namun, tidak semua Korcam dipilih dari kalangan pelaku UMKM. Namun, pelaku UMKM mengatakan bahwa informasi sering terlambat dan banyak orang tidak menerimanya tepat waktu, terutama bagi mereka yang tidak menggunakan jaringan komunikasi digital.
4. Komunikasi dinas dengan paguyuban dan Korcam telah dikoordinasikan, tetapi belum merata di semua kecamatan. Beberapa UMKM mengeluh tentang jalur komunikasi yang sulit, yang membuat tidak semua pemilik usaha merasa terjangkau program dinas.
5. Pengawasan atau evaluasi komunikasi belum dilaksanakan secara menyeluruh. Belum ada sistem evaluasi terstruktur untuk mengukur efektivitas penyampaian informasi dan partisipasi UMKM dalam program yang disediakan oleh Dinas UMKM.

Secara keseluruhan, Dinas UMKM Kota Bekasi telah melakukan upaya untuk mengelola komunikasi yang mendukung pertumbuhan UMKM. Namun, masih ada ruang untuk meningkatkan kinerja melalui pemetaan kebutuhan yang lebih akurat, sistem informasi yang lebih terbuka, pelibatan pelaku UMKM secara aktif dalam struktur koordinasi, dan evaluasi berkala terhadap program yang dilaksanakan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan efektivitas manajemen komunikasi Dinas UMKM Kota Bekasi dalam pengembangan UMKM adalah sebagai berikut:

1. Pemetaan kebutuhan pelaku UMKM perlu dilakukan secara rutin, guna memastikan bahwa setiap program yang dirancang oleh Dinas UMKM benar-benar selaras dengan realitas dan tantangan yang dihadapi para pelaku usaha di lapangan. Pendekatan yang berorientasi pada kebutuhan ini diyakini dapat meningkatkan efektivitas dalam proses perencanaan komunikasi.
2. Pemilihan Proses seleksi Koordinator Kecamatan (Korcam) sebaiknya dilakukan dengan lebih ketat dan mempertimbangkan aspek kompetensi, idealnya dipilih dari kalangan pelaku UMKM yang aktif dan memiliki pemahaman mendalam terhadap dinamika usaha di daerahnya masing-masing. Hal ini penting agar arus komunikasi antara dinas dan pelaku usaha dapat berjalan secara dua arah dan lebih tepat sasaran.
3. Sistem Penyebaran informasi perlu diperkuat melalui beragam saluran komunikasi, baik melalui media digital seperti WhatsApp, Instagram, dan situs resmi, maupun melalui media konvensional seperti papan pengumuman atau surat tertulis. Tujuannya adalah agar seluruh pelaku UMKM, termasuk mereka yang kurang aktif di media digital, tetap memperoleh informasi secara merata dan tepat waktu.
4. Evaluasi terhadap proses komunikasi perlu dilakukan secara berkala dan sistematis, mencakup pelaksanaan pelatihan, kegiatan sosialisasi, hingga program pendampingan. Hasil evaluasi ini dapat dijadikan acuan dalam melakukan pembaruan serta inovasi pada program-program komunikasi selanjutnya.
5. Dinas UMKM perlu menjalin kemitraan yang lebih luas dengan berbagai pihak seperti institusi pendidikan, komunitas usaha, serta sektor swasta. Kolaborasi ini bertujuan untuk menghadirkan pelatihan yang relevan, memperluas jaringan pemasaran, serta menciptakan ekosistem pengembangan UMKM yang inklusif, sinergis, dan berkelanjutan..