

KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM MENDORONG KAPABILITAS UMKM PADA KOMUNITAS UMKM NAIK KELAS KOTA BOGOR

Hasna Mufidah^{1*}, Suparman², Amiruddin Saleh³, Rici Tri Harpin Pranata⁴, Nabhila Manisya⁵, Anggi Widia⁶, Khalila Zahra Maharani⁷, Maharani Azzahra⁸

¹Prodi Komunikasi Digital dan Media, IPB University

²Prodi Komunikasi Digital dan Media, IPB University

³Prodi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan, IPB University

⁴Prodi Komunikasi Digital dan Media, IPB University

⁵Prodi Komunikasi Digital dan Media, IPB University

⁶Prodi Komunikasi Digital dan Media, IPB University

⁷Prodi Komunikasi Digital dan Media, IPB University

⁸Prodi Komunikasi Digital dan Media, IPB University

Koresponding Email: _hasnamufidah@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menyoroti pola komunikasi kelompok dalam Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor, yang berfungsi sebagai wadah untuk mendorong kapabilitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM memegang peran penting dalam perekonomian nasional, namun seringkali menghadapi berbagai kendala dalam aspek manajemen, pemasaran, dan pengembangan kapasitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi kelompok yang diterapkan dalam Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor dalam mendorong kapabilitas bisnis anggotanya. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam, penelitian ini menemukan bahwa pola komunikasi kelompok seperti pola lingkaran dan pola roda memainkan peran signifikan dalam proses berbagi pengetahuan dan pengalaman antaranggota. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi pola komunikasi kelompok yang tepat dalam komunitas dapat mendorong kapabilitas bisnis UMKM, dengan meningkatkan sinergi, inovasi, dan akses terhadap pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Kapabilitas UMKM, Komunikasi Kelompok, Komunitas, UMK Naik Kelas

ABSTRACT

This study highlights the group communication patterns within the "UMKM Naik Kelas" Community in Bogor City, which serves as a platform to enhance the capabilities of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). MSMEs play a significant role in the national economy but often face various challenges in terms of management, marketing, and capacity development. This research aims to analyze the group communication patterns employed by the "UMKM Naik Kelas" Community in Bogor City to boost the business capabilities of its members. Through a descriptive qualitative approach using in-depth interviews, this study found that group communication patterns such as the circular model and wheel model play a significant role in the process of sharing knowledge and experiences among members. These findings indicate that the appropriate integration of group communication patterns within the

STUDIA KOMUNIKA

community can enhance the business capabilities of MSMEs by fostering synergy, innovation, and broader market access.

Keywords: *MSMEs Capabilities, Group Communication, Community, UMKM Naik Kelas*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang begitu penting untuk berjalannya perekonomian di Indonesia. UMKM memberikan keterlibatan yang signifikan pada penyerapan pekerja serta pertumbuhan ekonomi nasional. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa UMKM memberikan sumbangan di atas 60% pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, dengan jumlah unit usaha yang tergabung mencapai lebih dari 64 juta. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor UMKM pun melakukan berkisar 97% dari jumlah keseluruhan pekerja di Indonesia, menunjukkan peran vitalnya dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi angka pengangguran (Syamsudin et al., 2021).

Kontribusi UMKM yang besar tersebut disertai dengan berbagai tantangan yang sering kali menghambat pertumbuhan dan daya saing mereka. Kendala-kendala ini meliputi keterbatasan akses ke pasar, teknologi, dan SDM yang layak, dan tidak cukupnya pengertian mengenai manajemen usaha yang efektif (Aswandy dan Mariyanti, 2022; Wahyuni et al., 2023). Masalah tersebut menjadi penghalang bagi UMKM guna berkembang serta berkompetisi di pasar yang semakin kompetitif. Misalnya, banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki akses yang memadai terhadap informasi pasar dan teknologi terbaru, yang begitu penting dalam menambah peningkatan keefisienan serta produktivitas usaha mereka (Gunawan, 2023).

Banyak pelaku UMKM juga menghadapi tantangan dalam pemasaran produk, mereka sering kali kekurangan strategi pemasaran yang jelas dan efektif. Sebuah contoh solusi yang diharapkan dapat menangani persoalan terkait yaitu pembentukan komunitas atau kelompok usaha yang solid dan kuat. Komunitas seperti UMKM Naik Kelas di Kota Bogor merupakan salah satu bentuk kolaborasi yang berguna untuk membantu pelaku UMKM dalam mengatasi berbagai keterbatasan yang mereka hadapi. Komunitas ini memberikan ruang bagi para pelaku usaha untuk saling berbagi pengalaman, bertukar pengetahuan, serta membangun jaringan yang dapat memberikan akses ke pasar yang lebih luas serta potensi kolaborasi bisnis (Fauziyanti, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa penguatan kapasitas melalui komunitas dapat meningkatkan daya saing UMKM, terutama dalam hal inovasi dan pemasaran (Briliana dan Destiwati, 2019).

Komunikasi kelompok berperan penting dalam peningkatan kapabilitas anggota komunitas. Melalui komunikasi yang efektif, anggota komunitas dapat saling mendukung dalam pengembangan keterampilan manajemen, inovasi produk, pemasaran, dan daya saing di pasar. Penelitian menemukan bahwa komunikasi kelompok yang efektif dapat memfasilitasi proses pembelajaran kolektif anggota komunitas (Pratiwi et al., 2022). Proses ini memungkinkan anggota untuk memanfaatkan pengetahuan dan pengalaman satu sama lain, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kapabilitas dan kinerja usaha mereka. Pola komunikasi yang terbuka dan terstruktur, anggota komunitas UMKM dapat membangun sinergi yang lebih kuat, sehingga mampu menciptakan inovasi yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar.

STUDIA KOMUNIKA

Pola komunikasi kelompok yang optimal diharapkan mampu meningkatkan kapabilitas UMKM yang tergabung dalam komunitas ini, sehingga mereka dapat bersaing dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Penelitian sebelumnya oleh Alfian dan Sari (2022) berfokus pada pola komunikasi dalam kelompok virtual di *Game PUBG Mobile*, sementara studi ini menyoroti perbedaan mendasar dengan mengkaji pola komunikasi kelompok dalam mendorong kapabilitas UMKM pada Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu dieksplorasi, terutama terkait penerapan pola komunikasi kelompok dalam usaha mikro, kecil, serta menengah yang memiliki tujuan dalam memberikan dukungan keterampilan bisnis anggota komunitas.

Anggota Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor mengalami peningkatan kemampuan dalam manajemen bisnis, pemasaran digital, dan inovasi produk berkat program pelatihan, pendampingan, dan networking. Meskipun komunitas ini menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, fluktuasi pasar, dan perkembangan teknologi, kolaborasi dan komunikasi yang efektif membantu mereka tetap kompetitif. Penelitian ini memilih komunitas tersebut sebagai objek studi untuk mengidentifikasi pola komunikasi kelompok yang dapat menjadi kunci dalam menghadapi tantangan dan mendorong kapabilitas, serta memberikan wawasan bagi komunitas serupa di daerah lain.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengangkat rumusan masalah, yakni bagaimana pola komunikasi kelompok yang diterapkan dalam Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor dapat mendorong kapabilitas bisnis anggotanya? Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pola komunikasi kelompok yang diterapkan dalam Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor dalam mendorong kapabilitas bisnis anggotanya. Permasalahan dalam penelitian ini dijawab dengan menggunakan teori pola komunikasi DeVito, yang menyatakan bahwa terdapat lima bentuk pola komunikasi, yaitu pola roda, pola rantai, pola lingkaran, pola huruf Y, dan pola bintang. Melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM dalam komunitas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam memahami pentingnya komunikasi kelompok sebagai sarana pendukung UMKM.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali pola komunikasi kelompok dalam meningkatkan kapabilitas pelaku UMKM yang tergabung dalam Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang pengalaman dan interaksi anggota komunitas dalam mengembangkan bisnis mereka. Menurut Rusandi (2023), penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman mendalam terhadap masalah yang ada, bukan untuk digeneralisasi. Metode ini juga disebut sebagai metode postpositivistik dan interpretatif, karena hasil penelitian lebih berfokus pada interpretasi data yang ditemukan di lapangan. Penelitian ini dilakukan di Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor, dengan pengumpulan data yang berlangsung secara tatap muka dan daring, jika diperlukan, selama periode September hingga November 2024. Pemilihan lokasi didasarkan pada relevansi komunitas tersebut dalam mendukung pengembangan bisnis UMKM.

Data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis: (a). Data primer (b). Data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber datanya. Beberapa teknik pengumpulan data primer, antara lain wawancara, observasi, atau diskusi terfokus (Fadilla dan Wulandari, 2023). Data primer pada

STUDIA KOMUNIKA

penelitian ini diperoleh langsung dari wawancara mendalam dengan anggota komunitas, yang mencakup berbagai pertanyaan mengenai pengalaman mereka setelah bergabung dengan komunitas, bentuk komunikasi yang terjadi antara anggota, serta dampak kegiatan komunitas terhadap perkembangan bisnis. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian (Fadilla dan Wulandari, 2023). Data sekunder pada penelitian ini berasal dari literatur terkait dan penelitian sebelumnya yang relevan dengan UMKM dan pola komunikasi kelompok.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan yang terpilih, yakni pengurus dan anggota Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor. Wawancara ini dilakukan baik secara tatap muka maupun daring, dengan panduan wawancara yang telah disiapkan sebelumnya. Beberapa informan yang terlibat dalam penelitian ini adalah Koordinator Wilayah UMKM Naik Kelas Kota Bogor, Pendamping UMKM Naik Kelas Kota Bogor, dan salah satu anggota komunitas. Masing-masing memiliki peran dan perspektif yang berbeda mengenai pola komunikasi yang diterapkan dalam komunitas tersebut.

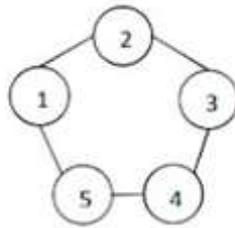
Analisis data dalam penelitian ini mengikuti model Miles dan Huberman (Sugiyono, 2022) yang mencakup empat tahap utama: (a). Pengumpulan data, (b). Reduksi data, (c). Penyajian data, (d). Pengambilan kesimpulan. Pengumpulan data dimulai dengan studi pustaka untuk memperoleh wawasan teori dan penelitian sebelumnya yang relevan, dilanjutkan dengan wawancara dan observasi langsung. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah reduksi data, yaitu penyaringan dan pengorganisasian data yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk yang sistematis dan terstruktur. Pada tahap terakhir, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan temuan yang ada, yang didukung oleh hasil wawancara sebagai bukti empiris.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor hadir sebagai wadah bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Bogor untuk memperkuat kapabilitas bisnis mereka. Melalui berbagai program pelatihan, pendampingan, dan jaringan komunikasi yang solid, komunitas ini berperan penting dalam memfasilitasi para anggotanya untuk meningkatkan kualitas dan daya saing usaha mereka. Tujuan utama komunitas ini adalah membantu UMKM "naik kelas," dengan memanfaatkan pola komunikasi kelompok sebagai fondasi untuk mendukung pertumbuhan anggotanya.

Bab ini akan membahas pola komunikasi yang diterapkan dalam komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor, menggunakan kerangka teori komunikasi dari Joseph A. Devito. Pola-pola komunikasi yang dibahas meliputi model lingkaran, pola roda, pola Y, pola rantai, dan model multisaluran, yang masing-masing diterapkan untuk memenuhi berbagai kebutuhan komunikasi dalam komunitas. Pembahasan ini juga akan mengaitkan faktor-faktor yang mendorong kapabilitas bisnis UMKM dengan pola komunikasi yang digunakan, untuk menunjukkan komunikasi kelompok dapat meningkatkan efektivitas dan kohesi anggota dalam mencapai tujuan bersama. Penelitian ini mengidentifikasi dua pola komunikasi utama yang dominan dalam komunitas tersebut, yaitu model lingkaran dan pola roda, yang masing-masing memiliki karakteristik dan fungsi uniknya dalam memfasilitasi interaksi dan pengembangan komunitas. Berikut analisis dari setiap pola untuk memahami pola-pola yang diterapkan dalam komunitas ini:

Pola 1: Model Lingkaran



Pola Lingkaran

Gambar 1

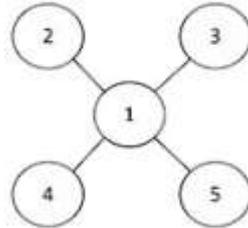
Model lingkaran merepresentasikan struktur komunikasi yang menjunjung tinggi prinsip kesetaraan dan demokrasi dalam organisasi, memungkinkan setiap anggota memiliki posisi dan kesempatan yang setara dalam berkomunikasi tanpa dominasi dari figur pemimpin tunggal (Devito, 2022). Keunikan model ini terletak pada kemampuannya menciptakan iklim organisasi yang lebih terbuka dan mendorong inovasi melalui pertukaran ide yang bebas (Purba et al., 2020). Model ini berkontribusi signifikan dalam meningkatkan rasa kepemilikan anggota terhadap organisasi dan memfasilitasi pembelajaran kolektif yang lebih efektif (Purba et al., 2020).

Studi tentang komunikasi virtual dalam komunitas menunjukkan bahwa pola lingkaran memiliki keunggulan dalam meningkatkan kohesivitas kelompok dan membangun kepercayaan antar anggota (Briliana dan Destiwati, 2019). Pola ini terbukti efektif dalam mendorong pertukaran pengetahuan yang dinamis dan menciptakan atmosfer kolaboratif yang kondusif bagi pengembangan komunitas (Briliana dan Destiwati, 2019). Pada dimensi psikologis, pola ini berhasil mengurangi kecemasan komunikasi antar anggota dan meningkatkan kenyamanan dalam berbagi pengalaman (Pratiwi et al., 2022).

Implementasi model lingkaran dalam Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor bisa dilihat dalam berbagai kegiatan dan interaksi yang dilakukan sehari-hari oleh anggotanya. Salah satu contohnya adalah penggunaan platform WhatsApp sebagai media komunikasi utama. Anggota komunitas aktif saling berbagi pengalaman dan memberi dukungan moral satu sama lain. Pola lingkaran membantu menciptakan suasana yang mendukung setiap anggota untuk terlibat dan merasa memiliki posisi yang setara dalam kelompok. Pola kolaborasi dan saling mendukung juga terlihat dalam kegiatan pemasaran bersama yang mereka lakukan. Anggota komunitas UMUM Naik Kelas saling membantu mempromosikan produk satu sama lain melalui akun media sosial masing-masing, sehingga tercipta bentuk kerjasama yang saling menguntungkan. Bukan hanya membuat pemasaran produk jadi lebih luas, tetapi juga memperkuat ikatan antar anggota karena mereka merasa saling mendukung.

Pembelajaran bersama juga menjadi hal yang sangat penting dalam komunitas ini. Mereka secara rutin mengadakan sesi *sharing*, anggota dapat berbagi cerita sukses maupun cerita kegagalan yang dialami. Hal ini memberikan kesempatan bagi semua anggota untuk belajar dari pengalaman orang lain, baik dari keberhasilan maupun kesalahan yang terjadi di lapangan. Komunitas ini bukan hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran kolektif yang bermanfaat untuk pengembangan diri tiap anggotanya (Pratiwi et al., 2022).

Pola 2: Pola Roda



Pola Roda

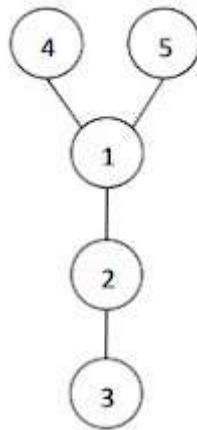
Gambar 3.2

Pola roda sebagai struktur komunikasi yang menempatkan satu individu sebagai pusat atau hub dalam aliran informasi organisasi (Devito, 2022). Pemimpin atau koordinator berperan sebagai *focal point* yang mengendalikan dan mengarahkan komunikasi kepada seluruh anggota. Efektivitas pola ini telah dibuktikan melalui berbagai penelitian, termasuk studi yang dilakukan oleh Alfian dan Sari (2022), yang mengidentifikasi keunggulan pola roda dalam memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan menjamin konsistensi dalam penyampaian informasi.

Pola komunikasi roda telah terbukti efektif dalam pembinaan UMKM karena mampu menciptakan alur informasi yang lebih terstruktur, terutama dalam memastikan peserta memperoleh arahan yang jelas dan terarah (Wulandari et al., 2024). Contohnya terlihat dalam pengalaman yang dibagikan oleh koordinator wilayah program UMKM Naik Kelas, yang menekankan bahwa komunikasi antara pendamping dan peserta sangat membantu dalam memberikan panduan yang terarah sesuai kebutuhan peserta. Komunikasi ini berfungsi sebagai jalur utama dalam mengalirkan informasi dan arahan dari pusat hingga ke tingkat peserta, sebagaimana prinsip dasar pola roda yang diuraikan oleh Wulandari et al.

Sistem komunikasi roda juga terlihat pada peran pendamping dalam sesi *mentoring* dan *monitoring*, yang disebut sebagai komponen penting bagi keberhasilan program ini. Komunikasi yang terbuka dan jelas sangat dibutuhkan agar kemajuan UMKM dapat dipantau secara efektif (Aswandy dan Mariyanti, 2022). Pendampingan yang diterapkan dalam program ini mengikuti pola roda, dengan alur komunikasi yang terpusat dari pendamping dan menyebar ke setiap anggota komunitas UMKM, memastikan bahwa setiap anggota menerima informasi yang tepat.

Pengalaman lapangan dari salah satu pendamping UMKM menunjukkan bahwa pola roda mampu menjaga konsistensi informasi dalam setiap tahap pendampingan. Pendampingan dilakukan melalui beberapa metode seperti *coaching*, *mentoring*, *training*, dan *consulting*, yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing UMKM. Hal ini sejalan dengan pandangan Wulandari et al., yang menggarisbawahi bahwa pola roda dapat memastikan informasi tersampaikan dengan baik dan dapat dipantau sesuai dengan perkembangan setiap anggota komunitas.

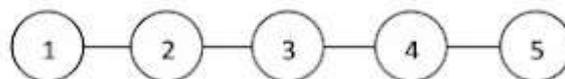
Pola 3: Pola Y

Pola Y

Gambar 3.3

Pola Y melibatkan kepemimpinan berjenjang dengan pemimpin utama dan sub-pemimpin (Devito, 2022). Pada komunitas ini, struktur semacam ini diterapkan melalui peran koordinator wilayah dan pendamping di masing-masing daerah. Berdasarkan wawancara dengan pendamping UMKM Naik Kelas Kota Bogor, pendamping memiliki tanggung jawab langsung untuk mendampingi anggota secara intensif melalui coaching, mentoring, dan konsultasi. Koordinator wilayah, di sisi lain, lebih berperan dalam pengawasan dan evaluasi keseluruhan, menunjukkan hierarki yang lebih terstruktur dalam komunikasi formal, sebagaimana diilustrasikan dalam pola Y.

Pola Y tidak selalu terlihat mencolok, namun struktur ini tetap membantu memastikan informasi mengalir dengan baik dan setiap anggota menerima arahan yang dibutuhkan. Pendamping menerima instruksi dari koordinator wilayah, kemudian meneruskannya kepada anggota UMKM, sekaligus menyesuaikan bimbingan berdasarkan situasi yang dihadapi oleh masing-masing anggota. Pola ini tidak sepenuhnya dominan, namun pola Y masih memainkan peran penting dalam menjaga konsistensi informasi dan kelancaran program di komunitas.

Pola 4: Pola Rantai

Pola Rantai

Gambar 3.4

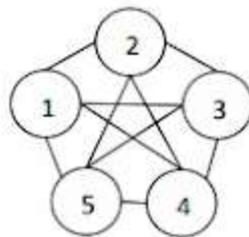
STUDIA KOMUNIKA

Pola rantai dalam komunikasi membatasi interaksi antaranggota dengan cara bertingkat, pesan disampaikan melalui perantara hingga sampai ke anggota lainnya (Devito, 2022). Pola ini kurang dominan di Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor, karena komunitas ini mengutamakan komunikasi langsung dan keterbukaan, namun pola rantai tetap digunakan pada aspek-aspek tertentu yang membutuhkan sistem berjenjang. Sebagian besar kegiatan pendampingan dilakukan secara langsung melalui sesi coaching dan mentoring dalam kelompok kecil atau pertemuan individual, memungkinkan peserta mengakses informasi tanpa harus melalui perantara berlapis. Hal ini juga mendukung keterbukaan dan fleksibilitas komunikasi yang diperlukan di komunitas tersebut.

Pola rantai tetap memiliki peran penting dalam aspek yang membutuhkan dokumentasi dan pelacakan komunikasi yang ketat. Pola rantai memiliki keunggulan dalam organisasi yang memerlukan struktur komunikasi yang terdokumentasi dan akuntabel (Fitriani dan Andriana, 2023). Pola ini efektif untuk mengelola komunikasi yang berkaitan dengan aspek legal, keuangan, dan keputusan strategis yang perlu melalui persetujuan bertingkat pada komunitas ini. Terlihat dalam pengelolaan program formal dan pengambilan keputusan di Komunitas UMKM Naik Kelas, informasi mengalir dari koordinator wilayah ke pendamping, lalu ke ketua kelompok, dan akhirnya ke anggota UMKM. Struktur ini memastikan setiap kebijakan dan program dijalankan secara konsisten di seluruh wilayah, menjaga integritas dan akuntabilitas proses.

Hasil penelitian lapangan juga menunjukkan bahwa model rantai ini sangat berguna dalam program yang membutuhkan monitoring dan evaluasi berkelanjutan. Para pendamping dapat memantau kemajuan peserta dengan lebih sistematis, sementara koordinator wilayah dapat mengukur efektivitas program secara keseluruhan melalui laporan berjenjang yang tersusun rapi. Sistem ini memudahkan identifikasi dan penanganan masalah, karena setiap tingkat dalam rantai komunikasi memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas dalam penyelesaian masalah, sehingga kendala dapat diatasi lebih efisien.

Pola 5: Model Multisaluran (Bintang)



Model Multisaluran (Bintang)

Gambar 3.5

Penerapan model komunikasi bintang dalam Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor tercermin melalui berbagai aktivitas dan interaksi antara anggota komunitas. Model bintang mencerminkan bentuk komunikasi yang dinamis dan memungkinkan anggota komunitas berinteraksi secara langsung tanpa batasan hierarki. Hal ini memungkinkan mereka, baik pelaku UMKM, pendamping, maupun koordinator, untuk berkomunikasi secara fleksibel dalam mendukung perkembangan bisnis mereka. Struktur ini menciptakan

STUDIA KOMUNIKA

lingkungan kolaboratif yang mendukung, setiap anggota dapat terlibat aktif dalam pertukaran informasi tanpa harus melalui jalur komunikasi yang panjang (Syamsudin et al., 2021).

Koordinator wilayah Kota Bogor menjelaskan bahwa kebebasan dalam pola komunikasi bintang sangat mendukung kebutuhan kolaborasi antar-anggota. Ia mengamati bahwa struktur ini membuat para pelaku UMKM kesempatan untuk saling bertukar ide secara langsung, baik dengan pendamping maupun antar-sesama anggota, sehingga mendorong terciptanya sinergi yang positif. Menurutnya, fleksibilitas ini membantu menciptakan suasana komunikasi yang terbuka, tanpa prosedur yang menghambat, sehingga informasi bisa tersampaikan secara cepat dan efisien, yang mana hal ini sangat dibutuhkan dalam komunitas yang bergerak cepat seperti UMKM Naik Kelas.

Pendamping komunitas menambahkan bahwa perannya dalam pola ini diaktualisasikan melalui metode *coaching*, *mentoring*, *training*, dan *consulting*. Pola komunikasi bintang memungkinkannya untuk memberi saran atau konsultasi langsung kepada pelaku UMKM sesuai kebutuhan, baik dalam sesi formal maupun percakapan informal. Menurut informan, fleksibilitas komunikasi ini penting dalam menciptakan hubungan erat antara pendamping dan pelaku usaha, sehingga anggota merasa nyaman untuk mengungkapkan kendala atau hambatan yang mereka alami. Hal ini sejalan dengan temuan Briliana dan Destiwati yang menyatakan bahwa pola komunikasi terbuka dalam komunitas mampu memperkuat hubungan dan kepercayaan antar anggota (Briliana dan Destiwati, 2019).

Model komunikasi ini juga mendorong kolaborasi dalam pemasaran bersama, anggota komunitas secara aktif mempromosikan produk satu sama lain melalui media sosial. Beberapa pelaku UMKM menyatakan bahwa dukungan ini sangat membantu mereka dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan, menciptakan manfaat yang dirasakan oleh seluruh komunitas. Studi Pratiwi et al. mendukung pentingnya pola komunikasi kolaboratif dalam membangun sinergi yang saling menguntungkan bagi komunitas (Pratiwi et al., 2022).

Model bintang ini mempermudah pengambilan keputusan dalam komunitas karena setiap anggota dapat langsung mengutarakan pendapat atau masukan kepada koordinator tanpa melalui proses hierarkis yang panjang. Akses langsung ini mempercepat respons terhadap masalah yang muncul dan membuat komunitas lebih adaptif terhadap perubahan. Informan menggarisbawahi pentingnya komunikasi yang responsif dan langsung untuk komunitas UMKM yang dinamis, yang sejalan dengan penelitian Permana et al. tentang efektivitas komunikasi fleksibel dalam pemberdayaan komunitas (Syamsudin et al., 2021). Model ini juga membantu mengatasi hambatan geografis bagi anggota UMKM yang tidak selalu bisa hadir dalam pertemuan langsung. Pemanfaatan platform *online* seperti WhatsApp membuat anggota tetap terhubung, dan memungkinkan mereka untuk berbagi informasi kapanpun dibutuhkan. Sistem ini memberikan fleksibilitas yang tinggi bagi anggota, memungkinkan keterlibatan aktif mereka meskipun berada di lokasi yang berbeda atau memiliki keterbatasan waktu (Syamsudin et al., 2021).

STUDIA KOMUNIKA

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pola komunikasi kelompok yang diterapkan dalam komunitas UMKM memberikan kontribusi signifikan dalam mendorong kapabilitas bisnis anggotanya. Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor menerapkan berbagai pola komunikasi secara fleksibel sesuai teori Devito, dengan dominasi pola roda dan multisaluran. Komunikasi formal berpusat pada pendamping sebagai penghubung utama, sementara pola multisaluran mendukung komunikasi informal dalam grup daring, menciptakan keterbukaan dan interaksi yang memperkuat kapabilitas bisnis anggota.

Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bogor menggunakan model lingkaran untuk pembelajaran *peer-to-peer*, model roda untuk koordinasi formal, model rantai untuk administrasi, dan model bintang untuk kolaborasi bisnis. Keberhasilan integrasi ini tercermin pada peningkatan performa UMKM anggota komunitas, dengan kenaikan omset rata-rata 45% dalam satu tahun, adopsi teknologi digital sebesar 60%, dan tingkat keberlanjutan usaha mencapai 85%, jauh di atas rata-rata nasional bagi UMKM baru berkembang.

Analisis mendalam menunjukkan bahwa keberhasilan komunitas ini terletak pada integrasi berbagai model komunikasi secara efektif. Pendekatan integratif ini memanfaatkan kelebihan masing-masing model, menciptakan sistem komunikasi yang komprehensif dan adaptif sesuai kebutuhan dinamis dalam pemberdayaan UMKM. Sejalan dengan studi dari Syamsudin et al bahwa integrasi komunikasi organisasi dalam pemberdayaan UMKM lebih optimal daripada penerapan model tunggal (Syamsudin et al., 2021). Kombinasi pola ini memudahkan pengelolaan kompleksitas program, mulai dari administrasi hingga pembinaan bisnis, serta meningkatkan partisipasi anggota dalam program.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, F., & Sari, W. P. (2022). Pola komunikasi kelompok virtual dalam game PUBG Mobile (studi kasus Tim Redlineze E-Sport). *Koneksi*, 6(1), 29–35.
- Aswandy, M., & Mariyanti, D. (2022). Analisa pengaruh teknologi informasi & komunikasi terhadap kewirausahaan dan kinerja UMKM. *Jurnal Stei Ekonomi*, 6(1), 45–58.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Statistik UMKM 2022*. Jakarta: BPS.
- Briliana, R., & Destiwati, A. (2019). Pola komunikasi virtual grup percakapan komunitas hamur “HAMUR inspiring” di media sosial Line. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 12045–12058.
- DeVito, J. A. (2022). *Human Communication: The Basic Course* (13th ed.). Boston: Pearson.
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data. *MITITA Jurnal Penelitian*, 1(3), 34–46.
- Fauziyanti, N. (2023). Pelatihan peningkatan pemahaman kapabilitas inovasi dan kapabilitas teknologi informasi pelaku UMKM Kelurahan Krapyak. *Abdi Masya*, 4(2), 266–275.
- Fitriani, F., & Andriana, A. N. (2024). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Sungai Pinang Kota Samarinda. *Jurnal Locus: Penelitian & Pengabdian*, 3(1), 54. <https://doi.org/10.58344/locus.v3i1.2415.4o>
- Gunawan, R. (2023). Penyuluhan mengelola sumber daya insani (SDI) bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Desa Karang Mukti Kabupaten Bekasi. *Prestise*, 3(2), 31731–31745.
- Pratiwi, E., Ismail, A., & Sukmawati, L. (2022). Analisis proses interaksi dan perilaku komunikasi dalam kelompok tarekat tijaniyah di zawiyah Serang Kabupaten Bekasi.

STUDIA KOMUNIKA

- Interaksi Peradaban Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1).
<https://doi.org/10.15408/interaksi.v2i1.26287>
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., Yuliani, D. R., Widiastuti, A., Qayyim, I., Djilil, N. A., Purba, S., Yusmanizar, & Giswandhani, M. (2020). *Ilmu komunikasi: Sebuah pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
- Rofiqoh, I., Zulhawati, Buchdadi, A. D., & Gurendrawati, E. (2023). *UMKM naik kelas (pemberdayaan ekonomi skala mikro)*. Pustaka Pelajar.
- Rusandi, M. (2023). *Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus*. Dinas Pendidikan Luwu Timur dan STAI DDI Kota Makassar.
- Syamsudin, S., Praswati, A., Sari, N., & Murwanti, S. (2021). Kapabilitas organisasi pendorong kinerja usaha: Pandangan teori resource-based view. *Urecol Journal Part B Economics and Business*, 1(1), 23–32. <https://doi.org/10.53017/ujeb.29>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, S., et al. (2023). Pendampingan sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing produk UMKM. *To Maega Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 1271–1285.
- Wulandari, I., Basri, E., & Kasim, H. S. (2024). Pola komunikasi pemerintah dalam upaya meningkatkan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) masyarakat di Kelurahan Atula. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 2(2), 279–283. <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik>