

## **KOMUNIKASI KELOMPOK UNTUK PENGUATAN LEMBAGA DAN PENGEMBANGAN KERJASAMA DI UKM KOTA DEPOK**

Yani Hendrayani<sup>1</sup>, Hermina Manihuruk<sup>2</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)

email: [yanihendrayani@upnvj.ac.id](mailto:yanihendrayani@upnvj.ac.id)

### **ABSTRAK**

Perkembangan UKM di Indonesia yang terus meningkat dari segi kuantitas belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UKM. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas yang disebabkan oleh masalah internal antara lain rendahnya kualitas SDM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, terbatasnya akses UKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar. Faktor penghambat lain yang tidak dapat dikesampingkan ialah persoalan mental para pelaku usaha yang masih sulit bekerjasama. Sehingga *konflik of interest* diantara mereka tidak terelakan bahkan terkadang menjadi penghambat dalam meningkatkan mutu/ kualitas produk dan jumlah produktifitas. Persoalan terhambatnya komunikasi di antara para pelaku usaha perlu dicari jalan keluarnya. Rendahnya kerjasama menjadi penyebab utama UKM bergerak lambat jauh dari target yang diharapkan.. Dalam tulisan ini komunikasi kelompok menjadi awal terjadinya pengembangan kerjasama di UKM Kota Depok. Komunikasi kelompok dalam UKM Kota Depok terwujud sebagai strategi untuk menyatukan visi dalam berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok dalam pengembangan produksi di UKM Kota Depok. Dalam makalah ini, menemukan bahwa komunikasi kelompok sangat signifikan diperlukan terhadap kinerja bisnis.

Kata kunci : UKM, pengembangan kerjasama, komunikasi kelompok

### **ABSTRACT**

*The development of SMEs in Indonesia that continues to increase in terms of quantity has not been matched by the prevalence of improving the quality of SMEs. The classic problems faced are low productivity caused by internal problems such as low quality of human resources in management, organization, mastery of technology, and marketing, limited access of SMEs to capital, information, technology and markets. Another inhibiting factor that cannot be ruled out is the mental problem of business people who are still difficult to cooperate. So that the conflict of interest between them is inevitable even sometimes becomes an obstacle in improving the quality of the product and the amount of productivity. The problem of obstruction of communication between business actors needs to be sought a solution. The low level of cooperation is the main cause of SMEs moving slowly far from the expected target. In this paper group communication is the beginning of the development of cooperation in Depok City SMEs. Group communication in Depok City SMEs was realized as a strategy to unite vision in interacting with each other to achieve common goals, get to know each other, and view them as part of a group in the development of production in Depok City SMEs. In this paper, it is found that group communication is very important for business performance.*

*Keywords : SMEs, development cooperations, group communication*

## 1. Pendahuluan

Perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia, semakin diandalkan menjadi bagian penting dalam meningkatkan lajunya perekonomian masyarakat. Kiprah para pelaku usaha melalui jalur UKM kini semakin nyata dalam menciptakan unit unit kerja baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Namun, perkembangan UKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UKM (Primiana, 2009). Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UMKM yaitu: rendahnya kualitas SDM UKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UMKM, dan terbatasnya akses UMKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya (Puspitasari, 2012).

Faktor penghambat lain yang tidak dapat dikesampingkan ialah persoalan mental para pelaku usaha yang masih sulit untuk membuka diri dan saling bekerjasama. Sehingga *konflik of interest* diantara mereka tidak terelakan bahkan terkadang menjadi penghambat dalam meningkatkan mutu/ kualitas produk dan jumlah produktifitas. Persoalan terhambatnya komunikasi di antara para pelaku usaha perlu dicari jalan keluarnya. Rendahnya kerjasama menjadi penyebab utama UKM bergerak lambat jauh dari target yang diharapkan (Supriyanto, 2006). Kondisi ini merefleksikan bahwa terhambatnya jumlah produktivitas diakibatkan kurangnya kesadaran pentingnya sebuah kerjasama dalam meningkatkan mutu produk dan jumlah produksi ke arah yang lebih besar. Komunikasi kelompok menjadi awal terjadinya pengembangan kerjasama para pelaku UKM.

Untuk meningkatkan daya saing UKM diperlukan langkah bersama untuk mengangkat keterampilan komunikasi kelompok menjadi faktor penting untuk pengembangan kerjasama antar pelaku usaha untuk pengembangan kerjasama dan kapasitas diri para pelaku usaha UKM Pertanian kota Depok. Komunikasi kelompok, akan dapat memberikan peluang sebesar-besarnya kepada para pelaku usaha untuk bekerjasama dan berpartisipasi dalam kegiatan kelompok. Melalui kerjasama dan peningkatan kapasitas diri dari anggota kelompok maka inovasi-inovasi yang diinformasikan pemerintah melalui penyuluh dapat diserap dan diterapkan dengan baik oleh para pelaku usaha (Mardikanto, 1988).

Efektivitas komunikasi kelompok dapat tercapai apabila faktor-faktor yang mempengaruhinya saling mendukung. Efektivitas komunikasi kelompok sangat dibutuhkan karena dengan itu dapat menumbuhkan kerjasama para pelaku usaha sehingga dapat menjalankan fungsinya dengan baik serta dapat memberikan manfaat bagi anggota kelompok tani pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.

Namun, pertimbangan paling utama tim Prodikom FISIP UPN “Veteran” Jakarta dalam mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah memandang urgensi untuk memberikan pelatihan kepada para pelaku usaha di UKM Pertanian Kota Depok, agar kesadaran akan bekerjasama menjadi faktor yang penting untuk meningkatkan mutu dan jumlah produksi. Dengan kegiatan pelatihan ini maka para pelaku usaha, mengerti arti bagaimana pentingnya komunikasi sebagai *strategi tools* mengembangkan kerjasama dan meningkatkan kapasitas diri dalam merebut peluang usaha dan market penjualan untuk kesejahteraan di kalangan para anggota kelompok UKM Pertanian Kota Depok yang berlokasi di Cilodong, Sukmajaya Depok- Jawa Barat.

## **1.2 Permasalahan Mitra**

Berdasarkan hasil wawancara tim PKM dengan pengurus dan beberapa pelaku usaha di UKM Pertanian Kota Depok rata-rata mempunyai permasalahan tentang terhambatnya jumlah produksi yang sangat dipengaruhi oleh kerjasama anggota kelompok UKM Pertanian Kota Depok dalam suatu kesatuan. Harapan dari program ini akan membantu menyelesaikan berbagai permasalahan para pelaku usaha UKM Pertanian Kota Depok, agar dapat meningkatkan kesadaran pentingnya sebuah kerjasama dalam mengembangkan mutu produk dan jumlah produksi ke arah yang lebih besar.

Komunikasi kelompok merupakan faktor yang dianggap sangat berpengaruh terhadap meningkatnya kerjasama para pelaku usaha UKM, dikarenakan komunikasi kelompok yang efektif akan menghasilkan perubahan pendapat, sikap, dan tindakan yang pada akhirnya akan membentuk kerjasama untuk mencapai tujuan.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **2.1 Peranaan Komunikasi Kelompok Untuk Penguatan Lembaga dan Pengembangan Kerjasama.**

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi, kelompok usaha dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Jalaludin Rakhmat (1994) membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut: 1). Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur backstage (perilaku yang kita tampilkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas. 2). Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal. 3) Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder adalah sebaliknya. 4) Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental. 5) Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.

Dari pengamatan tim PKM bahwa UKM Pertanian Kota Depok, termasuk pada karakteristik dari segi kualitas komunikasi diantara mereka masih bersifat dangkal dan terbatas. Hal tersebut diakibatkan bahwa atmosfer persaingan bisnis dan saling merahasiakan strategi bisnis diantara mereka masih kental, namun hal ini dapat difahami. Peningkatan kepercayaan diantara mereka menjadi satu tim perlu ditingkatkan tanpa ada pihak pihak yang dirugikan.

### **2.2. Pengaruh Kelompok Pada Perilaku Komunikasi**

Perilaku komunikasi yang dibangun melalui komunikasi kelompok di UKM Pertanian Kota Depok mengikuti beberapa tahapan yaitu 1) Konformitas yaitu mengajak para pelaku usaha yang tergabung dalam UKM ini, untuk melakukan perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok. Upaya menetralsir saling mencurigakan sebagai akibat tekanan kelompok-yang real atau dibayangkan, kemudian dirubah menjadi saling mendukung. Bila sebagian anggota dalam kelompok melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota lain untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Sehingga Ibu Tanti Gunantri yang kini

menjadi ketua kelompok, mengatur anggota - anggota untuk menyebar dalam kelompok. Ketika ketua meminta persetujuan anggota, tumbuhkan seakan-akan seluruh anggota kelompok sudah setuju. Besar kemungkinan anggota-anggota berikutnya untuk setuju juga, **2) Fasilitasi sosial yaitu** menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja. Para pelaku usaha diajak untuk membangun sistem yang memberikan kemudahan dan fasilitas bagi kelancaran usaha mereka. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Robert Zajonc (1965) menjelaskan bahwa kehadiran orang lain-dianggap-menimbulkan efek pembangkit energi pada perilaku individu. Sehingga UKM Pertanian diharapkan kedepan untuk terus menebar motivasi bagi anggotanya sehingga para pelaku usaha senantiasa terpacu kreatifitasnya dalam mengembangkan usaha mereka. **3) Polarisasi,** yaitu para pelaku usaha diajarkan bagaimana berada ke arah posisi yang ekstrem. Bila sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi mendukung tindakan itu. Hal tersebut mengajarkan bagaimana mereka memiliki perasaan menjadi satu tim menggerakkan roda perekonomian kota Depok melalui kreatifitas di bidang usaha kecil menengah.

### **2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keefektifan Kelompok**

Anggota-anggota kelompok dalam hal ini pelaku usaha UKM Pertanian Kota Depok sebagai anggotanya bekerja sama untuk mencapai dua tujuan: a. melaksanakan tugas kelompok, dan b. memelihara moral anggota-anggotanya. Tujuan pertama diukur dari hasil kerja kelompok-disebut prestasi (performance) tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (satisfaction). Jadi, bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi (misalnya kelompok belajar), maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok. Untuk itu faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu : 1). ukuran kelompok 2) jaringan komunikasi 3) kohesi kelompok.

4. kepemimpinan (Jalaluddin Rakhmat, 1994). Dari keempat faktor ini dapat diuji seberapa besar faktor tersebut dirasakan oleh para pelaku usaha di UKM Pertanian Kota Depok dalam melakukan interaksi antar anggota di kelompok usaha ini.

Dalam wujud nyata yang dapat di temui ada beberapa tipe dari kelompok seperti kelompok belajar, kelompok pemecahan masalah, serta kelompok sosial lainnya. UKM Pertanian Kota Depok termasuk dalam kelompok sosial. Sementara dalam bahasan mengenai metode pengambilan keputusan dalam kelompok, kita akan mengenal sejumlah metode yang digunakan di mana masing-masing metode yang dipakai bergantung kepada beberapa faktor yang melingkupinya. Dan dalam bahasan mengenai kepemimpinan dalam kelompok, kita diajak untuk memikirkan gaya-gaya

kepemimpinan yang terjadi dalam kelompok dan fungsi kepemimpinan dalam kelompok. Namun kepemimpinan di UKM Pertanian Kota Depok hanya dipilih satu orang yaitu Ibu Tanti Gustanti yang diangkat oleh pihak Walikota Kota Depok.

### **3. Metode**

Pelaksanaan Program pengabdian kepada masyarakat di UKM Pertanian Kota Depok selama 4 bulan, dari bulan Maret sampai bulan Oktober. Adapun metode yang dilakukan terdiri atas :

#### **3.1 Metode Persiapan**

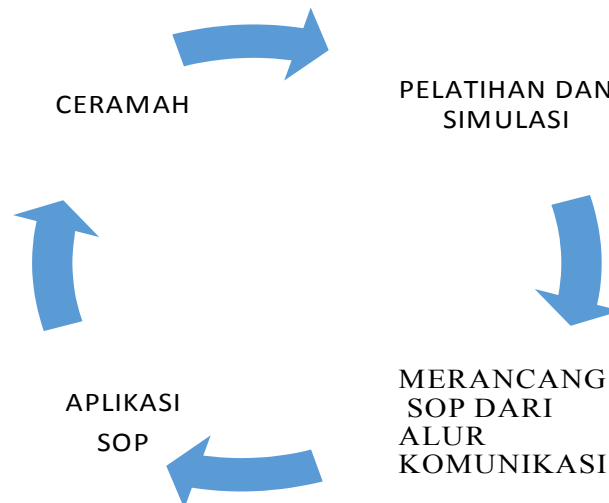
Metode Persiapan meliputi: a) menyusun rancangan, b) memilih lapangan, c) menjajagi dan menilai keadaan dan memetakan permasalahan, e) memilih dan memanfaatkan mitra yaitu para pelaku usaha yang menjadi anggota UKM Pertanian Kota Depok. Pemetaan permasalahan ini akan menjadi dasar untuk melakukan ceramah, pelatihan, pendampingan dan simulasi serta, menyusun alur komunikasi yang tepat yang dapat dirancang untuk UKM Kota Depok.

#### **3.2 Metode Praktik**

Pada saat pelaksanaan yaitu dengan menggunakan a) Metode Ceramah, diskusi, dan tanya jawab. b) Pelatihan dan simulasi komunikasi

1. Metode pendampingan melalui cara berkunjung ke lokasi dengan memberi pengarahan, menjelaskan kepada para pelaku usaha, dan
2. Kuesioner pada saat penyuluhan dan pendampingan
3. Merancang Alur Komunikasi dalam SOP
4. Aplikasi SOP

**Gambar 1. Alur pelaksanaan program pendidikan dan pelatihan Komunikasi Kelompok**



### 3.3 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam abdimas Komunikasi Kelompok untuk penguatan lembaga dan pengembangan kerjasama para pelaku usaha UKM Kelompok Tani Kota Depok sejumlah 50 anggota.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Koordinasi dengan Ketua dan Pengurus UKM Kota Depok

Kegiatan pengabdian masyarakat kepada UMKM Pertanian Kota Depok, diawali dengan melakukan koordinasi internal untuk melakukan berbagai persiapan kegiatan. Untuk memastikan analisis situasi, tim melakukan pertemuan dengan ketua dan pengurus UKM Pertanian Kota Depok terkait bentuk kegiatan, koordinasi dan mendiskusikan program kerja UKM Pertanian Kota Depok yang telah ada, agar bersinergi dengan program kegiatan yang dilakukan tim pengabdian. Ketua menyampaikan harapannya agar UKM Pertanian Kota Depok mampu menebus pasar yang lebih luas, sehingga dukungan aspek komunikasi dalam menguatkan lembaga dan pengembangan kerjasama dapat membantu. Pertemuan awal merupakan bagian dari pemetaan permasalahan yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan ceramah, pelatihan, pendampingan dan simulasi serta, menyusun alur komunikasi yang tepat yang dapat dirancang untuk UKM Kota Depok.

#### **4.2 Ceramah : Peranan Komunikasi Kelompok Untuk Penguatan Lembaga Dan Pengembangan Kerjasama Di Ukm Kota Depok**

Pelaksanaan ceramah yang berjudul Peranan Komunikasi Kelompok Untuk Penguatan Lembaga Dan Pengembangan Kerjasama Di UKm Kota Depok dilakukan pada 16 Agustus 2018. Kegiatan Ceramah komunikasi dilakukan di ruang pertemuan Kebun Tan Olevera, Kp Bendungan Cilodong dan diikuti oleh sekitar 50 anggota UKM Pertanian Kota Depok.. Dalam kegiatan ceramah ini, tim memberikan penjelasan mengenai: Pengertian Komunikasi Kelompok sebagai cara untuk mencapai tujuan bersama. Sehingga diperlukan penguatan yang memiliki ikatan dan interaksi yang harmonis yang memacu terjadinya perubahan, pertumbuhan dan perkembangan pribadi maupun organisasi. Steven covey (1997) dalam bukunya “the seven habit” menemukan *tujuh kebiasaan* yang baik : 1.pro aktif 2.mendahulukan yang utama 3.selalu memulai dengan tujuan akhir 4.pendekatan menang-menang 5.berusaha mengerti orang lain sebelum dimengerti orang lain 6.selalu menciptakan sinergi, keterpaduan dan kebersamaan 7.selalu mengasah dan mengembangkan diri baik fisik, sosial, maupun nilai-nilai.dari ketujuh habit tsb yang menonjolkan adanya tim adalah : pendekatan menang-menang, menger-ti orang lain dan selalu bersinergi

Dari pengamatan tim PKM bahwa UKM Pertanian Kota Depok, karakteristik kualitas komunikasi diantara para pelaku usaha masih bersifat dangkal dan terbatas. Hal tersebut diakibatkan bahwa atsmosfir persaingan bisnis dan saling merahasiakan strategi bisnis diantara mereka masih kental, namun hal ini dapat difahami. Peningkatan kepercayaan diantara mereka menjadi satu tim perlu ditingkatkan tanpa ada pihak pihak yang dirugikan.

#### **4.3. Pelatihan Komunikasi Kelompok dan Simulasi**

Pelatihan Komunikasi Kelompok dan Simulasi langsung kepada peserta atas ateri yang diberikan . Selain itu, pada kesempatan ini pun dilakukan Sharing Session serta Pemetaan Masalah Komunikasi untuk mencari Formula Sebagai Dasar Penyusunan SOP Komunikasi di UKM Pertanian Depok pada tanggal 8 September 2018. Kompetensi yang ingin dicapai dalam ceramah terkait komunikasi kelompok yaitu, peserta diharapkan mampu bekerjasama dalam kelompok secara efektif dan efisien, sehingga membentuk tim yang dinamis. Di dalam pelatihan ini para pelaku Usaha UKM Pertanian Kota Depok sebagai peserta diajak bersama sama memberikan pendapatnya tentang Perbedaan antara Kelompok dan Tim yaitu :



- a) kelompok belum tentu tim
- b) anggota bekerja secara individual dan kadang berbeda tuj.
- c) anggota tdk dilibatkan dlm pene-tapan sasaran.
- d) anggota diminta utk bekerja dan bukan diminta saran.
- e) anggota tdk percaya pada motif rekan-rekan kerjanya.
- f) hati-hati dlm menyampaikan pendapat krn kurang toleransi
- g) apabila mendapat pelatihan dlm penerapannya sangat dibatasi oleh pimpinan.
- h) anggota berada dlm konflik, tdk tahu sebab dan pemecahannya.
- i) anggota tidak di dorong utk ikut dlm pengambilan keputusan

Para pelaku Usaha UKM Pertanian Kota Depok sebagai peserta diberikan pentingnya atas manfaat membangun Tim yaitu :

- a) Dengan adanya tim, sasaran yang realistis dapat ditentukan dan dicapai optimal.
- b) anggota tim dan pemimpin tim memiliki komitmen untuk saling mendukung sama lain agar tim berhasil.
- c) anggota tim memahami prioritas anggota lainnya dan dapat saling membantu.
- d) komunikasi bersifat terbuka, diskusi cara kerja baru atau memperbaiki cara kerja.
- e) pemecahan masalah lebih efektif karena kemampuan tim lebih memadai.
- f) umpan balik tim lebih memadai karena anggota tim mengetahui apa yang diharapkan.
- g) konflik diterima sebagai hal yang wajar, dan dianggap sebagai kesempatan untuk memecahkan masalah.
- h) Keseimbangan tercapainya produktivitas tim dengan pemenuhan kebutuhan pribadi

Adapun tim yang baik dalam suatu organisasi tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan perlu upaya yang sungguh-sungguh. Tahap pertumbuhannya adalah sbb :

1. Tahap Forming : Ada rasa optimis + pesimis, takut, was-was, khawatir  
Himpun informasi, identifikasi masalah, sulit *problem solving*, ragu terhadap fungsi Tim
2. Tahap Storming : Ragu pd kemampuan Tim, Mengeluh pd beban kerja  
Defensif + saling menyalahkan, Kompetisi + timbul ketegangan

3. Tahap Norming : Rekonsiliasi + Terima Beda pendapat, Konflik terkendali, saran konstruktif, Kerja Lancar + Harmonis, *sense togethernes*
4. Tahap Performing : Tim menjadi matang, Ada perbaikan-perbaikan + Perubahan, Fungsi manajemen POAC jalan, Suasana kerja kondusif, Anggota tahu Hak dan Kewajiban, Kerja Trampil dan Produktif

#### **4.4 Simulasi**

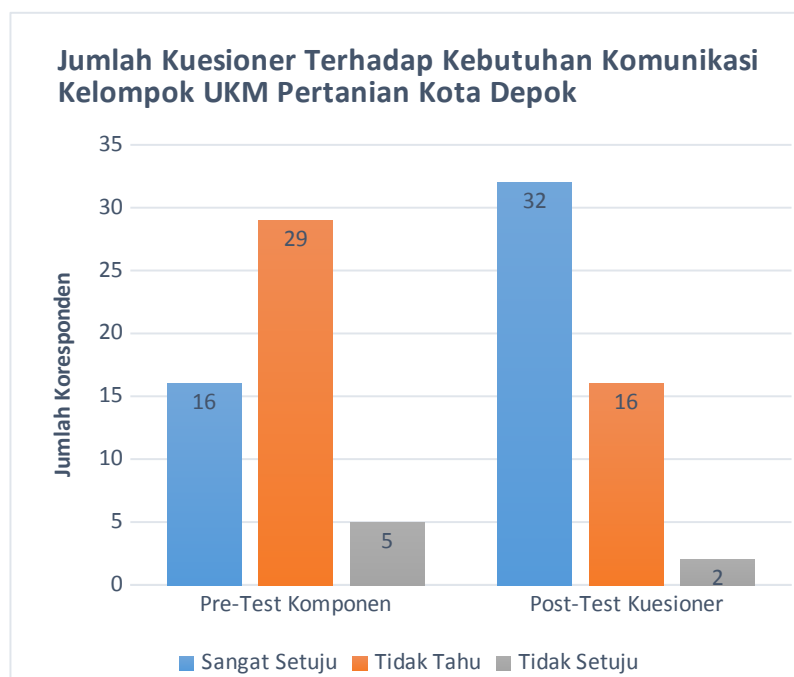
Pada sesi simulasi seluruh peserta mempraktekan 1) Tahap Forming dengan memberikan rincian perasaan mereka selama ini ketika ada rasa optimis + pesimis, takut, waswas, khawatir ketika awal mula membuka usaha dan memutuskan untuk masuk dalam kelompok UKM Pertanian Kota Depok. Dalam simulasi tahapan ini, para pelaku usaha sebagai peserta pelatihan diminta untuk menghimpun informasi, identifikasi masalah, memikirkan *problem solving* untuk menghilangkan keraguan terhadap fungsi Tim. Selanjutnya pada simulasi tahap berikutnya, peserta pun diminta untuk menjelaskan kapan mereka mengalami 2) Tahap Storming : Ragu pd kemampuan Tim, Mengeluh pd beban kerja, merasakan ada perasaan defensif + saling menyalahkan, Kompetisi + timbul ketegangan ketika terjadi pertemuan diantara mereka. Simulasi pada 3) Tahap Norming, peserta diminta untuk membuat pemetaan masalah sebagai bagian dari Rekonsiliasi dan terima beda pendapat, mengendalikan konflik, serta menjelaskan upaya untuk membangun secara konstruktif, menumbuhkan *sense togethernes*. 4) Tahap Performing merupakan tahap akhir, simulasi peserta pada tahap ini, meminta para pelaku usaha UKM Pertanian Kota Depok untuk mencatatkan harapan-harapan mereka untuk mewujudkan suasana kondusif, sebagai upaya menyusun hak dan kewajiban untuk perbaikan-perbaikan atau Perubahan dengan menciptakan alur komunikasi melalui SOP.

#### **5. Diskusi**

Setelah dilaksanakan ceramah, pelatihan dan simulasi komunikasi, pendampingan, serta adanya kuesioner, target luaran untuk rencana kegiatan berikutnya akan tercapai melalui jangka pendek dan jangka panjang. Semua kegiatan yang dilaksanakan oleh Tim PKM di UKM Pertanian Kota Depok dihadiri langsung oleh aparatur kecamatan, dan kepala dinas UMKM kota Depok, Ibu Walikota Depok, tokoh masyarakat, dan para pelaku usaha.

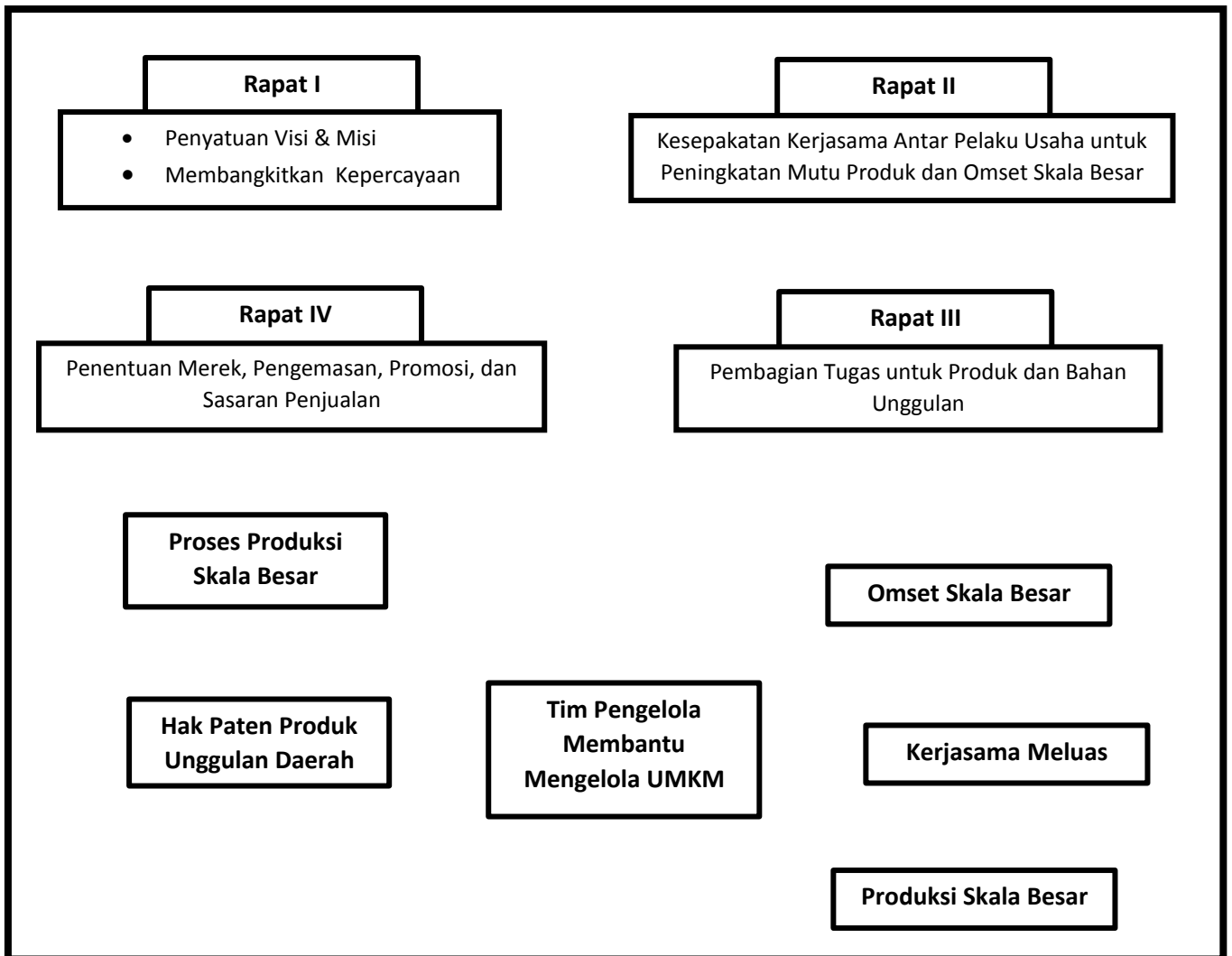
Maka TIM pengabdi melakukan kesimpulan bahwa target luaran jangka pendek meliputi: Pelaku Usaha yang menjadi Anggota UKM Pertanian Kota Depok mampu : a ) Meningkatkan *Awareness*; b) Melakukan identifikasi; c) Melakukan evaluasi; d) Melakukan aksi nyata sebagai kontribusi solusi terhadap persoalan Komunikasi di UKM Pertanian Kota Depok;

Adapun pendampingan dilakukan dengan cara membantu (melatih) para pelaku usaha dalam hal merancang kerjasama untuk bersama sama menghasilkan jumlah produksi yang memiliki kualitas dan kuantitas tinggi. Respon masyarakat terhadap pentingnya Komunikasi dalam penguatan lembaga dan pengembangan kerjasama di UKM Pertanian dapat diketahui dari hasil kuesioner (50 responden) seperti gambar 1. Dengan demikian terjadi peningkatan pemahaman mereka terhadap pentingnya komunikasi setelah mereka mengikuti kegiatan ini.



Adapun target luaran untuk rencana kegiatan berikutnya dapat tercapai dengan proses jangka panjang meliputi: 1) Merancang Alur Komunikasi dalam SOP 2) Aplikasi SOP setelah diadakan penyuluhan 3) Mampu mendemonstrasikan strategi kerjasama dengan pihak industry dan pihak pemodal 3) Membuka peluang kewirausahaan yang lebih besar 4) Para pelaku usaha mampu mengembangkan kerjasama dan membangun tim baik internal maupun

ekternal dengan meyakini bahwa komunikasi sebagai strategi tools untuk mencapai tujuan mereka 5) Memecahkan masalah secara win-win solution.



Gambar 3. Diagram Alir SOP Komunikasi

Dalam mencapai upaya penguatan lembaga dan pengembangan kerjasama, UMKM Pertanian Kota Depok memiliki Alir SOP Komunikasi, dimana alir ini merupakan sebuah kesatuan proses bertahap yang diimplementasikan kedalam sistem komunikasi UMKM Pertanian Kota Depok. Langkah pertama ialah melakukan penyatuan visi dan misi serta membangkitkan kepercayaan para anggota. Menyatukan visi dan misi sangat penting supaya para anggota tidak terpecah-belah dalam mencapai upaya dan tujuan yang ditetapkan, kemudian diiringi dengan membangkitkan kepercayaan kepada para anggota bahwa UMKM

Pertanian bisa dan mampu mencapai visi dan misi yang ditetapkan tersebut. Langkah kedua ialah melakukan kesepakatan kerjasama antar pelaku usaha untuk peningkatan mutu produk dan omset skala besar. Dalam tahap ini, para anggota yang notabene-nya pelaku usaha, membuat kesepakatan bahwa dalam mencapai visi, mereka akan melakukan kerjasama (saling bersinergi) untuk peningkatan mutu dari produk dengan harapan mencapai omset skala besar. Langkah ketiga ialah pembagian tugas untuk produk dan bahan unggulan. Para pelaku usaha melakukan klasterisasi jenis produk unggulan, untuk pembagian kerjasama terhadap pengembangan Langkah keempat ialah penentuan merek, pengemasan, promosi, dan sasaran penjualan. Para pelaku usaha menetapkan merek untuk membentuk identitas dari produk unggulan yang akan dipasarkan, kemudian mereka menetapkan bentuk pengemasan supaya terlihat menarik. Serta para pelaku usaha menetapkan strategi promosi, segmentasi sasaran pelanggan, serta menetapkan sasaran penjualan produk unggulan. Langkah kelima ialah melakukan proses produksi dalam skala besar. Setelah para pelaku usaha sudah siap dan bersedia untuk memasarkan produk unggulannya, maka mereka sudah siap untuk melakukan proses produksi skala besar. Hal ini pun akan berpengaruh terhadap kategori skala produksi mereka, dari produksi skala rumahan akan naik menjadi produksi skala UKM. Langkah keenam ialah melakukan hak paten terhadap produk unggulan daerah. Produk unggulan yang dipasarkan akan memiliki peran untuk menjadi bagian dari identitas suatu daerah, sehingga instansi daerah perlu membantu dan meyakinkan para pelaku usaha untuk melakukan hak paten terhadap produk unggulan tersebut. Dalam melakukan hak paten produk unggulan, para pelaku usaha akan dibimbing dan dipandu oleh tim pengelola UKM, supaya para pelaku usaha dapat mengembangkan UMKM-nya ke tingkat lebih lanjut. Dengan begitu, UKM tersebut akan memiliki omset dengan skala yang besar, tingkat produksi akan semakin meningkat, serta kiat kerjasama akan semakin meluas.

## **6. Kesimpulan**

Kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan ini, ialah mayoritas para anggota UKM Pertanian Kota Depok sangat setuju untuk menerapkan alir komunikasi kelompok yang dapat dijadikan sebagai SOP, dengan tujuan mencapai upaya penguatan lembaga serta pengembangan kerjasama. Dengan adanya penerapan SOP Komunikasi tersebut, upaya pengembangan dan penguatan akan lebih terstruktur dan lebih terarah, sehingga para pelaku usaha tidak perlu ragu untuk mengembangkan usaha mereka.

## **7. Daftar Pustaka**

Anwar Arifin, 1984, *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*, Bandung: Armico

Jalaludin Rakhmat, 1994, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mardikanto, T. 1988. *Komunikasi Pertanian*. Universitas Sebelas Maret Press. Surakarta.

Primiana I. 2009. *Menggerakkan Sektor Rill UKM & Industri*. Bandung: Alfabeta.

Puspitasari H. 2012. *Akses UMKM Terhadap Pembiayaan Mikro Syariah dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha (Kasus: BMT Tadbirul Ummah, Kabupaten Bogor)*. [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.

Portal Resm Kota Depok, Diakses pada tanggal 2 Agustus 2018 dari World Wide Web:

[http://www.depok.go.id/?hal=publikasi\\_detil&id=1](http://www.depok.go.id/?hal=publikasi_detil&id=1).

Tambunan T. 2009. *UMKM di Indonesia*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.

Wiryanto, 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.