

Analisis Efektifitas Komunikasi Antara Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kabupaten Bandung Dengan Para Pelaku UMKM untuk Tujuan Pengembangan Usaha

Iwan Satibi¹, Saferi AF², Wila Arintia Resti³

¹Universitas Pasundan Bandung, Indonesia

^{2,3}Program Studi Magister Ilmu Administrasi, Universitas Bandar Lampung, Indonesia

Email:

iwan.satibi@unpas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyse the effectiveness of communication between the Cooperative Office of UMKM and Trade of Bandung Regency with MSME actors for business development purposes, to find out what factors can affect the effectiveness of communication between the Cooperative Office of UMKM and Trade of Bandung Regency with MSME actors and to find out communication efforts between the Cooperative Office of UMKM and Trade of Bandung Regency with MSME actors for business development purposes. The research method used in this research is Qualitative Descriptive method. The result of this study is an analysis of the effectiveness of communication between the Cooperative Office of UMKM and Trade of Bandung Regency with MSME actors for business development purposes including clear message evaluation, two-way interaction, information disclosure, comprehensive assistance, and technology training according to needs. The aim is to ensure productive communication and appropriate support for the business development of MSME players. Factors that can influence the effectiveness of communication between the Bandung Regency MSME Cooperative and Trade Office and MSME players include the availability of relevant communication channels, clarity and continuity of messages, and the use of feedback and evaluation of Communication Efforts of the Bandung Regency MSME Cooperative and Trade Office with MSME Players for Business Development Purposes through relevant information-based approaches, training, personal mentoring, promotion, collaboration, and utilisation of modern communication platforms.

Keywords: Analysis, Effectiveness, Communication.

Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting di berbagai sektor, termasuk perdagangan, pertanian, industri, dan jasa. UMKM berperan penting dalam mengurangi kemiskinan dan pengangguran (Shelly et al., 2020). Di Indonesia, pemerintah memberikan penekanan yang signifikan pada UMKM karena kemampuannya untuk mendorong perekonomian, terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah (Nursini, 2020). Usaha-usaha ini berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan stabilitas sosial, sehingga menjadikannya komponen penting dalam perekonomian nasional. Dukungan pemerintah terhadap UMKM mencakup kebijakan dan inisiatif yang bertujuan untuk memberikan bantuan keuangan, pelatihan, dan akses pasar untuk membantu bisnis ini berkembang dan berekspansi (Munizu et al., 2023). Menurut Bank Indonesia, UMKM

merupakan mayoritas entitas bisnis di negara Indonesia, mencakup 99,9% dari seluruh perusahaan. Meskipun menghadapi berbagai tantangan dan keterbatasan, usaha-usaha ini memiliki dampak yang besar terhadap perekonomian nasional. UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dengan pangsa mencapai 59,08%. Selain itu, UMKM juga memainkan peran penting dalam sektor ekspor, dengan kontribusi sekitar 14,06%. Di luar kontribusi ekonomi yang diberikan, UMKM merupakan sumber utama lapangan kerja, membantu mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan dengan menyediakan berbagai peluang kerja (Novitasari, 2022). Hal ini menggarisbawahi peran penting yang dimainkan oleh UMKM dalam mempertahankan dan meningkatkan kondisi sosial-ekonomi negara (Aryadi & Hoesin, 2022).

Namun, UMKM menghadapi berbagai tantangan internal dan eksternal yang dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan (Nasrun et al., 2022). Secara internal, UMKM sering kali bergelut dengan keterbatasan modal, teknologi yang tidak memadai, praktik manajemen yang tidak efisien, dan kurangnya daya saing. Masalah-masalah internal ini dapat membatasi kemampuan pelaku UMKM untuk berkembang dan berinovasi (Nasution & Marliyah, 2023). Secara eksternal, UMKM menghadapi rintangan seperti prosedur perizinan yang rumit, kesulitan dalam mengakses bahan baku, dan terbatasnya ketersediaan lokasi pemasaran utama (Suri & Berliana, 2023). Selain itu, mendapatkan kredit dari bank masih menjadi tantangan yang signifikan karena persyaratan pinjaman yang ketat dan kurangnya agunan. Terlepas dari berbagai hambatan ini, UMKM terus memainkan peran penting dalam perekonomian (Naufalin, 2020). Ketahanan dan kemampuan beradaptasi para pelaku UMKM memungkinkan untuk menghadapi perubahan dan bertahan dari krisis ekonomi, memastikan kontribusi yang berkelanjutan terhadap stabilitas dan pertumbuhan ekonomi (Romadhon & Fitri, 2020).

Secara internal, UMKM menghadapi berbagai keterbatasan, seperti modal yang tidak mencukupi, teknik produksi yang ketinggalan jaman, pangsa pasar yang terbatas, manajemen yang tidak efisien, dan kurangnya teknologi canggih. Perusahaan-perusahaan ini sering kali mengalami proses pengambilan keputusan yang lemah dan pengawasan keuangan yang buruk, yang mengakibatkan rendahnya daya saing (Siagian et al., 2019). Secara eksternal, UMKM menghadapi tantangan seperti proses perizinan yang rumit, kesulitan mendapatkan bahan baku, lokasi pemasaran yang tidak memadai, dan hambatan dalam memperoleh kredit bank (Siagian et al., 2019). Selain itu, UMKM juga beroperasi dalam iklim bisnis yang kurang kondusif, menghadapi kesadaran masyarakat yang rendah, dan menerima bimbingan dan dukungan yang tidak memadai (Chrismardani & Setiyarini, 2019). Masalah-masalah ini lazim terjadi di kalangan UMKM di seluruh Indonesia, termasuk di Kabupaten Bandung. Saat ini, tantangan utama bagi UMKM di Kabupaten Bandung adalah kesulitan dalam memasarkan dan mempromosikan produknya dalam skala yang lebih luas, meskipun jumlah UMKM di wilayah ini terus meningkat setiap tahunnya.

Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Bandung terhambat oleh beberapa faktor, termasuk kerentanan dalam permodalan dan berbagai aspek manajemen seperti produksi, pemasaran, dan kapasitas sumber daya manusia. Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung menghadapi berbagai kendala, termasuk masalah permodalan, aspek manajemen (produksi, pemasaran, sumber daya manusia), dan

keterbatasan pengetahuan dalam mengelola usaha. Meskipun potensi pertumbuhan UMKM ada dengan meningkatnya penduduk di wilayah ini, perkembangan yang diharapkan belum terwujud sepenuhnya. Terdapat faktor-faktor seperti keterbatasan pengetahuan, kemampuan mengelola usaha, dan penerapan teknologi yang masih menjadi hambatan bagi pertumbuhan UMKM di Kabupaten Bandung (Liviawati, 2020). Dalam upaya mengatasi kendala ini, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bandung memiliki tanggung jawab untuk memberikan pembinaan kepada pelaku UMKM. Hal ini dianggap penting karena sebagian besar penduduk di wilayah tersebut terlibat dalam usaha mikro dan kecil. Saat ini, banyak UMKM mengalami kesulitan, seperti penurunan omzet dan bahkan penutupan usaha kecil. Oleh karena itu, peran Dinas Koperasi dan UMKM menjadi semakin krusial dalam mendukung perekonomian masyarakat.

Pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM memiliki tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM. Efektivitas komunikasi antara Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan dengan pelaku UMKM juga menjadi kunci dalam mendukung perkembangan UMKM di wilayah tersebut. Faktor penting dalam komunikasi yang efektif meliputi penyediaan saluran komunikasi yang mudah diakses, jangkauan informasi yang merata, kejelasan pesan, partisipasi pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan, dukungan teknis, dan mekanisme umpan balik yang terbuka. Dengan adanya upaya yang berkelanjutan dan inklusif, sinergi antara Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan dengan pelaku UMKM di Kabupaten Bandung dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan UMKM yang lebih baik dalam menghadapi tantangan masa depan.

Tinjauan Pustaka

Efektivitas Komunikasi

Efektivitas adalah elemen kunci dalam mencapai tujuan atau sasaran tertentu melalui suatu kegiatan. Suatu kegiatan dianggap efektif jika berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Almauly et al., 2022). Oleh karena itu, efektivitas organisasi biasanya didefinisikan sebagai berbagai upaya yang dilakukan organisasi, dengan menggunakan sumber daya dan kemampuan yang tersedia, untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan jelas (Budiman et al., 2022). Komunikasi adalah proses sistematis di mana individu saling berinteraksi satu sama lain untuk menciptakan simbol dan menginterpretasikan maknanya. Interaksi ini melibatkan pertukaran pesan melalui berbagai saluran, menumbuhkan pemahaman dan kerjasama. Dalam konteks pengajaran dan pembelajaran, komunikasi sangat diperlukan (Kusnadi et al., 2020).

Komunikasi bertujuan untuk menyampaikan pesan secara akurat sesuai dengan makna yang dimaksudkan oleh sumber pesan. Keberhasilan komunikasi diukur dari seberapa baik penerima memahami dan menginterpretasikan pesan seperti yang dimaksudkan oleh pengirim (Rantung et al., 2023). Jika penerima salah menafsirkan pesan atau memahaminya secara berbeda dari maksud pengirim, maka terjadi ketidakselarasan antara sumber dan penerima. Dalam kasus seperti itu, proses komunikasi dapat dianggap gagal atau tidak efektif, karena tujuan inti dari pengiriman dan pemahaman pesan yang akurat tidak tercapai (Rahayu et al., 2023).

Efektivitas program dapat dinilai dengan menyelaraskan output program dengan

tujuannya, dan perspektif peserta program dapat menjadi metrik yang berharga untuk evaluasi. Menurut Cahyadi & Windirah (2021) berbagai indikator dapat mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan program, seperti:

- a. Ketepatan sasaran program, indikator ini mengukur seberapa baik peserta program menelaraskan diri dengan sasaran yang telah ditentukan. Hal ini mengevaluasi apakah karakteristik dan kondisi peserta program relevan dengan tujuan program yang diinginkan.
- b. Sosialisasi program, indikator ini mengukur efektivitas pelaksana program dalam menyebarluaskan informasi tentang pelaksanaan program. Hal ini mengevaluasi seberapa baik informasi mengenai program dapat dikomunikasikan kepada masyarakat luas dan calon peserta program.
- c. Tujuan program, indikator ini menilai seberapa baik hasil implementasi program sesuai dengan tujuan program yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini mengevaluasi menentukan apakah program telah mencapai hasil yang diharapkan dan sesuai dengan rencana awal.
- d. Pemantauan program, melibatkan kegiatan pemantauan berkelanjutan yang dilakukan setelah pelaksanaan program. Pemantauan ini berfungsi untuk mendukung peserta program dan mengidentifikasi potensi masalah atau penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas program.

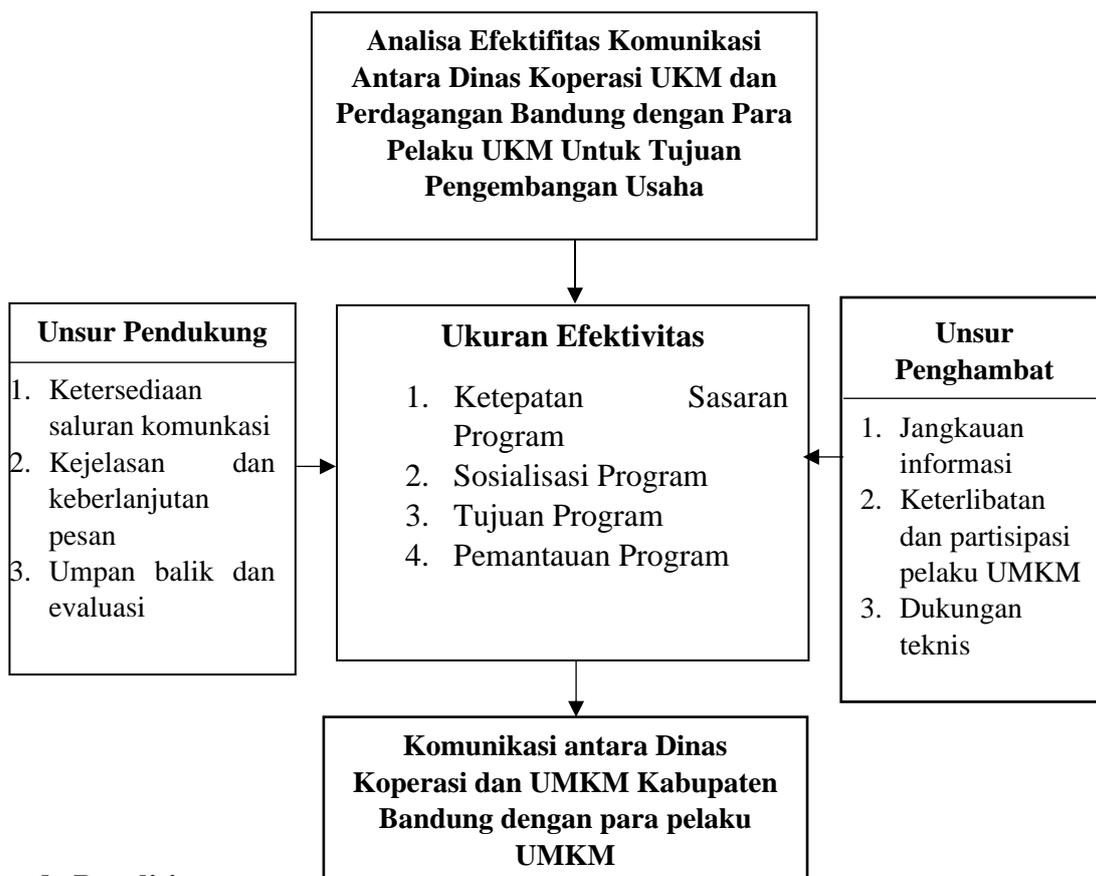
Capaian Komunikasi antara Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bandung dengan Para Pelaku UMKM

Capaian komunikasi antara Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bandung dengan para pelaku UMKM antara lain:

- a. Ketersediaan saluran komunikasi: ketersediaan saluran komunikasi mengacu pada seberapa banyak dan beragamnya saluran yang digunakan untuk berkomunikasi antara Dinas Koperasi, UMKM, dan para pelaku UMKM di Kabupaten Bandung. Saluran komunikasi dapat mencakup pertemuan tatap muka, telepon, email, surat-menyurat, media sosial, grup diskusi online, dan sebagainya. Semakin banyak dan beragam saluran yang tersedia, semakin mudah pelaku UMKM dapat berkomunikasi dengan pihak terkait dan memperoleh informasi terkini mengenai program, kebijakan, dan peluang pengembangan usaha.
- b. Jangkauan informasi: jangkauan informasi menggambarkan seberapa efektif informasi mengenai kebijakan, program, dan peluang pengembangan usaha yang disebarluaskan oleh Dinas Koperasi menjangkau para pelaku UMKM di seluruh wilayah Bandung. Sangat penting untuk memastikan bahwa informasi ini terdistribusi secara merata dan dapat diakses oleh seluruh pelaku UMKM, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil atau sulit dijangkau.
- c. Kejelasan dan keberlanjutan pesan: kejelasan dan keberlanjutan pesan berfokus pada seberapa jelas dan konsistennya pesan-pesan yang disampaikan oleh Dinas Koperasi kepada para pelaku UMKM. Pesan-pesan yang ambigu atau tidak jelas dapat menyebabkan ketidakpahaman atau salah tafsir, sehingga menghambat langkah-langkah pengembangan usaha.

- d. Keterlibatan dan partisipasi pelaku UMKM: Keterlibatan dan partisipasi pelaku UMKM mengacu pada sejauh mana mereka dilibatkan dalam proses komunikasi dan pengambilan keputusan terkait kebijakan dan program yang berdampak pada UMKM. Melibatkan para pelaku UMKM dalam proses komunikasi dapat membantu memahami kebutuhan mereka secara lebih baik dan mendorong rasa memiliki terhadap program-program yang dijalankan.
- e. Dukungan teknis: Dukungan teknis merujuk pada pemberian bantuan atau pendampingan teknis dari Dinas Koperasi kepada para pelaku UMKM. Dukungan ini bisa berupa pelatihan, konsultasi, pendampingan, atau bantuan teknis lainnya yang dapat membantu meningkatkan kualitas dan daya saing usaha UMKM.
- f. Umpan balik dan evaluasi: Umpan balik dan evaluasi merupakan bagian penting dari komunikasi yang efektif. Hal ini membantu memahami apakah program-program yang dijalankan telah sesuai dengan kebutuhan dan memberikan manfaat yang diharapkan. Evaluasi juga membantu dalam meningkatkan kualitas komunikasi ke depannya serta mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan untuk mendukung perkembangan usaha UMKM secara lebih baik (Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Bandung, 2023).

Kerangka Pikir



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif, dengan fokus pada prinsip-prinsip umum yang mendasari fenomena dalam kehidupan manusia, atau pada pola-pola yang dianalisis dari

indikator sosial-budaya melalui budaya masyarakat, untuk mendapatkan representasi dari contoh yang ada. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu menggambarkan keadaan suatu gejala secara tepat pada saat penelitian dilakukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode yaitu penelitian lapangan, studi kepustakaan, studi dokumentasi, dan wawancara. Informan untuk penelitian ini dipilih melalui kunjungan pra-survei lapangan ke lokasi penelitian. Dengan menggunakan metode purposive sampling, peneliti memilih informan yang memiliki pengetahuan yang baik tentang efektivitas komunikasi antara Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Bandung dan pelaku UMKM, sehingga dapat memberikan informasi yang akurat dan relevan yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Informan dalam penelitian ini berjumlah 8 orang yang terdiri dari Kabid Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Sub. Koordinator Peningkatan Kewirausahaan, Pengawas Koperasi, Ketua Persatuan UMKM Bandung, dan 4 orang pelaku UMKM.

Hasil dan Pembahasan

Upaya memajukan sektor koperasi dan usaha mikro di Bandung didorong oleh Sri Wahyuningsih dari Dinas Koperasi dan Perdagangan. Dalam perannya, dia fokus pada mendukung pertumbuhan UMKM lokal dan mengakui dampak positifnya terhadap ekonomi daerah. Melalui berbagai saluran komunikasi, seperti pertemuan rutin, pemberitahuan tertulis, dan media sosial, Sri Wahyuningsih memastikan informasi yang relevan dengan melakukan survei kebutuhan dan memberi ruang bagi umpan balik. Tantangan dalam mencapai UMKM di wilayah terpencil diatasi dengan melibatkan relawan lokal, penyampaian informasi dengan bahasa yang sederhana, serta program-program seperti lokakarya dan pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM. Dukungan teknis dalam bentuk pelatihan dan panduan juga diberikan, meskipun dalam keterbatasan kapasitas.

Dalam konteks yang sama, Drs. Madnur Arifin bertanggung jawab atas peningkatan kewirausahaan di daerah tersebut. Fokusnya adalah pada pengembangan program pelatihan, keterampilan wirausaha, dan inisiatif yang bertujuan untuk mendorong potensi calon wirausaha. Upayanya termasuk mengadakan seminar, lokakarya, dan forum diskusi untuk meningkatkan partisipasi dan jaringan antarwirausaha. Meskipun dihadapkan pada kendala kesadaran dan pengetahuan teknis terbatas, Madnur Arifin mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kesadaran melalui seminar serta memberikan pelatihan yang praktis dan mudah dipahami. Melalui berbagai inisiatif ini, kerja keras Sri Wahyuningsih, Drs. Madnur Arifin, dan juga upaya Persatuan UMKM Bandung di bawah kepemimpinan Muntamah, telah memberikan dorongan penting bagi pertumbuhan dan perkembangan UMKM di wilayah tersebut.

Analisis efektivitas komunikasi antara Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Bandung dengan para pelaku UMKM untuk tujuan pengembangan usaha

Analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi antara Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Bandung dengan pelaku UMKM dapat ditingkatkan melalui beberapa pendekatan strategis. Pertama, mengadopsi pendekatan berbasis koordinasi

akan membantu dalam mengintegrasikan upaya dari berbagai pihak terkait sehingga komunikasi menjadi lebih terarah dan sinergis. Dengan mengoordinasikan berbagai program dan inisiatif, pelaku UMKM akan lebih mudah memahami dan mengakses bantuan yang tersedia. Selain itu, pentingnya interaksi dua arah menjadi faktor utama dalam meningkatkan efektivitas komunikasi. Memastikan adanya dialog terbuka antara instansi terkait dan pelaku UMKM memungkinkan pertukaran informasi, umpan balik, serta berbagai masukan yang dapat memperkaya program dan kebijakan yang ada.

Keterbukaan informasi juga menjadi kunci dalam membangun komunikasi yang efektif. Dengan memberikan akses yang lebih luas terhadap informasi terkait program, pelaku UMKM dapat mengambil keputusan yang lebih baik dan mengambil peluang yang tepat. Selanjutnya, pendekatan holistik dalam memberikan bantuan adalah penting. Mempertimbangkan berbagai aspek seperti manajemen, produksi, pemasaran, dan teknologi dalam program bantuan akan membantu pelaku UMKM dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi. Terakhir, penyelenggaraan pelatihan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM akan membantu peaku UMKM mengadopsi teknologi yang relevan dan mendukung perkembangan usaha UMKM.

Dengan menggabungkan berbagai pendekatan di atas, komunikasi yang lebih efektif dan berdaya guna dapat diwujudkan. Hal ini akan berdampak positif pada perkembangan dan pertumbuhan UMKM di Bandung, seiring dengan upaya untuk mendukung para pelaku UMKM dalam mengatasi tantangan dan mengambil peluang yang ada.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Efektifitas komunikasi antara Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Bandung dengan para pelaku UMKM

Efektivitas komunikasi antara Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Bandung dengan pelaku UMKM sangat dipengaruhi oleh tiga faktor utama yang berperan penting dalam memastikan informasi yang disampaikan memiliki dampak yang diinginkan. Pertama, ketersediaan saluran komunikasi yang relevan memastikan bahwa pesan-pesan dapat sampai kepada pelaku UMKM dengan cara yang paling efisien. Dengan menggunakan berbagai saluran seperti pertemuan rutin, pemberitahuan tertulis, dan media sosial, komunikasi menjadi lebih mudah diakses dan dapat mencakup beragam preferensi komunikasi.

Kedua, kejelasan serta keberlanjutan pesan menjadi faktor penting lainnya. Pesan yang jelas dan konsisten memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik dan tidak menyebabkan kebingungan. Keberlanjutan pesan melibatkan pengiriman informasi secara teratur dan berkelanjutan, sehingga pelaku UMKM dapat mengikuti perkembangan program dan kebijakan yang relevan.

Ketiga, penggunaan umpan balik dan evaluasi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan efektivitas komunikasi. Umpan balik dari pelaku UMKM memberikan wawasan tentang sejauh mana pesan telah diterima dan dipahami, serta membantu dalam mengidentifikasi area-area yang memerlukan klarifikasi atau penyesuaian. Evaluasi berkala tentang bagaimana komunikasi berjalan memberikan peluang untuk memperbaiki dan meningkatkan pendekatan komunikasi yang ada.

Kombinasi ketiga faktor ini bekerja bersama untuk menciptakan lingkungan komunikasi yang efektif antara instansi terkait dan pelaku UMKM. Dengan saluran komunikasi

yang tepat, pesan yang jelas dan berkelanjutan, serta mekanisme umpan balik yang kuat, informasi dan panduan dapat tersampaikan dengan baik, memungkinkan pelaku UMKM untuk berpartisipasi secara aktif dalam program dan inisiatif yang ditawarkan.

Upaya komunikasi antara Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Bandung dengan para pelaku UMKM untuk tujuan pengembangan usaha

Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Bandung dapat membentuk lingkungan komunikasi yang mendukung pengembangan usaha para pelaku UMKM. Penyampaian informasi yang relevan, pelatihan yang cermat, pendampingan yang personal, promosi yang efektif, kolaborasi yang bermanfaat, dan platform komunikasi modern akan berperan dalam membantu mencapai tujuan akhir: perkembangan usaha para pelaku UMKM di Bandung. Dengan mengadopsi strategi pemberian informasi yang relevan, pelatihan khusus, pendampingan personal, penyediaan materi promosi, kolaborasi, dan pemanfaatan platform komunikasi modern, Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Bandung dapat membangun lingkungan komunikasi yang mendukung pengembangan usaha para pelaku UMKM. Upaya komunikasi ini memberikan panduan, pengetahuan, dan kolaborasi yang mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik bagi pelaku UMKM, serta memfasilitasi pertumbuhan usaha mereka secara berkelanjutan.

Kesimpulan

1. Analisis efektivitas komunikasi antara Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Bandung dengan pelaku UMKM untuk tujuan pengembangan usaha melibatkan evaluasi pesan yang jelas, interaksi dua arah, keterbukaan informasi, bantuan holistik, dan pelatihan teknologi sesuai kebutuhan. Tujuannya adalah untuk memastikan komunikasi yang produktif dan dukungan yang tepat bagi perkembangan usaha pelaku UMKM.
2. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Efektivitas komunikasi antara Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Bandung dengan para pelaku UMKM antara lain adalah ketersediaan saluran komunikasi yang relevan, kejelasan serta keberlanjutan pesan, dan penggunaan umpan balik dan evaluasi.
3. Upaya dalam Komunikasi Antara Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Bandung dengan Para Pelaku UMKM Untuk Tujuan Pengembangan Usaha melalui pendekatan berbasis informasi yang relevan, pelatihan, pendampingan pribadi, promosi, kolaborasi, dan pemanfaatan platform komunikasi modern.

Daftar Pustaka

- Almauly, G., Al Yakin, A., Lidda, A., & Abid, M. (2022). Efektivitas Pelayanan Pembuatan Surat Izin Usaha Perdagangan (Siup) di Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa Tahun 2020. *Journal Pegguruang*, 4(1), 205–214.
- Aryadi, R., & Hoesin, S. H. (2022). Kewirausahaan dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Solusi Untuk Mengatasi Masalah Ketenagakerjaan di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Bisnis (Selisik)*, 8(1), 57–72.

- Budiman, I., Nurlina, N., & Chandra, R. (2022). Pengaruh Kemampuan Komunikasi, Tingkat Pendidikan, Dan Pelatihan Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan UKM Kota Langsa. *JIM: Manajerial Terapan*, 2(1), 135–143.
- Cahyadi, Y., & Windirah, N. (2021). Efektivitas Program KUR Mikro Untuk UMKM di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Bangkahulu. *Jurnal Agristan*, 3(1), 54–70.
- Chrismardani, Y., & Setiyarini, T. (2019). Dampak dan tantangan dalam implementasi social media marketing untuk UMKM. *Competence: Journal of Management Studies*, 13(2), 170–183.
- Kusnadi, I. H., Dinarwati, S., & Suparman, A. (2020). Kinerja Bidang Pengelolaan Pasar Dalam Pemungutan Retribusi Pasar Pada Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang. *The World of Financial Administration Journal*. *The World of Financial Administration Journal*.
- Munizu, M., Tandiono, R., Pravitasari, E., Kardini, N. L., Hendrawan, H., Nur, T., Siswanto, A., & Manuaba, I. B. K. (2023). *UMKM: Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nasrun, A. P., Nujum, S., & Sufri, M. (2022). Pengaruh Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Mengatasi Kemiskinan Dan Pengangguran Di Kota Makassar. *Tata Kelola*, 9(1), 78–87.
- Nasution, R., & Marliyah, M. (2023). Analisis Program Pemerintah Dalam Penanggulangan Kemiskinan Dan Pengangguran Di Kecamatan Pulau Rakyat Kabupaten Asahan. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 810–823.
- Naufalin, L. R. (2020). Tantangan pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(1), 95–102.
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *Journal of Applied Business & Economics (JABE)*, 9(2).
- Nursini, N. (2020). Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) and poverty reduction: empirical evidence from Indonesia. *Development Studies Research*, 7(1), 153–166.
- Rahayu, L., Arindawati, W. A., & Nayiroh, L. (2023). Strategi Komunikasi Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan Ukm Dalam Mengembangkan Umkm Di Wilayah Kota Jakarta Selatan. *JURNAL HERITAGE*, 11(2), 170–184.
- Rantung, G. M., Dotulong, L. O. H., & Saerang, R. T. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi, Komunikasi dan Keterlibatan Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 867–880.

- Romadhon, F., & Fitri, A. (2020). Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(1), 30–44.
- Shelly, R., Sharma, T., & Bawa, S. S. (2020). Role of micro, small and medium enterprises in Indian economy. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 10(5), 84.
- Siagian, M., Kurniawan, P. H., & Hikmah, H. (2019). Analisis faktor eksternal dan internal terhadap kinerja umkm di kota batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 265–271.
- Suri, A. A., & Berliana, A. (2023). Analisis pembiayaan UMKM pada bank syariah sebagai upaya pengembangan usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 850–863.