

Analisis Komunikasi pada UMKM Circle Food Bojongkunci Kabupaten Bandung

The Communication Analysis At Circle Food Msme, Bojongkunci, Bandung Regency

Aisyah Syaifani Sholihat¹, Leli Nirmalasari².

^{1,2} Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung: Aisyah Syaifani Sholihat¹, email: aisyah10121217@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:
Diajukan: 29/07/2025
Diterima: 29/07/2025
Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci:
UMKM, komunikasi,
produktivitas, Circle Food

A B S T R A K

UMKM memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penggerak ekonomi lokal maupun sebagai penyedia lapangan kerja. Namun, salah satu tantangan utama yang kerap dihadapi adalah efektivitas komunikasi, baik komunikasi internal antar karyawan maupun komunikasi eksternal dengan pelanggan dan pemasok. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dinamika komunikasi yang terjadi pada UMKM Circle Food yang berlokasi di Desa Bojongkunci, Kabupaten Bandung. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya pola komunikasi internal vertikal dan horizontal, serta komunikasi eksternal melalui berbagai media digital. Beberapa hambatan yang ditemukan antara lain ketidakjelasan instruksi, kurangnya umpan balik, dan miskomunikasi dalam tim produksi. Temuan ini menekankan pentingnya keterbukaan, ketegasan pesan, pemilihan media komunikasi yang sesuai, serta kemampuan mendengarkan aktif sebagai indikator komunikasi efektif. Perbaikan komunikasi diyakini dapat meningkatkan efisiensi kerja dan kualitas produk secara keseluruhan.

A B S T R A C T

Keywords:

*MSME, communication,
productivity, Circle Food*

*This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution 4.0
International License](#).*

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i7>

e - ISSN: 2656-6362
p - ISSN: 2614-6681

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy, serving as both drivers of local economic growth and providers of employment. However, one of the key challenges they face is communication effectiveness, both internally among employees and externally with customers and suppliers. This study aims to describe the communication dynamics at Circle Food, an MSME located in Bojongkunci Village, Bandung Regency. The research employs a descriptive qualitative method, with data collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation. The findings indicate the presence of both vertical and horizontal internal communication, as well as external communication through various digital media platforms. Several barriers were identified, including unclear instructions, lack of feedback, and miscommunication within the production team. The results highlight the importance of openness, message clarity, appropriate communication media, and active listening as key indicators of effective communication. Improving these aspects is believed to enhance work efficiency and overall product quality.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Data menunjukkan bahwa UMKM menyumbang sekitar 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hingga 97% dari total tenaga kerja di Indonesia (Kusjuniati, 2020). Selain berperan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, UMKM juga menjadi sarana pemerataan kesejahteraan masyarakat, penguatan ekonomi berbasis lokal, serta wadah pemberdayaan ekonomi keluarga. Oleh karena itu, penguatan UMKM menjadi agenda penting dalam upaya menciptakan sistem ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Namun, di balik kontribusi besar tersebut, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, terutama dari sisi manajerial. Salah satu tantangan utama yang sering kali diabaikan adalah efektivitas komunikasi di lingkungan kerja. Komunikasi merupakan elemen penting dalam setiap aktivitas organisasi. Ketika komunikasi tidak berjalan dengan baik, maka akan memicu berbagai kendala seperti miskomunikasi, kesalahan produksi, konflik antar karyawan, hingga penurunan kepuasan pelanggan. Komunikasi yang dibangun dalam organisasi, baik yang bersifat formal melalui arahan kerja maupun informal dalam interaksi harian, sangat memengaruhi kelancaran proses operasional dan produktivitas usaha (Cyrious & Adriana, 2023).

Dalam konteks UMKM, di mana struktur organisasi cenderung sederhana dan sumber daya terbatas, efektivitas komunikasi menjadi lebih krusial. Komunikasi yang terbuka, penyampaian instruksi yang jelas, serta pemberian umpan balik yang konsisten merupakan komponen mendasar untuk menciptakan sinergi kerja yang harmonis. Kurangnya keterampilan komunikasi dalam menyampaikan pesan atau mendengarkan secara aktif dapat menyebabkan kesalahan persepsi yang berdampak pada kualitas hasil kerja dan hubungan kerja yang kurang efektif.

Circle Food merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner, berlokasi di Desa Bojongkunci, Kabupaten Bandung. Produk utamanya adalah dimsum dengan berbagai varian rasa dan bentuk yang dipasarkan secara langsung maupun melalui media digital. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan berbagai permasalahan komunikasi dalam proses operasional harian, terutama pada tahapan produksi dan pengemasan. Salah satu contoh kasus yang sering terjadi adalah kesalahan dalam menakar bahan adonan karena instruksi disampaikan secara lisan tanpa dokumentasi yang jelas, sehingga menyebabkan kualitas produk tidak konsisten. Selain itu, minimnya koordinasi antar tim produksi dan pengemasan menimbulkan ketidaksesuaian jumlah produksi dengan permintaan pasar.

Data penjualan Circle Food selama satu tahun terakhir menunjukkan adanya tren penurunan yang cukup signifikan. Penurunan ini disinyalir tidak hanya disebabkan oleh persaingan pasar, tetapi juga oleh lemahnya sistem komunikasi internal yang berdampak pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Ketergantungan pada komunikasi lisan dan absennya dokumen kerja tertulis menyebabkan perbedaan persepsi antar karyawan dalam pelaksanaan tugas. Di sisi lain, komunikasi eksternal dengan pelanggan dan mitra usaha juga belum dikelola secara profesional. Meskipun telah memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok untuk pemasaran dan pelayanan, respons yang lambat dan tidak teratur menyebabkan pelanggan merasa kurang diperhatikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bentuk komunikasi internal dan eksternal yang berlangsung, serta menganalisis hambatan dan potensi penguatan komunikasi di lingkungan kerja UMKM Circle Food Bojongkunci.

2. Kajian Teori

Komunikasi merupakan inti dari aktivitas organisasi dan menjadi fondasi dalam membangun kerja sama yang produktif. Menurut Lasswell (1948) dalam (Kustiawan et al., 2022) komunikasi adalah proses yang terdiri dari lima unsur: siapa yang menyampaikan pesan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan pengaruh apa. Dalam konteks UMKM seperti Circle Food, seluruh unsur ini harus diperhatikan agar proses produksi dan distribusi berjalan efektif. Kurangnya kejelasan dalam menyampaikan pesan atau kesalahan dalam memilih media komunikasi dapat memicu kesalahpahaman yang berdampak pada kualitas produk dan layanan.

Komunikasi dalam organisasi dibedakan menjadi dua bentuk utama, yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal mencakup interaksi antar individu dalam lingkungan organisasi, baik secara vertikal (pimpinan ke karyawan dan sebaliknya) maupun horizontal (antar sesama karyawan).

Komunikasi internal yang efektif ditandai dengan keterbukaan, ketegasan pesan, serta kemampuan mendengarkan aktif (Putra, 2022). Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa miskomunikasi antara tim produksi Circle Food, terutama dalam hal penyiapan bahan dan proses pengemasan, terjadi akibat instruksi lisan yang tidak jelas dan kurangnya koordinasi antar tim. Sejalan dengan itu, Lukitasari & Nugraha (2023) menegaskan bahwa kerjasama tim yang efektif, yang dibangun atas dasar komunikasi yang terbuka, tanggung jawab bersama, dan dukungan pimpinan, mampu meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan secara signifikan dalam lingkungan UMKM.

Komunikasi eksternal merujuk pada hubungan organisasi dengan pihak luar, seperti pelanggan dan suplier. Responsivitas dan profesionalisme dalam komunikasi eksternal menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan serta loyalitas pelanggan. Fitriyana & Hadithya (2023) menunjukkan bahwa meskipun pelaku UMKM mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital dalam operasional usahanya, banyak yang belum mengoptimalkan fungsi digitalisasi secara menyeluruh, terutama dalam aspek komunikasi dengan konsumen dan pengelolaan layanan daring. Kondisi ini tercermin di UMKM Circle Food, yang telah menggunakan WhatsApp, Instagram, dan TikTok sebagai media komunikasi dan promosi. Namun, belum adanya sistem pengelolaan media yang terstruktur menyebabkan keterlambatan dalam membalas pesan, yang pada akhirnya menurunkan kepuasan pelanggan. Situasi ini memperkuat pandangan Gandariani (2023) bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh jenis media yang digunakan, tetapi juga oleh kesesuaian dengan kebutuhan organisasi dan karakteristik audiens yang dituju.

Dalam mendukung efektivitas komunikasi, indikator keterampilan komunikasi yang dikemukakan oleh Mugara et al., (2019) menjadi relevan untuk digunakan. Indikator tersebut meliputi komunikasi verbal (menyampaikan pesan secara jelas dan langsung), komunikasi nonverbal (ekspresi wajah, nada suara), serta kemampuan menyesuaikan gaya komunikasi dengan audiens yang berbeda. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya keterlibatan emosional dan pemberian umpan balik dalam menciptakan hubungan kerja yang sehat.

Selain itu, dalam kerangka teori pertukaran sosial, interaksi antara atasan dan bawahan dapat menciptakan hubungan saling menguntungkan apabila komunikasi dibangun atas dasar rasa percaya dan keadilan (Andatan, 2022). Di Circle Food, pimpinan berperan penting dalam menciptakan atmosfer kerja yang terbuka dan supportif, meskipun masih terdapat kendala dalam pelaksanaan umpan balik yang konsisten.

Secara keseluruhan, teori-teori komunikasi ini memperkuat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi di lingkungan UMKM sangat ditentukan oleh keterampilan interpersonal, kejelasan prosedur, dan pemanfaatan media komunikasi yang tepat. Dengan penguatan komunikasi internal dan eksternal, UMKM seperti Circle Food dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, serta menjaga loyalitas pelanggan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana proses komunikasi berlangsung dalam lingkungan kerja UMKM Circle Food Bojongkunci. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik permasalahan yang mengutamakan pemahaman fenomena secara holistik dari perspektif pelaku yang terlibat langsung.

Unit analisis dalam penelitian ini mencakup pemilik usaha, karyawan, suplier, dan pelanggan yang terlibat dalam aktivitas komunikasi sehari-hari di Circle Food. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung selama proses produksi dan distribusi, serta dokumentasi terhadap aktivitas dan media komunikasi yang digunakan. Data primer diperoleh dari interaksi langsung dengan informan, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen internal dan arsip penjualan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan untuk menyaring informasi yang relevan, penyajian data membantu dalam menyusun pola dan tema utama, dan penarikan kesimpulan digunakan untuk menjawab rumusan masalah secara sistematis dan logis.

4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal di Circle Food berlangsung dalam dua arah, yaitu komunikasi vertikal antara pemilik dan karyawan, serta komunikasi horizontal antar sesama karyawan. Komunikasi vertikal kerap dilakukan secara langsung dan lisan, namun belum terdokumentasi dalam bentuk prosedur tetap (SOP). Hal ini menyebabkan instruksi sering kali dipahami berbeda oleh masing-masing karyawan, terutama dalam proses penyiapan bahan baku dan produksi dimsum.

Komunikasi horizontal antar karyawan juga menghadapi kendala, terutama dalam hal koordinasi antar tim produksi, pengemasan, dan distribusi. Ketidaksesuaian antara jumlah produksi dan pengemasan menjadi salah satu indikator kurang efektifnya komunikasi internal.

Komunikasi eksternal di UMKM Circle Food melibatkan interaksi langsung dengan pelanggan dan suplier. Untuk pelanggan, media komunikasi seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok dinilai cukup efektif dalam mendukung promosi dan layanan. Namun, belum adanya admin khusus menyebabkan lambatnya respons terhadap pesan yang masuk, sehingga memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Di sisi lain, komunikasi dengan suplier tergolong lancar, meskipun masih banyak bergantung pada jalur informal tanpa sistem pencatatan yang rapi.

Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi eksternal sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti keterbukaan pimpinan, kejelasan penyampaian pesan, serta pemilihan dan pengelolaan media yang tepat. Hal ini sejalan dengan indikator yang dikemukakan oleh Putra (2022), yang menekankan pentingnya penguatan sistem komunikasi untuk mencegah terjadinya miskomunikasi dan meningkatkan kinerja organisasi.

Lebih jauh, kondisi belum optimalnya pengelolaan media sosial di Circle Food mengindikasikan lemahnya sistem komunikasi digital yang seharusnya mendukung interaksi dua arah. Penelitian ini menyoroti bahwa lemahnya sistem komunikasi dalam UMKM Circle Food menyebabkan ineffisiensi operasional dan menurunnya kepuasan pelanggan. Hal ini selaras dengan temuan Marlinda & Soleha (2024) yang menekankan pentingnya strategi inovasi berbasis digitalisasi, pelatihan SDM, dan promosi kreatif untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Lestari & Faisal (2022) dalam konteks pembelajaran daring pun menekankan pentingnya pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), dengan menyatakan bahwa "Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi memegang peranan penting dalam mendukung kelancaran proses komunikasi, baik dalam penyampaian materi maupun dalam menciptakan interaksi dua arah yang efektif" (hlm. 544). Ini memperkuat bahwa efektivitas media komunikasi bukan hanya bergantung pada teknologinya, tetapi juga pada sistem pengelolaan dan kesiapan sumber daya manusia yang menjalankannya.

5. Penutup

Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi di Circle Food mencakup aspek internal dan eksternal, namun belum sepenuhnya berjalan efektif. Komunikasi internal masih menghadapi tantangan dalam hal kejelasan instruksi dan koordinasi antar tim, sementara komunikasi eksternal perlu ditingkatkan dari sisi pelayanan pelanggan dan pengelolaan media digital. Penelitian ini menekankan bahwa komunikasi yang tidak efektif, khususnya dalam bentuk instruksi yang tidak terdokumentasi dan miskomunikasi antartim, berdampak langsung pada penurunan kualitas produksi dan efisiensi kerja. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Devi (2023) yang menunjukkan bahwa banyak UMKM belum memiliki pola manajemen keuangan yang tertib, termasuk tidak adanya batasan pengambilan prive dan kurangnya pemisahan dana pribadi dan usaha, yang sebagian besar disebabkan oleh lemahnya sistem internal dan komunikasi antarbagian.

Saran

UMKM Circle Food disarankan untuk menyusun SOP komunikasi internal agar instruksi kerja tidak hanya disampaikan secara lisan, melainkan juga terdokumentasi secara tertulis. Selain itu, pelatihan komunikasi bagi karyawan serta penempatan staf khusus untuk pengelolaan media digital dapat meningkatkan kecepatan dan kualitas layanan kepada pelanggan. Penerapan sistem komunikasi yang lebih terstruktur akan membantu UMKM dalam menjaga kualitas produk, meningkatkan efisiensi, serta membangun loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

6. Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penelitian ini, khususnya kepada pemilik, staff, dan pelanggan UMKM Circle Food atas partisipasi dan keterbukaan selama pengumpulan data. Penulis juga berterima kasih kepada dosen pembimbing dan Universitas Teknologi Digital Bandung atas bimbingan dan dukungan dalam penyusunan artikel ini.

7. Referensi

Andatan, C. (2022). *Peran Komunikasi Interpersonal Terhadap Sesama Pengunjung Teakung (Teashop) Dalam Hubungan Pertemanan Berdasarkan Teori Pertukaran Sosial*.

Cyrious Cyrious, & Erica Adriana. (2023). Faktor Komunikasi Efektif dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai.

- GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(3), 194–206. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v3i3.630>
- Fitriyana, N., & Hadithya, R. (2023). Analisis Digitalisasi UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Bandung Kidul Kota Bandung. *Jurnal Study and Management Research*, 20(3), 1–7. <https://jurnalsmart.digitechuniversity.ac.id/index.php/jurnalsmart/article/download/174/132>
- Gandariani, T. (2023). Pendekatan Komunikasi Internal Dan Eksternal Public Relations Dalam Organisasi. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(2), 91–100. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v7i2.8560>
- Kusjuniati, K. (2020). Peran Lembaga Keuangan Syariah Terhadap UMKM yang Terdampak Pandemi COVID 19 di Indonesia. *Widya Balina*, 5(2), 137–147. <https://doi.org/10.53958/wb.v5i2.58>
- Kustiawan, W., Hidayati, J., Daffa, V., Hamzah, A., Harmain, M., Fadli, A., & Kuswananda, E. (2022). Keberadaan Ilmu Komunikasi dan Perkembangan Teori Komunikasi dalam Peradaban Dunia. *Maktabun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 1(2), 73–76.
- Lestari, R., & Faisal, M. (2022). Peranan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Mencapai Efektifitas Pembelajaran Online (Study Kasus di SMP XXX Kota Bandung). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(4), 543–551. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i4.405>
- Lukitasari, L., & Nugraha, R. N. (2023). Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Kerjasama Tim Pada UMKM Fashion Muslim Gwenza. *Prosiding: FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi)*, 1(6), 498–507.
- Marlinda, A., & Soleha, L. K. (2024). Implementasi Strategi Inovasi dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Pinangsari, Kabupaten Subang. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(02), 579–591. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.4788>
- Mugara, R., Rahayu, G. D. S., Arga, H. S. P., Muliadi, D. R., & Risnawati, S. (2019). Penyusunan Bahan Ajar Berbasis Vlog Dalam Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Mahasiswa Pgsd Ikip Siliwangi. *P2M STKIP Siliwangi*, 6(1), 63. <https://doi.org/10.22460/p2m.v6i1p63-72.1253>
- Puspita Devi, R. (2023). Model Manajemen Keuangan Usaha Kecil Menengah dalam Upaya Merumuskan Strategi Manajemen Keuangan (Studi Kasus pada UMKM di Kecamatan Majalaya dan Kecamatan Ciparay Kab. Bandung). *Jurnal Smart*, XIX(2), 1–17. <http://www.jurnalsmart.digitechuniversity.ac.id>
- Putra, Ghobind,Difit, E. (2022). Pengaruh Stres Kerja, Efektivitas Komunikasi Organisasi, Dan Loyalitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Sarung Tenun Pt.Nabatex Cabang Kabupaten Kediri. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 156–176. <https://doi.org/10.55606/optimal.v2i3.464>