

## Pengaruh Gaya Komunikasi Pendamping Terhadap Tingkat Kepuasan Peserta UMKM Naik Kelas Kota Bekasi

### *The Influence of Mentors' Communication Styles on The Satisfaction Level of Participants in The UMKM Naik Kelas Program in Bekasi City*

Riana Astuti<sup>a\*</sup>, Nicha Muslimawati<sup>b</sup>  
Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina<sup>a,b</sup>

<sup>a</sup>riana.astuti@students.paramadina.ac.id,

<sup>b</sup>Nicha.muslimawati@students.paramadina.ac.id

#### Abstract

*Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) are a strategic sector for the national economy due to their role in providing employment, fostering business innovation, and supporting community economic resilience. This study aims to describe the communication style of facilitators in the "UMKM Naik Kelas" program, analyze participant satisfaction, and examine the effect of facilitator communication style on participant satisfaction in Bekasi City. A quantitative survey was conducted with 100 program participants using a Likert-scale questionnaire (1–5) that was validated and tested for reliability. Data were analyzed descriptively and using simple linear regression. Results indicate that facilitators' communication is generally good in terms of clarity, empathy, and material relevance, while motivation and responsiveness need improvement. Participant satisfaction is very high across process, outcomes, and services. Regression analysis shows a positive and significant effect of communication style on participant satisfaction (coefficient 0.271;  $R^2$  12.4%). It is recommended that facilitators enhance motivation, responsiveness, and communication style variation to increase program effectiveness.*

**Keywords:** *facilitator communication style, participant satisfaction, empowerment.*

#### Abstrak

UMKM merupakan sektor strategis bagi perekonomian nasional karena berperan dalam penyediaan lapangan kerja, inovasi usaha, dan ketahanan ekonomi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan gaya komunikasi pendamping UMKM Naik Kelas, menganalisis tingkat kepuasan peserta, serta menguji pengaruh gaya komunikasi terhadap kepuasan peserta di Kota Bekasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap 100 peserta, menggunakan kuesioner skala Likert 1–5 yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dianalisis secara deskriptif dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi pendamping cukup baik pada dimensi kejelasan informasi, empati, dan relevansi materi, namun motivasi dan responsivitas perlu ditingkatkan. Tingkat kepuasan peserta tergolong sangat tinggi pada dimensi proses, hasil, dan layanan. Analisis regresi mengindikasikan pengaruh positif dan signifikan gaya komunikasi terhadap kepuasan peserta (koefisien 0,271;  $R^2$  12,4%). Disarankan pendamping mengoptimalkan motivasi, responsivitas, dan variasi gaya komunikasi untuk meningkatkan efektivitas program.

**Kata kunci:** gaya komunikasi pendamping, kepuasan peserta, pemberdayaan

### 1. Pendahuluan

UMKM dipandang sebagai sektor strategis dalam menopang perekonomian nasional karena kontribusinya dalam menyediakan lapangan kerja, mendorong inovasi usaha, dan menjaga ketahanan ekonomi masyarakat. Laporan World Bank (2023:55) menunjukkan bahwa lebih dari 90% unit usaha di dunia merupakan UMKM dengan serapan tenaga kerja sekitar 50% pada sektor formal. Porter (2022:88) menekankan fleksibilitas UMKM sebagai faktor penting yang membuat sektor ini mampu beradaptasi dengan perubahan cepat, khususnya di era digitalisasi ekonomi. Situasi di Indonesia sejalan dengan kondisi global tersebut, di mana tercatat lebih dari

65 juta unit UMKM yang berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto sekaligus menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar (BPS, 2024). Gambaran ini memperlihatkan bahwa UMKM bukan hanya motor penggerak ekonomi, tetapi juga berperan sebagai fondasi sosial yang memperkuat daya tahan masyarakat dalam menghadapi krisis.

Tambunan (2019:45) menegaskan bahwa karakteristik UMKM terletak pada ketangguhannya, meskipun dijalankan dengan modal terbatas, tetapi tetap mampu menjangkau pasar melalui inovasi sederhana. Hal senada dikemukakan Harjito (2022:88) yang melihat UMKM sebagai instrumen strategis dalam pemerataan kesejahteraan karena keberadaannya tersebar di berbagai wilayah dan menyentuh masyarakat secara langsung. Dimensi penting UMKM juga ditegaskan secara normatif melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang memosisikan UMKM sebagai bagian integral pembangunan ekonomi berbasis demokrasi ekonomi. Regulasi tersebut diperkuat dengan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 yang mengatur kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan UMKM, termasuk kewajiban penyediaan pendampingan, akses pembiayaan, serta penguatan kapasitas agar UMKM mampu naik kelas. Dengan demikian, makna UMKM tidak hanya sebatas peran ekonominya, tetapi juga mengandung legitimasi hukum yang menempatkan sektor ini sebagai instrumen penting dalam mencapai pemerataan pembangunan serta pemberdayaan masyarakat.

Dinamika UMKM di Jawa Barat menunjukkan pertumbuhan signifikan, dengan sebaran pelaku di 27 kabupaten dan kota. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat mencatat lebih dari 4,7 juta unit aktif, sementara Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat melaporkan lebih dari 5,3 juta unit (BPS, 2024). Perbedaan data ini bukan sekadar persoalan administratif, melainkan mencerminkan hambatan komunikasi dan koordinasi antar lembaga. Freire (2023:61) menegaskan pembangunan berbasis komunitas hanya efektif melalui dialog sejajar antara pemerintah dan masyarakat, sedangkan Chambers (2018:73) menambahkan bahwa data akurat dan partisipasi lokal menjadi fondasi kebijakan yang tepat sasaran. Landasan normatifnya merujuk pada UU Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM yang mengamanatkan koordinasi lintas instansi. Oleh karena itu, ketidaksinkronan data harus dipandang sebagai sinyal perlunya perbaikan sistem komunikasi dan tata kelola informasi agar program pemberdayaan seperti UMKM Naik Kelas dapat berjalan lebih efektif dan berdampak nyata.

Sebagai respons terhadap kebutuhan tersebut, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat meluncurkan Program UMKM Naik Kelas yang dijalankan di seluruh kabupaten dan kota, termasuk Kota Bekasi. Program ini dirancang untuk membantu UMKM meningkatkan kapasitas bisnis melalui diagnosis usaha, pelatihan manajerial, serta pendampingan intensif. Keberadaan pendamping menjadi kunci utama karena mereka berperan sebagai penghubung antara kebijakan pemerintah dengan kebutuhan nyata pelaku usaha. Hal ini menegaskan pentingnya mengkaji gaya komunikasi pendamping, sebab kualitas komunikasi yang dibangun menentukan sejauh mana peserta merasakan manfaat dan termotivasi untuk berkembang. DeVito (2023) menyatakan bahwa dalam komunikasi menekankan proses dinamis yang melibatkan pengiriman dan penerimaan pesan secara efektif, baik melalui komunikasi verbal maupun nonverbal. DeVito juga menyoroti pentingnya keterbukaan, empati, dan kemampuan mendengarkan aktif (*active listening*) dalam membangun hubungan interpersonal yang kuat. Prinsip-prinsip ini relevan untuk pendamping UMKM, karena

interaksi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman peserta, membangun kepercayaan, dan mendorong keterlibatan aktif dalam program. Rogers (2023:74) menambahkan bahwa komunikasi empatik mendorong perubahan perilaku yang lebih berkelanjutan, sementara Tustonja (2024:102) menekankan bahwa kemampuan mendengarkan aktif dari pendamping meningkatkan keterlibatan peserta karena mereka merasa dihargai.

Efektivitas program tidak hanya ditentukan oleh rancangan materi dan fasilitas pendampingan, tetapi juga oleh kemampuan pendamping dalam menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing peserta. Hal ini menjadi sangat penting mengingat keragaman sektor UMKM di Kota Bekasi, yang menuntut pendekatan komunikasi yang fleksibel dan responsif. Konteks UMKM di Kota Bekasi memperlihatkan dominasi sektor kuliner, fashion, dan perdagangan harian. Masing-masing sektor memiliki kebutuhan berbeda, seperti kuliner yang menekankan higienitas dan inovasi produk, fashion yang membutuhkan kreativitas branding digital, serta pedagang harian yang memerlukan literasi keuangan dan akses modal. Program UMKM Naik Kelas yang diimplementasikan di Kota Bekasi menghadapi tantangan beragam kebutuhan tersebut, sehingga gaya komunikasi pendamping menjadi faktor kritis dalam menjembatani kompleksitas situasi. Data pra-survei terhadap 30 pengusaha UMKM peserta program menggambarkan variasi tingkat kepuasan, sebagaimana terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1.  
Hasil Pra Survey Tentang Tingkat Kepuasan Peserta UMKM Naik Kelas  
Kota Bekasi Tahun 2025

No	Aspek yang Dinilai	Jawaban Responden								Jumlah	
		Sangat Puas		Puas		Cukup Puas		Tidak Puas			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Kejelasan informasi dari pendamping	6	20	14	47	7	23	3	10	30	100
2	Empati pendamping dalam komunikasi	5	17	12	40	8	27	5	17	30	100
3	Motivasi yang diberikan	7	23	11	37	8	27	4	13	30	100
4	Relevansi materi dengan kebutuhan	4	13	10	33	9	30	7	23	30	100
5	Respon cepat terhadap masalah peserta	5	17	9	30	10	33	6	20	30	100
Jumlah		27	90	56	187	42	140	25	83	150	500
Rata-Rata Jumlah		5,4	18	11	37	8,4	28	5	17	30	100

Sumber: Hasil Pra Survey, Data Diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa aspek relevansi materi dengan kebutuhan usaha merupakan titik terlemah, karena sebanyak 16 orang atau sebesar 53% responden menyatakan cukup puas maupun tidak puas. Kondisi serupa terlihat pada aspek respon cepat terhadap masalah peserta, di mana 16 orang atau sebesar 53% responden juga menyampaikan penilaian cukup puas dan tidak puas. Kejelasan informasi dari pendamping relatif lebih baik karena 20 orang atau sebesar 67% responden merasa puas maupun sangat puas, meskipun masih terdapat 10 orang atau sebesar 33% yang menilai belum optimal. Aspek motivasi memperoleh penilaian paling positif dengan 18 orang atau sebesar 60% responden menyatakan puas maupun sangat puas, sementara 12 orang atau sebesar 40% lainnya menilai cukup puas atau tidak puas. Aspek empati pendamping dalam komunikasi juga

memperlihatkan variasi, di mana 17 orang atau sebesar 57% merasa puas maupun sangat puas, sementara 13 orang atau sebesar 43% lainnya menilai cukup puas atau tidak puas. Temuan ini menegaskan bahwa persoalan utama terletak pada kesesuaian materi serta respon pendamping terhadap kebutuhan riil usaha peserta. Rogers (2023:74) menjelaskan bahwa komunikasi empatik mendorong perubahan perilaku yang lebih berkelanjutan, sedangkan Tustonja (2024:102) menambahkan bahwa keterampilan *active listening* dari pendamping meningkatkan keterlibatan peserta karena mereka merasa dihargai. Pandangan ini memperkuat argumentasi bahwa variasi kepuasan peserta tidak hanya dipengaruhi oleh substansi materi, tetapi juga oleh gaya komunikasi yang diterapkan pendamping dalam proses interaksi.

Tingkat kepuasan peserta dapat dianalisis melalui pendekatan *communication satisfaction* (Mustafai *et al.*, 2025), yang menekankan bahwa persepsi peserta terhadap kejelasan informasi, empati, motivasi, dan relevansi materi menentukan tingkat kepuasan mereka. Hasil pra-survei ini menegaskan bahwa variasi kepuasan peserta tidak hanya dipengaruhi oleh substansi materi, tetapi juga oleh gaya komunikasi pendamping. Hasil penelitian terdahulu mendukung temuan ini dan memperkuat dasar konseptual bahwa gaya komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengusaha UMKM. Fadhilah (2024:144) membuktikan bahwa komunikasi partisipatif berperan dalam meningkatkan rasa percaya diri pengusaha UMKM di Bogor. Penelitian lain menemukan bahwa komunikasi persuasif berperan penting dalam memperkuat citra merek UMKM sehingga lebih siap bersaing di pasar global (Setiawan *et al.*, 2025:12). Kajian serupa menunjukkan efektivitas komunikasi adaptif dalam memberdayakan UMKM difabel karena mampu menyesuaikan pesan dengan keterbatasan maupun potensi unik UMKM (Sya'diyah, 2023:110). Temuan berikutnya mengidentifikasi bahwa komunikasi edukatif berbasis digital tidak hanya meningkatkan pemahaman, tetapi juga memperkuat kepuasan pengusaha UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi (Vionita, 2024:83). Penelitian lain menegaskan bahwa komunikasi emotif mendorong percepatan adopsi teknologi digital karena UMKM merasa lebih didukung secara emosional dalam proses transformasi usaha (Muyassaroh, 2024:30).

Fenomena ketidakpuasan sebagian peserta UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi menunjukkan adanya kesenjangan nyata antara rancangan program dengan praktik pelaksanaannya. Kondisi ini berimplikasi pada penurunan efektivitas program dan berpotensi melemahkan kepercayaan pengusaha UMKM terhadap intervensi pemerintah daerah jika tidak segera diatasi. Masalah ini juga mencerminkan pentingnya dimensi komunikasi dalam proses pendampingan, sebab kualitas interaksi antara pendamping dan peserta berperan langsung terhadap penerimaan materi dan kepuasan yang dirasakan. Penelitian ini difokuskan untuk mendeskripsikan gaya komunikasi yang diterapkan oleh pendamping UMKM Naik Kelas, menganalisis tingkat kepuasan peserta terhadap program pendampingan, serta menguji pengaruh gaya komunikasi pendamping terhadap kepuasan peserta di Kota Bekasi. Tujuan tersebut diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian komunikasi pembangunan, tetapi juga kontribusi praktis dalam meningkatkan kualitas strategi pendampingan UMKM di tingkat daerah, sehingga program dapat berjalan lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh gaya komunikasi pendamping terhadap tingkat kepuasan peserta UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi. Populasi penelitian adalah 100 orang peserta program tahun 2025 yang seluruhnya dijadikan sampel dengan teknik sampling jenuh. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5 yang mencakup variabel gaya komunikasi pendamping sebagai variabel independen dan tingkat kepuasan peserta sebagai variabel dependen. Uji validitas dilakukan melalui *expert judgment* dan korelasi item–total, sedangkan reliabilitas instrumen diukur dengan koefisien *Cronbach's Alpha*. Data dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden dan menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh gaya komunikasi pendamping terhadap kepuasan peserta dengan bantuan perangkat lunak statistik.

## 3. Hasil Dan Pembahasan

### Hasil

#### Profil Responden

Profil responden penelitian ini menunjukkan bahwa peserta UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi didominasi perempuan sebanyak 64 orang (64%) dan laki-laki 36 orang (36%), dengan mayoritas berada pada rentang usia 30,1–40 tahun sebanyak 45 orang (45%), diikuti usia >40 tahun 34 orang (34%) dan <30 tahun 21 orang (21%). Dari segi pendidikan, sebagian besar berpendidikan SMA/ sederajat sebanyak 63 orang (63%), kemudian S1 22 orang (22%), diploma 9 orang (9%), SMP 5 orang (5%), dan S2 1 orang (1%). Jenis usaha yang paling banyak digeluti adalah sektor makanan sebanyak 48 orang (48%), diikuti minuman 21 orang (21%), craft 14 orang (14%), fashion 7 orang (7%), kuliner 4 orang (4%), serta jenis usaha lainnya 6 orang (6%). Berdasarkan lama usaha, mayoritas responden telah menjalankan usaha antara 2,1–4 tahun sebanyak 44 orang (44%) dan 4,1–6 tahun sebanyak 39 orang (39%), dengan sebagian kecil kurang dari 2 tahun 6 orang (6%) atau lebih dari 7 tahun 3 orang (3%). Gambaran ini memperlihatkan bahwa peserta didominasi perempuan usia produktif dengan latar pendidikan menengah, bergerak pada sektor makanan, serta memiliki pengalaman usaha menengah, yang menurut Bungin (2017:87) dan Santrock (2018:134) menjadi faktor penting dalam memengaruhi penerimaan komunikasi pendampingan, tingkat kepuasan, serta kesiapan pelaku UMKM untuk berkembang.

#### Hasil Uji Kualitas Data

Uji validitas dan reliabilitas menjadi landasan penting dalam penelitian kuantitatif, di mana validitas memastikan instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas menunjukkan konsistensi pengukuran dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2018:120). Berdasarkan uji validitas, seluruh indikator yang digunakan mampu mengukur variabel dengan tepat. Variabel gaya komunikasi pendamping memiliki korelasi Pearson 0,352 dengan kepuasan peserta, sedangkan korelasi antar indikator dengan total skor variabel mencapai 0,870, semuanya signifikan pada tingkat 0,01 (2-tailed), menunjukkan hubungan positif antar item. Variabel kepuasan peserta memiliki korelasi antar indikator dengan total skor sebesar 0,768 dan juga signifikan pada  $p < 0,01$ , sehingga seluruh item dapat dianggap valid. Dari sisi reliabilitas, nilai *Cronbach's Alpha* untuk gaya komunikasi sebesar 0,612 dan 0,622 berdasarkan *standardized items* untuk 10 butir pertanyaan, menunjukkan

tingkat reliabilitas cukup, sedangkan variabel kepuasan peserta memiliki nilai 0,785 dan 0,811 pada 6 butir pertanyaan, yang tergolong reliabel. Dengan demikian, instrumen kuesioner yang digunakan dapat dipercaya untuk menganalisis pengaruh gaya komunikasi pendamping terhadap tingkat kepuasan peserta UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi secara akurat dan konsisten, sehingga hasil penelitian memiliki dasar empiris yang kuat.

### Hasil Uji Prasyarat Analisis

Berdasarkan hasil uji prasyarat analisis regresi yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, dapat disimpulkan bahwa seluruh asumsi regresi terpenuhi. Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,619, lebih besar dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa data residual berdistribusi normal; hal ini diperkuat oleh histogram residual yang menyerupai bentuk lonceng dan P-P Plot yang menunjukkan titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance 1,000 dan VIF 1,000, menandakan tidak adanya korelasi tinggi antar variabel independen sehingga setiap variabel dapat digunakan secara independen dalam analisis regresi. Uji heteroskedastisitas melalui *scatterplot* menunjukkan penyebaran titik-titik secara acak tanpa pola tertentu, yang berarti varians residual konstan pada setiap level prediktor. Dengan demikian, data layak digunakan untuk analisis regresi dalam menguji pengaruh gaya komunikasi pendamping terhadap kepuasan peserta UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi.

### Hasil Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran awal mengenai karakteristik data yang digunakan dalam penelitian. Analisis ini bertujuan untuk memaparkan distribusi, kecenderungan sentral, dan variasi dari variabel-variabel yang diteliti, sehingga memudahkan pemahaman terhadap pola dan sifat data sebelum dilakukan analisis lanjutan. Dengan demikian, analisis deskriptif menjadi dasar penting untuk menafsirkan temuan penelitian secara lebih mendalam. Berikut hasilnya:

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Gaya Komunikasi Pendamping

No	Dimensi	Skor	Kategori Jawaban
1	Kejelasan Informasi	406,5	Setuju
2	Empati	423,5	Setuju
3	Motivasi	208,5	Tidak Setuju
4	Responsivitas	202,0	Tidak Setuju
5	Relevansi Materi	402,0	Setuju
Jumlah Skor		1.642,5	
Rata-rata Skor		328,5	Cukup Setuju

Sumber: Data Diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan hasil analisis deskriptif gaya komunikasi pendamping berdasarkan lima dimensi. Dimensi Kejelasan Informasi memperoleh skor 406,5 dan Empati 423,5, keduanya dengan kategori Setuju, menunjukkan peserta menilai pendamping cukup jelas dan peduli. Dimensi Motivasi dan Responsivitas masing-masing mendapat skor 208,5 dan 202,0 dengan kategori Tidak Setuju, menandakan perlunya peningkatan pada dorongan motivasi dan tanggapan cepat. Dimensi Relevansi Materi memperoleh skor 402,0 dengan kategori Setuju. Secara

keseluruhan, jumlah skor 1.642,5 dan rata-rata 328,5 menunjukkan bahwa gaya komunikasi pendamping cukup baik namun masih dapat ditingkatkan.

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif Tingkat Kepuasan Peserta

No	Dimensi	Skor	Kategori Jawaban
1	Proses	441,5	Sangat Setuju
2	Hasil	425,0	Sangat Setuju
3	Layanan	421,5	Sangat Setuju
Jumlah Skor		1.288,0	
Rata-rata Skor		429,3	Sangat Setuju

Sumber: Data Diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan hasil analisis deskriptif tingkat kepuasan peserta berdasarkan tiga dimensi. Dimensi Proses memperoleh skor 441,5, Hasil 425,0, dan Layanan 421,5, semuanya dengan kategori Sangat Setuju, menunjukkan peserta sangat puas dengan pelaksanaan, hasil, dan layanan yang diberikan. Secara keseluruhan, jumlah skor 1.288,0 dan rata-rata skor 429,3 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan peserta tergolong sangat tinggi.

### Hasil Analisis Korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara dua variabel atau lebih dalam penelitian. Analisis ini membantu mengidentifikasi kekuatan dan arah hubungan, apakah positif atau negatif, sehingga memberikan pemahaman awal tentang keterkaitan antarvariabel sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 4 Hasil Analisis Korelasi  
*Correlations*

		Gaya Komunikasi	Kepuasan Peserta	Jml
Gaya Komunikasi	Pearson Correlation	1	.352**	.870**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Kepuasan Peserta	Pearson Correlation	.352**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Jml	Pearson Correlation	.870**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Diolah, 2025

Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara gaya komunikasi pendamping dan kepuasan peserta. Nilai korelasi Pearson sebesar 0,352 dengan tingkat signifikansi 0,000, menunjukkan bahwa semakin baik gaya komunikasi pendamping, semakin tinggi kepuasan peserta. Secara keseluruhan, semua korelasi antarvariabel signifikan pada level 0,01, menandakan hubungan yang kuat dan dapat dipercaya antara variabel yang diteliti.

### Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Analisis ini membantu memprediksi perubahan variabel dependen berdasarkan perubahan variabel independen serta menilai kekuatan dan arah hubungan antarvariabel. Berikut hasilnya:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.586	3.021		4.828	.000
Gaya Komunikasi	.271	.073	.352	3.718	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Peserta

Sumber: Data Diolah, 2025

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa gaya komunikasi pendamping berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta. Koefisien regresi sebesar 0,271 dengan nilai signifikansi 0,000, menandakan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada gaya komunikasi akan meningkatkan kepuasan peserta sebesar 0,271 satuan. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi pendamping menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan peserta.

### Hasil Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Analisis ini memberikan gambaran mengenai kemampuan model regresi dalam memprediksi atau menjelaskan perubahan pada variabel yang diteliti.

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

Model	Model Summary <sup>b</sup>								
				Change Statistics					
	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.352 <sup>a</sup>	.124	3.06757	.124	13.822	1	98	.000	

a. Predictors: (Constant), Gaya Komunikasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Peserta

Sumber: Data Diolah, 2025

Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,124, yang berarti sekitar 12,4% variasi kepuasan peserta dapat dijelaskan oleh gaya komunikasi pendamping. Sedangkan sisanya, sebesar 87,6%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,115 memperkuat kesimpulan bahwa kontribusi gaya komunikasi terhadap kepuasan peserta bersifat signifikan, yang ditunjukkan juga oleh nilai F sebesar 13,822 dengan signifikansi 0,000. Hal ini menegaskan bahwa meskipun pengaruh gaya komunikasi terhadap

kepuasan peserta terbukti nyata, masih terdapat faktor lain yang memengaruhi kepuasan peserta UMKM Naik Kelas.

### **Hasil Uji Hipotesis**

Hasil uji hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen dalam penelitian. Analisis ini menjadi dasar untuk menerima atau menolak hipotesis yang telah diajukan. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai t hitung untuk kedua pengujian masing-masing sebesar 4,828 dan 3,718 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh gaya komunikasi pendamping terhadap kepuasan peserta terbukti signifikan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa gaya komunikasi pendamping berpengaruh terhadap kepuasan peserta diterima.

### **Pembahasan**

#### **Gambaran Gaya Komunikasi Pendamping UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, gaya komunikasi pendamping UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi secara keseluruhan berada pada kategori cukup setuju dengan rata-rata skor 328,5, menunjukkan bahwa pendamping mampu menjalin interaksi yang memadai dengan peserta meskipun masih terdapat ruang untuk perbaikan pada beberapa dimensi. Dimensi kejelasan informasi (406,5) dan empati (423,5) termasuk kategori setuju, yang menandakan bahwa pendamping mampu menyampaikan informasi secara sistematis dan mudah dipahami serta memperlihatkan kepedulian terhadap kebutuhan dan kondisi peserta, membangun fondasi komunikasi yang efektif dan mendukung partisipasi aktif. Sebaliknya, motivasi (208,5) dan responsivitas (202,0) berada pada kategori tidak setuju, menunjukkan perlunya peningkatan kemampuan pendamping dalam mendorong semangat peserta dan memberikan tanggapan cepat terhadap pertanyaan atau masalah yang muncul, karena kedua elemen ini berperan penting dalam memengaruhi keterlibatan peserta dan efektivitas interaksi. Relevansi materi memperoleh skor 402,0, yang menunjukkan bahwa materi yang disampaikan cukup sesuai dengan kebutuhan peserta dan bermanfaat untuk pengembangan usaha mereka. Menurut Robbins dan Judge (2017:361), komunikasi efektif melibatkan kejelasan, empati, motivasi, responsivitas, dan relevansi materi, sementara penelitian Sari dan Hidayat (2020) menunjukkan bahwa komunikasi yang jelas dan empatik dapat meningkatkan kepuasan peserta meskipun motivasi dan responsivitas masih perlu diperbaiki. Berdasarkan temuan ini, peningkatan dimensi motivasi dan responsivitas melalui pelatihan keterampilan komunikasi persuasif dan strategi respons cepat akan sangat mendukung efektivitas pendampingan, memperkuat keterlibatan peserta, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan peserta secara keseluruhan. Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi interpersonal DeVito (2023), yang menekankan pentingnya keterbukaan, empati, dan kemampuan mendengarkan aktif dalam membangun hubungan yang efektif, serta teori komunikasi persuasif yang menunjukkan bahwa dorongan dan tanggapan yang tepat dapat memengaruhi sikap, motivasi, dan perilaku penerima pesan. Dengan demikian, penerapan strategi komunikasi yang tepat akan membuat program UMKM Naik Kelas berjalan lebih efektif, adaptif, dan berorientasi pada hasil yang nyata bagi peserta.

### **Gambaran Tingkat Kepuasan Peserta UMKM Naik Kelas**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, tingkat kepuasan peserta UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi secara keseluruhan tergolong sangat tinggi dengan rata-rata skor 429,3 dan jumlah skor 1.288,0. Dimensi Proses memperoleh skor 441,5, Hasil 425,0, dan Layanan 421,5, semuanya dengan kategori Sangat Setuju, menunjukkan bahwa peserta menilai pelaksanaan program, hasil yang diperoleh, dan layanan yang diberikan oleh pendamping sangat memuaskan. Temuan ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2016:144) yang menyatakan bahwa kepuasan peserta tercipta ketika harapan mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh kualitas layanan yang diberikan, serta diperkuat oleh teori komunikasi interpersonal DeVito (2023) yang menekankan bahwa komunikasi yang jelas, empatik, dan responsif membangun kepercayaan, meningkatkan keterlibatan, dan memperkuat persepsi positif peserta terhadap interaksi yang mereka alami. Kejelasan informasi yang diberikan pendamping memfasilitasi pemahaman materi, empati dalam komunikasi memperkuat hubungan interpersonal, dan responsivitas memastikan peserta merasa didengar dan dihargai, sehingga menciptakan pengalaman belajar yang bermakna dan memuaskan. Lebih lanjut, teori komunikasi persuasif menunjukkan bahwa dorongan dan umpan balik yang tepat waktu dapat meningkatkan motivasi peserta untuk menerapkan ilmu yang diperoleh, sementara teori kepuasan komunikasi menekankan bahwa kualitas interaksi secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan dan keterlibatan peserta dalam program. Dengan demikian, program pendampingan UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi tidak hanya mampu memenuhi harapan peserta, tetapi juga menciptakan pengalaman komunikasi yang positif, memperkuat keterlibatan aktif, meningkatkan rasa percaya diri peserta, dan mendukung pencapaian tujuan pelatihan secara efektif serta berkelanjutan.

### **Pengaruh Gaya Komunikasi Pendamping Terhadap Tingkat Kepuasan Peserta UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi**

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa gaya komunikasi pendamping berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan peserta UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi, dengan koefisien regresi sebesar 0,271, nilai t hitung 3,718, dan signifikansi 0,000. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada kualitas komunikasi pendamping akan meningkatkan kepuasan peserta sebesar 0,271 satuan. Nilai R Square sebesar 0,124 menunjukkan bahwa 12,4% variasi kepuasan peserta dapat dijelaskan oleh gaya komunikasi pendamping, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya sebatas penyampaian informasi, tetapi juga melibatkan kemampuan pendamping untuk menyesuaikan pendekatan dengan kebutuhan, karakteristik, dan konteks peserta. Teori komunikasi interpersonal DeVito (2023) menekankan pentingnya keterbukaan, empati, dan kemampuan mendengarkan aktif dalam membangun hubungan yang efektif, sementara teori komunikasi persuasif menurut Perloff (2022) menyatakan bahwa strategi komunikasi yang mampu memengaruhi sikap dan motivasi penerima pesan secara tepat akan meningkatkan keterlibatan dan kepuasan mereka. Selain itu, teori komunikasi partisipatif dari Freire (2023) menekankan bahwa dialog dua arah yang melibatkan peserta secara aktif akan memperkuat rasa percaya diri dan *ownership* terhadap proses pembelajaran, sedangkan teori komunikasi adaptif menekankan fleksibilitas dalam menyesuaikan pesan dengan kondisi unik peserta (Sya'diyah, 2023:110).

Komunikasi edukatif berbasis digital juga mendukung pemahaman dan keterlibatan peserta (Vionita, 2024:83), dan komunikasi emotif, sebagaimana dijelaskan oleh Muyassaroh (2024:30), dapat mempercepat adopsi teknologi karena peserta merasa didukung secara emosional. Penelitian terdahulu mendukung temuan ini, di mana komunikasi partisipatif terbukti meningkatkan rasa percaya diri pengusaha UMKM di Bogor (Fadhilah, 2024:144), komunikasi persuasif memperkuat citra merek UMKM untuk kesiapan bersaing di pasar global (Setiawan *et al.*, 2025:12), serta komunikasi adaptif dan edukatif terbukti meningkatkan pemahaman dan kepuasan peserta. Secara konseptual, kombinasi berbagai gaya komunikasi ini menegaskan bahwa interaksi yang responsif, relevan, dan empatik tidak hanya memengaruhi persepsi peserta tetapi juga meningkatkan keterlibatan aktif dan kepuasan mereka, sehingga mendukung keberhasilan program pemberdayaan UMKM dan menekankan pentingnya pengembangan kompetensi komunikasi pendamping sebagai strategi utama dalam implementasi program.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi pendamping UMKM Naik Kelas di Kota Bekasi secara keseluruhan cukup baik, terutama pada dimensi kejelasan informasi, empati, dan relevansi materi, sementara motivasi dan responsivitas masih perlu ditingkatkan. Tingkat kepuasan peserta tergolong sangat tinggi, mencakup kepuasan terhadap proses, hasil, dan layanan pendampingan, yang menunjukkan bahwa program ini memberikan pengalaman positif dan memenuhi harapan peserta. Selain itu, gaya komunikasi pendamping terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta, dengan variasi gaya komunikasi partisipatif, persuasif, adaptif, edukatif, maupun emotif yang secara langsung berkaitan dengan peningkatan kepuasan dan keberhasilan program pemberdayaan UMKM. Oleh karena itu, disarankan agar pendamping lebih meningkatkan motivasi dan responsivitas dalam komunikasi serta mengoptimalkan penggunaan berbagai gaya komunikasi agar kepuasan peserta semakin tinggi dan program pendampingan UMKM dapat berjalan lebih efektif.

#### 5. Daftar Pustaka

- BPS. (2024). *Statistik UMKM Provinsi Jawa Barat 2024*. Bandung: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat.
- BPS. (2024). *Produk Domestik Bruto Indonesia 2024*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Chambers, R. (2018). *Rural Development: Putting the Last First*. London: Routledge.
- DeVito, J. A. (2023). *The Interpersonal Communication Book* (15th ed.). Boston: Pearson.
- Fadhilah, R. (2024). Pengaruh Komunikasi Partisipatif terhadap Kepercayaan Diri Pengusaha UMKM di Bogor. *Jurnal Manajemen dan Pemberdayaan UMKM*, 12(2), 140–150.
- Freire, P. (2023). *Pedagogy of the Oppressed* (50th Anniversary ed.). New York: Continuum International Publishing Group.
- Harjito, D. A. (2022). *UMKM dan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London: Pearson Education Limited.
- Muyassaroh, R. (2024). Peran Komunikasi Emotif dalam Adopsi Teknologi Digital UMKM. *Jurnal Teknologi dan Inovasi UMKM*, 7(1), 25–35.
- Perloff, R. M. (2022). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century* (7th ed.). New York: Routledge.
- Porter, M. E. (2022). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Boston: Pearson.
- Sari, D., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Kejelasan dan Empati dalam Komunikasi Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan UMKM. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 5(2), 45–56.
- Setiawan, H., Nugroho, Y., & Prasetyo, A. (2025). Komunikasi Persuasif dan Citra Merek UMKM di Pasar Global. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen UMKM*, 6(1), 10–20.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sya'diyah, N. (2023). Komunikasi Adaptif untuk Memberdayakan UMKM Difabel. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 9(3), 105–115.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Karakteristik, Peran, dan Tantangan*. Jakarta: LP3ES.
- Tustonja, R. (2024). Active Listening sebagai Keterampilan Komunikasi Efektif Pendamping UMKM. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 8(2), 100–110.
- Vionita, R. (2024). Komunikasi Edukatif Berbasis Digital dalam Peningkatan Kepuasan Peserta UMKM. *Jurnal Teknologi Pendidikan dan UMKM*, 5(2), 80–90.
- World Bank. (2023). *Small and Medium Enterprises: Key to Economic Development*. Washington, DC: World Bank Publications.