

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Simpulan**

Secara keseluruhan, skripsi ini membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Len Industri (Persero) dalam Program Kemitraan sebagai upaya pengembangan UKM. Sebuah program yang dianjurkan oleh pemerintah kepada pihak BUMN untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat khususnya kepada usaha kecil dan menengah (UKM) agar terbantu dalam segi keuangan dan pengelolaannya.

Berikut ini merupakan kesimpulan spesifik peneliti sebagai berikut:

1. Program Kemitraan merupakan suatu program yang dilakukan Bagian Komunikasi PT. Len Industri (Persero) khususnya unit PKBL yang melakukan kegiatan CSR sebagaimana PT. Len ialah perusahaan BUMN melalui Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan. Program Kemitraan ialah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri yang sumber dananya dapat berasal dari bagian laba BUMN. Pada dasarnya, Program Kemitraan memang meminjamkan usaha, namun bagi PT. Len dalam memberikan bantuan pada Program Kemitraan bersifat sosial namun melakukannya dengan bentuk pendekatan ekonomi.
2. Penetapan sasaran Komunikasi yang dilakukan oleh PT. Len,

merupakan tahapan penting. Dapat dilihat melalui kerangka referensi/ latar belakang serta situasi dan kondisi yang dilakukan sudah mampu ditentukan dengan baik dan detail, sehingga mendapatkan mitra binaan yang layak, jadi secara keseluruhan sasaran komunikasi pada strategi komunikasi PT. Len dalam Program Kemitraan sebagai Upaya Pengembangan UKM sudah cukup baik dan tepat.

3. Pemilihan media yang dilakukan PT. Len dalam Program Kemitraan sesuai dengan keperluan dan kebutuhan dalam kegiatan yang dilaksanakan berdasarkan tujuan dari Program Kemitraan. Penyesuaian penggunaan media yang digunakan ialah menggunakan media elektronik berupa *handphone*, namun lebih dinilai paling efektif menggunakan media langsung atau tatap muka agar lebih terkontrol dan efektif. Maka dari itu strategi komunikasi PT. Len dalam Program Kemitraan sebagai upaya pengembangan UKM sudah cukup baik dan efektif.
4. Pengkajian tujuan pesan komunikasi PT. Len dalam Program Kemitraan didasarkan dari calon/mitra binaan itu sendiri. Dalam penyampaian pesan terdapat dua tujuan yaitu tujuan informatif dan persuasive. Sehingga pengkajian pesan pada strategi komunikasi PT. Len dalam Program Kemitraan sebagai upaya pengembangan UKM sudah lebih efektif dan baik.
5. Pemilihan komunikator yang dilakukan oleh PT. Len dalam Program Kemitraan sesuai dengan kemampuan komunikator dalam

berkomunikasi dengan calon/mitra binaan. Hal ini menjadikan hubungan antara PT. Len dengan mitra binaan lebih baik, kemudian pemahaman mitra binaan menjadi luas atas apa yang telah disampaikan PT. Len dalam Program Kemitraan. Selain itu menghasilkan kepercayaan yang tinggi antara kedua belah pihak.

6. Pembinaan PT. Len dalam Program Kemitraan yaitu dengan member bantuan pinjaman dana, pelatihan manajemen usaha, monitoring, dan pameran. Kegiatan tersebut sangat memberi manfaat kepada mitra binaan untuk menjadi usaha yang tangguh dan mandiri sesuai dengan tujuan kegiatan Program Kemitraan. Hal ini telah dilakukan PT. Len dalam Program Kemitraan sebagai upaya pengembangan usaha secara dengan baik dan efektif.
7. Tahap Evaluasi PT. Len dalam Program Kemitraan ialah mengukur keberhasilan dari tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang yang ditetapkan. Apa yang menjadi tujuan dari unit PKBL dalam tujuan jangka pendek tercapai dengan baik, serta apa yang menjadi tujuan panjang PT. Len kepada mitra binaan dalam Program Kemitraan untuk menghasilkan usaha yang lebih mandiri dan tangguh dalam usahanya cukup baik.

## **1.2 Saran atau Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Akademis**

1. Untuk perkembangan keilmuan, sebaiknya dilakukan penelitian sejenis mengenai Program Kemitraan sebagai studi perbandingan dalam Program Kemitraan tetapi di instansi yang lain.
2. Untuk pengembangan selanjutnya, khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi agar memperluas lingkup penelitian dan memperdalam bahasan lainnya mengenai strategi komunikasi. Mengenai strategi komunikasi sangat diharapkan karena masih banyak komponen yang dapat dikembangkan dalam strategi komunikasi.
3. Bagi calon-calon peneliti yang akan datang, peneliti menyarankan agar tema yang diteliti dalam penelitian ini dijadikan lebih variatif dengan menggunakan metode atau objek lain, sehingga para calon peneliti dapat melakukan penelitiannya dalam bentuk penelitian yang berbeda dan hasilnya bisa dilihat dari berbagai sudut pandang.

#### **5.2.2 Saran Praktis**

1. Meskipun ketersediaan dana tidak memungkinkan untuk merealisasikan sejumlah pinjaman dana yang diajukan mitra binaan, sebaiknya ada upaya untuk meningkatkan kualitas SDM para mitra binaan secara merata, sehingga mitra binaan dapat menghadapi segala kondisi, baik dari pengelolaan pembukuan, keterbatasan dana, kondisi pasar, lokasi penjualan dan sebagainya. Selain itu upaya membentuk kualitas SDM, sebaiknya tidak hanya

dalam bentuk strategi usaha saja melainkan dapat membentuk strategi diri berupa pelatihan motivasi, konsep diri, kepemimpinan dan sebagainya.

2. Penambahan SDM dari unit PKBL sangat diperlukan terlebih lagi dalam kegiatan monitoring karena memonitoring mitra binaan yang jumlahnya banyak dan berada di tempat yang berbeda-beda cukup memakan waktu yang lama apabila dilakukannya dengan pengurus yang sama. Akan jauh lebih efektif apabila penambahan pengurus masing-masing tempat atau wilayah mitra binaan, sehingga pemantauannya akan semakin jelas dan tidak memakan banyak waktu.