

Efektivitas Grup *WhatsApp* sebagai Media Komunikasi Organisasi di UMKM Pengolah Limbah Tekstil

<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v8i1.377>

Haidar Abdurrohman^{1*}, Naufal Nur A'lam¹,
Qonita Diah Hidayati¹, Aminah Swarnawati¹

¹Universitas Muhammadiyah Jakarta

Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Tangerang Selatan 15419, Banten – Indonesia

Email korespondensi: haidar.abdurrohman@student.umj.ac.id

Submitted: Jan 25, 2025, **Revised:** April 15, 2025, **Accepted:** May 25, 2025

Accredited by Kemristekdikti No. 72/E/KPT/2024

Abstract - This research aims to evaluate the effectiveness of using WhatsApp groups as a communication medium within UMKM. The research method used is qualitative with a case study approach. Data was collected through in-depth interviews with a number of employees from various departments as well as direct observation of interactions in WhatsApp groups. The research results show that using WhatsApp groups as an organizational communication medium has several advantages, such as ease of sharing information, increased employee involvement, and time efficiency. This research provides important insights into the role of communication technology in increasing organizational effectiveness and building better working relationships in the low corporate environment (UMKM).

Keywords: UMKM; Organizational communication; Sharing information; Social media; Whatsapp

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi di lingkungan UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap sejumlah karyawan dari berbagai departemen serta observasi langsung interaksi di grup WhatsApp. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi organisasi memiliki beberapa keuntungan, seperti kemudahan berbagi informasi, peningkatan keterlibatan karyawan, dan efisiensi waktu. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai peran teknologi komunikasi dalam meningkatkan efektivitas organisasi dan membangun hubungan kerja yang lebih baik di lingkungan perusahaan rendahan (UMKM)

Kata Kunci: Berbagi informasi; Komunikasi organisasi; Media sosial; Media; UMKM, Whatsapp

PENDAHULUAN

Dalam era kekinian sebuah perusahaan membutuhkan media untuk mempermudah jaringan komunikasi di internal perusahaan (Rizqiyah et al, 2021). Kemudahan komunikasi sangat bermanfaat untuk terjalannya tujuan perusahaan dalam menggampai target yang di tentukan, dan mempermudah terjalannya koordinasi antara atasan bawahan, antara departemen satu dengan departemen lainnya, maupun antara satu rekanan dalam satu departemen. Selain itu agar fungsi dari organisasi dapat berjalan dengan baik, sesuai dengan tugasnya dalam menjalankan fungsi organisasi agar terjalannya kerjasama dan tidak terjadinya tumpang tindih karyawan dalam melaksanakan tugas dan fungsi pekerjaan (Lina & Permatasari, 2020).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bisnis atau usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha (Sofyan, 2017). UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian, terutama di negara berkembang seperti Indonesia, karena mampu menciptakan lapangan kerja dan mendukung perekonomian lokal (Sarfiah, et al 2019; Vintara, 2023). UMKM

memiliki beberapa ciri khas, antara lain: modal yang relatif kecil, jumlah tenaga kerja yang sedikit, dan cakupan pasar yang terbatas (Widjadja et al, 2018; Sianturi, 2020; Aprilia & Melati, 2021).

Meskipun terlihat kecil, UMKM memberikan dampak yang besar bagi perekonomian, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan (Atmaja & Novitaningtyas, 2021; Nalini, 2021). Salah satunya UMKM PT. Riksa Putra Textile dalam bidang tekstil. UMKM tekstil mencakup berbagai kegiatan, mulai dari pembuatan tenun, pengolahan serat, hingga produksi pakaian jadi. Kondisi ini membuat limbah yang tidak terkontrol.

Dampak dari limbah tekstil memiliki dampak yang signifikan terhadap lingkungan dan kesehatan. Berikut beberapa gambaran mengenai dampak tersebut:

(1) Pencemaran Air: Limbah tekstil merupakan salah satu pencemar air terbesar di dunia. Zat-zat kimia beracun yang digunakan dalam proses produksi tekstil dapat meresap ke dalam air tanah dan sungai, menyebabkan kerusakan ekosistem akuatik dan mengancam kesehatan manusia melalui bioakumulasi dalam rantai makanan (Novianti et al, 2021; Novembrianto & Rahmantio, 2023);

(2) Emisi Karbon: Produksi tekstil dan pembuangan produk tekstil berkontribusi pada peningkatan emisi karbon. Limbah tekstil yang dibuang ke tempat pembuangan akhir akan menghasilkan gas rumah kaca seperti metana saat terurai, yang memperparah perubahan iklim (Faisal, 2014);

(3) Mikroplastik: Pakaian berbahan poliester dan tekstil sintetis lainnya menghasilkan mikroplastik saat dicuci. Mikroplastik ini kemudian masuk ke saluran air, mencemari lautan, dan berdampak negatif pada organisme laut serta kesehatan manusia (Dewi, 2022);

(4) Pencemaran Tanah: Limbah tekstil juga dapat mencemari tanah. Bahan kimia dan pewarna yang digunakan dalam tekstil dapat meresap ke dalam tanah, mengurangi kesuburannya, dan merusak flora serta fauna setempat (Komarawidjaja, 2016);

(5) Masalah Kesehatan: Paparan zat kimia beracun dari limbah tekstil dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan pada manusia, termasuk gangguan pernapasan, penyakit kulit, dan efek jangka panjang seperti kanker. Dengan demikian, dampak limbah tekstil sangat luas dan mendalam, mencakup aspek lingkungan dan kesehatan yang memerlukan perhatian serius serta tindakan mitigasi yang efektif (Sari, 2022; Hasibuan et al, 2023), sehingga perlu adanya upaya dalam pengelolaan limbah tersebut. Harapannya pengelolaan limbah tekstil oleh UMKM dapat dilakukan melalui berbagai cara kreatif dan inovatif untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Penelitian ini meneliti mengenai perkembangan UMKM Riksa Putra Textile yang bergerak di bidang pengelolaan limbah tekstil dengan menyalurkan limbah kain potongan maupun *roll* utuh pada UMKM yang melakukan produksi lain sehingga dapat bernilai tambah (Listiyaningrum et al, 2020). Permasalahan UMKM salah satunya adalah kemampuan komunikasi.

UMKM Riksa Putra Textile sering menghadapi berbagai permasalahan dalam komunikasi bisnis yang dapat menghambat perkembangan dan keberhasilan perusahaan

Beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam komunikasi bisnis antara lain:

(1) Rendahnya Kemampuan Komunikasi: Banyak pelaku UMKM memiliki kemampuan komunikasi yang rendah, yang menyebabkan mereka kesulitan dalam menjalin hubungan bisnis yang efektif dengan pelanggan, pemasok, dan mitra lainnya. Ini dapat mengakibatkan kegagalan dalam mengembangkan bisnis dengan baik (Christiana et al, 2022);

(2) Kurangnya Penerapan Komunikasi Bisnis: Beberapa UMKM tidak menerapkan komunikasi bisnis yang efektif dalam operasional mereka. Hal ini menyebabkan berbagai permasalahan seperti kurangnya pengetahuan tentang pengembangan bisnis dan inovasi (Basry & Sari, 2018);

(3) Tantangan Teknologi: Perkembangan teknologi yang cepat menuntut pelaku UMKM untuk selalu beradaptasi. Banyak UMKM yang kesulitan mengikuti perkembangan ini, sehingga mereka tertinggal dalam hal komunikasi digital dan pemasaran online (Zaelani, 2019; Fauziah, 2020);

(4) Kompetensi Sumber Daya Manusia: Kompetensi SDM dalam bidang komunikasi bisnis seringkali masih kurang memadai. Pelaku UMKM perlu meningkatkan keterampilan komunikasi mereka untuk dapat bersaing dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif (Wahyudiati & Isroah, 2018; Maulatuzulfa, 2022);

(5) Polanya Komunikasi yang Tidak Efektif: UMKM sering kali menggunakan pola komunikasi yang tidak efektif dalam menjalankan bisnis mereka, yang mengakibatkan kurangnya koordinasi dan kolaborasi yang baik di antara tim dan dengan pihak eksternal.

Mengatasi permasalahan ini memerlukan upaya dari pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kemampuan komunikasi, memanfaatkan teknologi secara efektif, dan membangun kompetensi SDM yang lebih baik. Whatsapp Grup dianggap efektif untuk menjadi media komunikasi perusahaan, karena dianggap mudah digunakan oleh semua kalangan baik generasi muda dan generasi tua di dalam perusahaan (Jumrad & Sari, 2019; Tutiasri et al, 2021; Hartani et al, 2022).

Selain itu Whatsapp Grup mampu memberikan pilihan komunikasi, baik secara lisan (telepon grup), tulisan, maupun pengiriman video dan gambar, serta dalam keadaan tertentu bisa dibuat pertemuan virtual dalam penggunaan *feature video call* grup (Bafadhal, 2017).

Penggunaan Whatsapp Grup diharapkan membantu terjadinya jaringan komunikasi di internal perusahaan agar memberikan kemudahan bagi para karyawan dalam menjalin komunikasi baik terhadap pimpinan perusahaan maupun departemen lainnya, sehingga penelitian ini dapat menjawab efektifitas penggunaan WhatsApp grup pada pengguna organisasi UMKM dalam pengembangan bisnis melalui komunikasi organisasi yang efektif dan mempertimbangkan kualitas SDM.

KERANGKA TEORI

Setiap organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak mengganggu bagian lainnya. Suatu organisasi terbentuk apabila suatu usaha memerlukan usaha lebih dari satu orang untuk menyelesaikannya (Muhammad, 2014).

Komunikasi organisasi itu terbagi menjadi dua yaitu kecil-formal dan informal. Komunikasi antarpersonal yang kecil-formal berbentuk rantai. Jaringan ini secara kaku mengikuti rantai komando formal sehingga apabila terdapat suatu tambahan informasi tersebut akan disampaikan kepada kepala tiap divisi dan biro untuk kemudian diteruskan kepada anggota divisi dan biro masing-masing (Hanggraeni, 2011). Komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward atau komunikasi atasan ke bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan (Muhammad, 2009: 65).

Menurut Muhammad, (2014: 67), meskipun bermacam-macam persepsi dari para ahli mengenai komunikasi organisasi ini tapi dari semuanya itu ada beberapa hal yang umum yang dapat disimpulkan yaitu: (1) Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal; (2) Komunikasi organisasi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah, dan media; (3) Komunikasi organisasi meliputi orang dan sikapnya, perasaannya, hubungannya dan keterampilan/skilnya.

Whatsapp sebagai Media Komunikasi Organisasi

Media komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja di pilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi. Seiring dengan perkembangan teknologi pada era globalisasi ini membuat masyarakat tidak hanya dapat berkomunikasi secara fisik tetapi masyarakat juga dapat berkomunikasi dengan memanfaatkan media sosial whatsapp.

Menurut Yuwafik & Muhid (2020), WhatsApp merupakan aplikasi pesan instan yang diperuntukkan bagi *smartphone*. WhatsApp Messenger adalah aplikasi pesan lintas platform yang memberikan fitur bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena aplikasi ini menggunakan paket data internet seperti halnya email, *browsing web*, dan lain-lain. Aplikasi WhatsApp Messenger juga bisa menggunakan koneksi wifi untuk komunikasi data.

Mengirim pesan teks gratis dan melakukan panggilan telepon adalah fitur umum terintegrasi dari aplikasi messenger. Demikian pula, WhatsApp juga menawarkan fungsi-fungsi ini tanpa biaya berlangganan. Untuk pengguna yang mencari platform tanpa iklan, antarmuka yang ramah pengguna, dan keamanan yang kuat, WhatsApp adalah pilihan yang sangat baik karena bersifat *open source* dan gratis, hanya dengan kuota. Meski begitu, WhatsApp tetap menjadi pilihan populer bagi banyak orang (Yusriani & Acob, 2020).

Teori media baru tidak hanya memfokuskan pada munculnya jenis media baru seperti berita *online*, pelayanan publik online, forum diskusi dan pencarian informasi. Media baru juga fokus pada fitur-fitur baru seperti email pribadi, bermain game, dan lain hal yang diakses melalui internet.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus ini dilakukan terfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis secara cermat sampai tuntas (Muhlisan, 2013). Dengan kata lain peneliti akan mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi dalam proses komunikasi organisasi pada internal UMKM Riksa Putra textile.

Observasi dan wawancara digunakan untuk teknik pengumpulan data dengan menggunakan *participant observation*, di mana peneliti berperan serta ke lapangan untuk mengamati objek penelitian dan aktif berinteraksi dalam kegiatan komunikasi yang terjadi di UMKM Riksa Putra Textile. Seperti yang dikemukakan oleh Stainback dalam Sugiyono (2013), bahwa dengan wawancara peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, di mana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi.

Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan kembali, sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel (Sugiyono, 2013).

HASIL PENELITIAN

UMKM adalah perusahaan yang bergerak pada sektor perdagangan. Perdagangan yang dimaksud adalah jual beli bahan kain limbah PT. Kahatex dalam bentuk kain potongan maupun *roll* utuh. Perusahaan ini memiliki 15 orang karyawan yang dibagi dalam tiga departemen, yaitu departemen penjualan, departemen pengiriman, dan departemen umum. Departemen Umum terdiri dari pimpinan perusahaan, sekretaris perusahaan, bendahara perusahaan (Keuangan) bertanggung jawab sebagai dalam memimpin laju perusahaan, menulis dan mencatat penjualan barang, serta membuat laporan keuangan.

Departemen Penjualan terdiri dari bagian promosi medsos, *maintenance customer*, *update stock* barang, dan penanggungjawab penjualan di gudang. Sedangkan Divisi Pengiriman terdiri dari *driver* dan kurir berfungsi untuk membawa barang ke pabrik dan melakukan pengiriman bila terjadi penjualan di gudang kepada *customer*.

Demi terjalannya komunikasi yang baik didalam internal perusahaan. Pemimpin perusahaan membuat keputusan menjadikan Whatsapp Grup sebagai media komunikasi internal. Whatsapp Grup dibuat menjadi tiga grup, pertama berisikan pimpinan dan seluruh karyawan, kedua pimpinan dengan departemen penjualan, dan ketiga pimpinan dengan departemen pengiriman. Tiga grup ini di buat agar komunikasi internal berjalan dengan baik, agar pimpinan bisa memantau laju koordinasi antar karyawan dengan departemen lainnya, serta pelaksanaan laju intruksi dari atasan ke bawahan dan lajur koordinasi pelaksanaan kerja harian dari bawahan ke atasan.

Peneliti saat berkunjung ke UMKM Riksa Putra Textile bertemu dengan 15 orang, yang terdiri dari Pimpinan dan staf. Pandangan pertama dari wawancara dengan Direkur Utama, Rina Riani, adalah: banyak hal mengenai kondisi komunikasi organisasi internal perusahaan. Perusahaan selama ini hanya mengandalkan komunikasi tatap muka dan *meeting* kelompok di pagi hari dalam melakukan distribusi tugas untuk melakukan aktifitas. Kondisi pegawai yang tidak semua memiliki *handphone smartphone* selain faktor usia, pendidikan, dan ekonomi pegawai, maka komunikasi tatap muka dianggap paling efektif dan hal ini sudah berjalan tiga tahun.

Pandangan kedua, perusahaan mengalami banyak *miss* komunikasi karena kadangkala pegawai tidak mengikuti *meeting* pagi dengan *team leader* dari setiap departemen mengalami hambatan serius di lapangan. Sehingga seringkali ada banyak pekerjaan yang tidak selesai diakibatkan laju koordinasi dan intruksi tidak tersampaikan kepada pegawai lainnya. Kondisi membuat efektifitas pekerjaan berkurang, dan banyak pegawai yang diam karena dianggap tidak ada pekerjaan yang diperintahkan. Pimpinan yang mengeahui hal itu merasa dirugikan karena banyak target perusahaan tidak mampu tercapai.

Pandangan ketiga, pimpinan mengambil solusi mencoba memberikan pengajaran dan merubah kebiasaan *meeting* pagi diganti dengan menggunakan Whastapp Grup. Menjelaskan laju koordinasi dan intruksi ditulis struktur setiap harinya, dan setiap pegawai harus memberikan gambaran progres

pada grup setiap harinya terhadap tugas – tugas yang diberikan. Agar pimpinan bisa memantau keberhasilan target perusahaan dalam menjalani, tidak hanya itu membuka peluang kerjasama antar pegawai untuk bisa menyelesaikan sebuah tugas secara bersama agar cepat selesai.

Pandangan keempat, menggunakan Whastapp Grup tidak semudah membalikan tangan, karena perusahaan harus memberikan fungsi edukasi pada pegawai, karena banyak pegawai di usia tua tidak bisa menggunakan *smartphone*, dan juga tidak memilikinya. Langkah pertama perusahaan membelikan HP pada seluruh pegawai. Kedua perusahaan memberikan edukasi terhadap seluruh pegawai dalam penggunaan *whastapp*. Terakhir memberikan ruang dan waktu bagi para pegawai menggunakan kebiasaan baru. Selama proses adaptasi, budaya tatap muka dan *meeting* pagi tidak dihilangkan.

Komunikasi Internal sebelum adanya Whatsapp Grup

UMKM Riksa Putra Textile sebelum menggunakan Whatsapp Grup, dalam menjalin komunikasi mengandalkan komunikasi tatap muka atau komunikasi yang bersifat personal atau antar pribadi antara pimpinan dan karyawan maupun antara karyawan dengan karyawan lainnya melalui pimpinan departemennya. Baik bertemu langsung maupun via telepon agar terjadinya koordinasi laju intruksi untuk menyelesaikan satu pekerjaan. Bila dibutuhkan gerakan yang besar agar dapat mempengaruhi seluruh karyawan pimpinan perusahaan melakukan rapat internal mengumpulkan seluruh karyawan di pagi hari agar selesainya semua pekerjaan pada hari – hari mendatang.

Komunikasi tersebut bisa terjadi efektif apabila pelaku–pelaku komunikasi hadir dan menyimak dengan jelas seluruh hasil rapat. Akan tetapi sering terjadi *miss* komunikasi apabila salah satu tokoh komunikasi yang penting tidak hadir atau tidak menyimak dengan baik hasil dari pada rapat, sehingga terjadi kesalahan–salahan dalam pekerjaan atau kebuntuan pergerakan pada karyawan karena tidak adanya intruksi yang jelas.

Keberhasilan pekerjaan di dalam Internal Perusahaan sehingga tergantung pada opini leader masing - masing departemen atau pimpinan perusahaannya sendiri. Kondisi sumber daya manusia di dalam internal UMKM Riksa Putra Textile tidak semuanya memiliki jenjang pendidikan tinggi dan kondisi umur yang prima atau tidak muda semua ada golongan yang tua. Golongan muda dan tua terkadang terjadi kegagalan komunikasi karena tidak mampu menggunakan alat komunikasi yang baik seperti *handphone* dan telepon kantor, hanya berfokus pada komunikasi tatap muka baru terjalin komunikasi yang efektif setelah di jelaskan secara detail pada personal. Hal tersebut membuat perusahaan memiliki hambatan dalam melaksanakan proses komunikasi.

Proses pada internal perusahaan perlu di tingkatkan, para karyawan harus diberikan keterampilan dalam menggunakan media sosial atau menggunakan alat bantu *handphone* sebagai alat bantu komunikasi. Memberikan pendidikan penggunaan alat bantu komunikasi kepada seluruh karyawan dianggap menjadi solusi agar proses komunikasi bisa berjalan dengan baik, sehingga karyawan oleh perusahaan di berikan *handphone* bagi yang belum punya, dan diajarkan menggunakan sosial media terutama Whatsapp sebagai media komunikasi yang ditunjuk pimpinan perusahaan sebagai solusi menyelesaikan permasalahan internal perusahaan.

Efektifitas Whatsapp Grup sebagai Saluran dan Media Organisasi

Permasalahan komunikasi Internal UMKM, terjadi karena sumber daya manusia belum semuanya terdidik. Banyak karyawan yang ada adalah buruh harian lepas yang memiliki tingkat pendidikan sampai SMP. Selain itu ada beberapa golongan tua yang tidak melek terhadap teknologi, hanya berfokus pada komunikasi antar pribadi. Dua faktor hambatan tersebut membuat perusahaan memberikan pendidikan penggunaan teknologi sebagai alat bantu menyelesaikan permasalahan di dalam internal perusahaan untuk fleksibilitas pimpinan dan karyawan dalam menjalin komunikasi.

Para karyawan yang dikategorikan golongan tua dibelikan *handphone* baru oleh perusahaan. Sementara para karyawan muda diminta membantu golongan tua untuk mengaplikasikan *handphone* tersebut terutama dalam menggunakan media sosial khususnya aplikasi Whatsap. Pimpinan mengajarkan *feature – feature* yang ada pada Whatsapp grup seperti telepon grup, *video call* grup, membagikan dokumen, membagikan video dan foto, dan *chat* kepada kelompok atau pribadi terjadi secara langsung dan bisa dibaca oleh semua didalam whatsapp grup tersebut.

Penggunaan Whatsapp Grup dianggap efektif untuk membangun jaringan komunikasi dikarenakan kemudahan dalam mengaplikasikannya. Seorang pimpinan bisa membuat pemberitahuan,

memo, atau disposisi pada seluruh karyawan secara langsung tanpa harus bicara pada setiap orang satu persatu. Selain itu para karyawan bisa secara langsung memberikan *feedback* atau jawaban dari pemberitahuan atau intruksi kepada pimpinan berupa proses pekerjaan, atau proses diskusi dalam pengambilan keputusan pada setiap kasus yang terjadi, dan memberikan laporan secara update terhadap seluruh pekerjaan yang di kerjakan kepada pimpinan secara langsung di dalam Whatsapp grup tersebut. Hal ini memberikan peranan yang penting dalam mewujudkan komunikasi yang efektif di internal Perusahaan.

KESIMPULAN

Komunikasi antarpribadi di Internal Riksa Putra textile terjadi hambatan dikarenakan kondisi sumber daya manusia yang masih tertinggal dan belum beradaptasi pada teknologi. Masih menggantungkan diri pada kualitas komunikasi antar pribadi, sehingga apabila pelaku – pelaku komunikasi yang penting tidak hadir terjadi hambatan yang serius terhadap laju komunikasi organisasi di Internal UMKM PT. Riksa Putra Textile.

Keputusan Pimpinan menjadikan Whatsapp Grup menjadi media dan saluran komunikasi Internal telah memberikan dampak positif atau bisa dikategorikana sangat efektif sehingga terbentuk jaringan komunikasi baru, yang membantu proses komunikasi antarpribadi baik antara pimpinan dan karyawan, maupun antara karyawan dengan departemen lainnya.

Whatsapp grup dianggap solusi efektif menjawab kebutuhan organisasi, agar terjadinya proses komunikasi di Internal dalam menjalankan memo, surat perintah, atau sekedar memberi tahukan sebuah pengumuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, D. S., & Melati, I. S. (2021). Pengaruh jumlah tenaga kerja, modal usaha dan bauran pemasaran terhadap keberhasilan usaha umkm sentra batik kota pekalongan. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 2(1), 1-14.
- Atmaja, H. E., & Novitaningtyas, I. (2021). Analisis Aspek Pemasaran UMKM di Masa Resesi Global Dampak dari Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 1-11.
- Bafadhal, O. M. (2017). Komunikasi Ritual Penggunaan Aplikasi WhatsApp: Studi Konsumsi Berita Lewat Group WhatsApp. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 1, 49-56.
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53-60.
- Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., & Sitorus, R. S. (2022). Peran komunikasi bisnis dalam membantu perkembangan umkm. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 3(1), 100-108.
- Dewi, N. M. N. B. S. (2022). Studi Literatur Dampak Mikroplastik terhadap Lingkungan. *Sosial Sains dan Teknologi*, 2(2), 239-250.
- Faisal, M. (2014). Analisis Laju Alir Sampah dan Emisi Carbon yang Dihasilkan Kota Banda Aceh. *Jurnal Teknik Kimia USU*, 3(4), 6-11.
- Fauziyah, F. (2020). Tantangan UMKM dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Ditinjau dari Aspek Marketing dan Accounting. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 155-172.
- Hanggraeni, D. (2011), *Perilaku Organisasi*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, Jakarta.
- Hartani, T., Muljani, B. D., Lestari, I., & Sulindra, E. (2022). Tantangan Administration Professionals Selama Work from Home (WFH) dalam Membangun Komunikasi yang Efektif. *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan*, 7(1), 1-24.
- Hasibuan, A., Fadila, A., Wulandari, P., & Gurky, S. A. Z. (2023). Gambaran Dampak Buangan Limbah Cair Industri terhadap Pencemaran Lingkungan yang dapat Mempengaruhi Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 8771-8774.
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social media capabilities dalam adopsi media sosial guna meningkatkan kinerja UMKM. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227-238.
- Listiyaningrum, A., Rustiana, A., & Saeroji, A. (2020). Strategi Pengembangan Batik Berbasis Ekonomi Kreatif Kampung Batik Kauman Pekalongan. *Business and Accounting Education Journal*, 1(2), 116-127.

- Maulatuzulfa, H. (2022). Pengaruh kompetensi sumber daya manusia, literasi keuangan, modal keuangan, dan modal sosial terhadap kinerja umkm. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 171-179.
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak dampak covid-19 terhadap usaha mikro, kecil dan menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662-669.
- Novianti, E., Asrifah, R. D., & Utami, A. (2021). Pengaruh limbah cair tekstil terhadap kualitas air di sub sub DAS Semin Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. *Envirotek: Jurnal Ilmiah Teknik Lingkungan*, 13(2), 61-69.
- Novembrianto, R., & Rahmantio, M. A. (2023). Analisis Indeks Pencemaran Air Limbah ke Badan Air Permukaan Pada Sungai Sidoarjo Akibat Pengaruh Industri Tekstil Benang. *Prosiding ESEC*, 4(1).
- Rizqiyah, R. N., Kriyantono, R., & Sujoko, A. (2021). Manajemen Media Relations dalam Meningkatkan Citra Positif dan Reputasi Perusahaan di Era Artificial Intelligence. *Journal of Communication Studies*, 6(1), 53-66.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Sari, W. A. N. (2022). Penegakan Hukum terhadap PT Rayon Utama Makmur Akibat Limbah Tekstil yang Merugikan Warga. *Volksgeist: Jurnal Ilmu Hukum dan Konstitusi*, 69-79.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen pemasaran menggunakan analisis SWOT pada UMKM guna meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45-50.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung (ID): Alfabeta.
- Tutiasri, R. P., Santoso, W., & Rahmawati, A. (2021). Pemanfaatan Whatsapp Grup Sebagai Media Komunikasi di Daerah Pedesaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 79-92.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01-08.
- Wahyudiati, D., & Isroah, I. (2018). Pengaruh Aspek Keuangan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Desa Kasongan. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(2).
- Widjadja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukanjie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).
- Yusriani, Y., & Acob, J. R. U. (2020). Education through WhatsApp media in changing of smoking behavior among senior high school students. *Kesmas: Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional (National Public Health Journal)*, 15(3).
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan daya saing UMKM Indonesia: Tantangan dan peluang pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15.