

BAB VI

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Pada bagian simpulan, disajikan ringkasan temuan yang didasarkan pada tujuan penelitian. Tujuan utama pada penelitian ini ialah mengembangkan model pelatihan *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship*. Tujuan khusus pada penelitian ini yaitu (1) profil dan analisis kebutuhan; (2) model hipotetik; (3) pengembangan model pelatihan *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship*; (4) respons pelibat terhadap model akhir yang dikembangkan model pelatihan *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship*.

1. Profil dan Analisis Kebutuhan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis profil dan kebutuhan literasi finansial serta komunikasi bisnis yang dimiliki oleh pemilik dan pengelola UMKM kedai kopi di Kabupaten Indramayu. Berdasarkan temuan yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan analisis data. Profil UMKM kedai kopi di Indramayu berkembang pesat, terutama setelah pandemi COVID-19. Kedai kopi tidak hanya sebagai tempat konsumsi, tetapi sebagai ruang sosial yang penting bagi masyarakat. Munculnya tren kopi jalanan “*street coffee*” menjadi fenomena yang menarik, memberikan kemudahan akses bagi konsumen sambil tetap menjaga kualitas rasa kopi. Meski begitu, pelaku UMKM kedai kopi menghadapi tantangan persaingan yang ketat, terutama dengan adanya kedai kopi waralaba yang lebih besar dan lebih mapan.

Banyak pemilik kedai kopi di Kabupaten Indramayu yang memiliki literasi finansial terbatas, yang berimbas pada pengelolaan keuangan yang kurang efisien. Sebagian besar pengusaha UMKM mengandalkan catatan manual dalam mencatat pemasukan dan pengeluaran, meskipun ada beberapa yang mulai menggunakan aplikasi keuangan digital. Selain itu, literasi finansial ini berfokus pada kemampuan promosi dan pelayanan untuk meningkatkan finansial pada kedai kopi tersebut. Hal

ini menunjukkan adanya kebutuhan besar akan pelatihan literasi finansial yang lebih mendalam.

Selain literasi finansial, pemilik dan barista juga membutuhkan pelatihan dalam komunikasi bisnis, terutama dalam penggunaan media sosial dan penerapan *linguistic entrepreneurship* untuk membangun citra dan meningkatkan daya tarik produk. Sebagian besar pemilik kedai kopi sudah menggunakan media sosial untuk promosi. Namun mereka sering kali mengalami kesulitan dalam menciptakan konten yang menarik dan efektif, baik dari sisi kualitas visual maupun strategi pemasaran yang konsisten.

Meskipun kedai kopi UMKM menghadapi tantangan dalam hal persaingan dan keterbatasan pengetahuan finansial, terdapat peluang besar untuk memanfaatkan tren konsumsi kopi yang semakin meningkat. Inovasi produk, seperti varian kopi kekinian dan penggunaan bahan-bahan lokal, dapat menjadi diferensiasi yang menarik konsumen. Kedai kopi juga memiliki potensi untuk memanfaatkan teknologi, baik dalam hal pembayaran digital maupun pemasaran digital.

Berdasarkan temuan tersebut, beberapa langkah yang dapat diambil untuk mendukung pengembangan UMKM kedai kopi antara lain. Penguatan komunikasi bisnis, baik dalam bentuk pelatihan barista untuk meningkatkan keterampilan komunikasi persuasif dan layanan pelanggan, serta pelatihan media sosial untuk mengoptimalkan pemasaran digital. Pengembangan produk yang inovatif dan unik, dengan menonjolkan kualitas dan keistimewaan kopi lokal sebagai nilai jual. Pemanfaatan teknologi digital yang lebih maksimal dalam pengelolaan usaha, pembayaran, dan pemasaran.

2. Model Hipotetik

Model pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan literasi finansial pelaku UMKM, terutama di sektor kedai kopi, dengan mengintegrasikan model pelatihan *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship*. Model ini bertujuan untuk membantu peserta tidak hanya menguasai konsep literasi finansial, tetapi juga menggunakan bahasa secara persuasif untuk mendukung promosi dan negosiasi

dalam usaha mereka. Model pelatihan *reciprocal teaching* mengedepankan pembelajaran kolaboratif, di mana peserta saling berbagi pengalaman, meningkatkan keterampilan kognitif, dan mendorong kolaborasi dalam memecahkan masalah keuangan.

Model ini melibatkan beberapa elemen utama, yaitu pengembangan keterampilan komunikasi berbasis bahasa untuk promosi produk, pemahaman konsep literasi finansial, dan penerapan teknologi finansial dalam pengelolaan usaha. Pelatihan ini diharapkan memberikan dampak yang signifikan pada peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan dan komunikasi yang lebih efektif di kalangan pelaku UMKM, sehingga mereka dapat membuat keputusan bisnis yang lebih baik dan memperkuat daya saing usaha mereka.

Skema pelatihan ini mencakup penyampaian materi interaktif, diskusi kelompok, dan refleksi yang memungkinkan peserta untuk belajar secara aktif. Selain itu, model pelatihan ini dirancang dengan fleksibilitas tinggi, memungkinkan peserta untuk mengikuti pelatihan tanpa mengganggu operasional bisnis mereka.

Secara keseluruhan, model pelatihan ini tidak hanya berfokus pada pengembangan keterampilan finansial, tetapi juga memperkuat kemampuan komunikasi dan pemanfaatan teknologi dalam usaha UMKM. Dampaknya diharapkan dapat memperkuat pertumbuhan UMKM secara keseluruhan, meningkatkan keberlanjutan usaha, dan berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal.

3. Pengembangan Model *Reciprocal Teaching* Berbasis *Linguistic Entrepreneurship*

Berdasarkan pengembangan model pelatihan *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship* untuk meningkatkan literasi finansial pada UMKM, dapat disimpulkan bahwa model ini efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta mengenai literasi finansial, khususnya bagi pemilik dan pengelola kedai kopi. Model ini menggabungkan prinsip pembelajaran kolaboratif dengan pendekatan komunikasi bisnis yang berbasis pada *linguistic entrepreneurship*,

membantu peserta untuk mengelola keuangan dan berkomunikasi secara persuasif dalam dunia bisnis.

Melalui tahapan seperti merangkum, bertanya, klarifikasi, dan memprediksi, peserta dapat secara aktif terlibat dalam proses pembelajaran, yang mendorong pengembangan keterampilan berpikir kritis dan pemahaman mendalam tentang konsep finansial. Hasil uji coba yang dilakukan pada tiga iterasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam skor literasi finansial peserta, baik dalam uji terbatas maupun uji luas. Peningkatan ini tidak hanya terlihat dalam aspek pengelolaan keuangan tetapi juga dalam keterampilan komunikasi untuk pemasaran produk dan membangun hubungan dengan pelanggan.

4. Respons Pelibat terhadap Model Akhir

Berdasarkan data yang diperoleh dari pelatihan menggunakan model *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship* untuk meningkatkan literasi finansial pada UMKM, dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini mendapat respons yang sangat positif dari pelatih dan peserta. Mayoritas pelatih (80-100%) memberikan respons yang sangat baik terhadap pelaksanaan pelatihan, terutama pada aspek materi, metode, dan interaksi antarpeserta, dengan sebagian kecil memberikan penilaian "Setuju" pada beberapa poin tertentu. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatih merasa puas dengan kelancaran pelatihan dan interaksi yang terjalin selama proses pembelajaran. Di sisi lain, peserta juga memberikan respons yang sangat positif, dengan 86,7%-96,7% peserta merasa terlibat aktif dalam pelatihan dan puas dengan materi yang disampaikan. Mereka menunjukkan pemahaman yang baik terhadap konsep literasi finansial serta kemampuan komunikasi yang dipelajari. Tidak ada peserta yang memberikan respons negatif, menandakan bahwa pelatihan ini diterima dengan baik.

Selain itu, evaluasi terhadap buku panduan "*Model Pelatihan Reciprocal Teaching Berbasis Linguistic Entrepreneurship*" juga menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Sebagian besar penilai (73,21%) memberikan skor "Sangat Layak" untuk buku panduan ini, sementara sisanya (26,79%) memilih kategori "Layak". Penilaian ini menunjukkan bahwa buku panduan tersebut telah memenuhi

standar yang tinggi dalam penyampaian materi pelatihan. Aspek isi buku panduan memperoleh skor sangat baik (lebih dari 90%), meskipun ada beberapa aspek kecil yang masih dapat disempurnakan, terutama dalam hal penyajian dan bahasa. Secara keseluruhan, pelatihan dan buku panduan ini terbukti sangat efektif dalam meningkatkan literasi finansial dan kemampuan komunikasi pelaku UMKM, dengan keberhasilan yang dapat diukur dari respons positif peserta dan pelatih serta penilaian terhadap buku panduan. Model pelatihan ini dapat menjadi acuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM, terutama dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran yang berbasis komunikasi yang efektif.

B. Implikasi

Hasil penelitian mengenai Pengembangan Model Pelatihan *Reciprocal Teaching* Berbasis *Linguistic Entrepreneurship* untuk Meningkatkan Kemampuan Literasi Finansial pada UMKM menunjukkan berbagai implikasi penting yang dapat memberikan kontribusi signifikan dalam berbagai bidang, termasuk dalam ranah pendidikan, pengembangan UMKM. Implikasi yang muncul dari penelitian ini tidak hanya berfokus pada efektivitas model pelatihan itu sendiri dalam konteks tertentu, tetapi juga membuka peluang untuk adaptasi, pengembangan, dan implementasi model ini dalam berbagai konteks pendidikan dan bisnis.

Sebagai contoh, dalam pendidikan, model ini dapat diintegrasikan dalam kurikulum kewirausahaan di berbagai jenjang pendidikan, baik di SMK, perguruan tinggi, maupun program pelatihan non-formal. Dengan memasukkan konsep *linguistic entrepreneurship* yang menggabungkan keterampilan finansial dan komunikasi berbasis bahasa, siswa atau peserta pelatihan dapat lebih siap menghadapi tantangan dunia usaha yang semakin kompetitif. Di sisi lain, dalam konteks pengembangan UMKM, model pelatihan ini memberikan pendekatan praktis yang tidak hanya mengajarkan teori dasar, tetapi juga keterampilan aplikatif yang langsung dapat diterapkan oleh para pelaku usaha untuk mengelola keuangan dengan lebih baik dan memanfaatkan media sosial secara lebih efisien dalam pemasaran.

Lebih jauh lagi, temuan ini dapat mendorong pengembangan kebijakan pendidikan dan pemberdayaan masyarakat yang lebih holistik. Misalnya, kebijakan yang mendukung penyediaan pelatihan berbasis teknologi yang tidak hanya menasar pengelolaan keuangan, tetapi juga meningkatkan kompetensi digital dan komunikasi bisnis bagi masyarakat, khususnya di daerah-daerah yang belum terlalu familiar dengan konsep digitalisasi bisnis. Dalam hal ini, model *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship* dapat menjadi panduan untuk program pelatihan yang lebih menyeluruh dan inklusif, menjangkau berbagai lapisan masyarakat dan menciptakan peluang usaha yang lebih merata.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan model pelatihan *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship* memiliki potensi besar untuk menjadi solusi praktis yang bisa diadaptasi di berbagai konteks pendidikan dan bisnis. Ini juga membuka peluang untuk pengembangan model pelatihan yang lebih inovatif dan kontekstual, yang berfokus pada pemberdayaan individu dengan memberikan mereka tidak hanya keterampilan teknis tetapi juga kemampuan komunikasi yang lebih kuat untuk membangun hubungan dan memajukan bisnis mereka di era digital.

1. Implikasi dalam Pengembangan Model Pelatihan

Temuan penelitian ini memberikan bukti bahwa model *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship* dapat secara efektif meningkatkan kemampuan literasi finansial dan komunikasi bisnis di kalangan pelaku UMKM kedai kopi di Kabupaten Indramayu. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang berbasis pada interaksi aktif, diskusi reflektif, dan praktik langsung lebih efektif dibandingkan dengan metode pelatihan konvensional yang bersifat satu arah.

Salah satu implikasi utama adalah perlunya integrasi antara literasi finansial dengan keterampilan komunikasi bisnis dalam pelatihan kewirausahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi finansial saja tidak cukup untuk memastikan keberhasilan UMKM; pemilik usaha juga harus memiliki kemampuan komunikasi yang kuat untuk pemasaran, negosiasi, dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan.

Mengingat keberagaman karakteristik peserta pelatihan, pengembangan modul berbasis konteks spesifik menjadi hal yang penting. Pelatihan ini harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi UMKM di berbagai daerah, tidak hanya di sektor kedai kopi tetapi juga di industri lain yang membutuhkan literasi finansial dan strategi komunikasi bisnis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dan media sosial memiliki peran penting dalam keberhasilan pelaku UMKM dalam mengelola bisnis mereka. Oleh karena itu, modul pelatihan di masa depan perlu lebih menekankan penggunaan platform digital untuk pencatatan keuangan, pemasaran, dan branding bisnis.

2. Implikasi dalam Peningkatan Literasi Finansial

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah bahwa mayoritas pelaku UMKM kedai kopi belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai manajemen keuangan dan cenderung mengandalkan pengalaman pribadi dalam mengelola usaha mereka. Oleh karena itu, ada beberapa implikasi penting dalam upaya meningkatkan literasi finansial bagi UMKM.

Pelaku UMKM memerlukan pelatihan khusus dalam pemanfaatan aplikasi keuangan digital, seperti QRIS, e-wallet, atau aplikasi pencatatan keuangan sederhana untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi pengelolaan keuangan. Untuk mendukung peningkatan literasi finansial UMKM, diperlukan ekosistem pendampingan berbasis komunitas yang memungkinkan pelaku usaha berbagi pengalaman dan strategi keuangan yang telah mereka terapkan secara langsung.

3. Implikasi dalam Penguatan Komunikasi Bisnis dan *Linguistic Entrepreneurship*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi bisnis memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Penerapan *linguistic entrepreneurship* tidak hanya meningkatkan efektivitas pemasaran, tetapi membangun citra merek “*branding*” dan kepercayaan pelanggan. Beberapa

implikasi yang dapat diambil adalah narasi pemasaran berbasis *storytelling* terbukti lebih efektif dibandingkan strategi promosi berbasis diskon.

Oleh karena itu, UMKM perlu dilatih dalam menggunakan strategi komunikasi berbasis nilai dan pengalaman pelanggan untuk membangun loyalitas merek. Pemanfaatan *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook* sebagai media promosi utama dapat meningkatkan partisipasi pelanggan. Kedai kopi yang menggunakan konten berbasis interaksi, seperti *live streaming* dan *polling*, menunjukkan peningkatan kunjungan pelanggan. Selain pemasaran digital, penggunaan komunikasi bisnis yang lebih persuasif dalam interaksi tatap muka juga perlu ditingkatkan. Barista dan pemilik kedai kopi harus mampu menggunakan bahasa yang lebih profesional, persuasif, dan edukatif dalam menjelaskan produk mereka kepada pelanggan.

C. Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, ada beberapa rekomendasi penting yang dapat dijadikan pedoman untuk penelitian dan implementasi model pelatihan *reciprocal teaching* berbasis *linguistic entrepreneurship* untuk UMKM di masa depan.

1. Perlu dilakukan peningkatan materi pelatihan yang lebih spesifik dalam penggunaan teknologi digital. Hal ini meliputi pengenalan dan pelatihan terkait aplikasi keuangan dan alat pemasaran digital yang lebih efektif. Dengan semakin berkembangnya teknologi digital, UMKM diharapkan dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien, serta memperluas jangkauan pemasaran produk mereka melalui platform digital yang mudah diakses. Hal ini dapat mempercepat transformasi bisnis mereka dan meningkatkan daya saing di pasar global.
2. Perlu adanya pengembangan modul pelatihan yang lebih terintegrasi dengan konteks lokal. Dalam pelatihan ini, meskipun sudah disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM. Namun, perlu ada penyesuaian lebih lanjut dengan tantangan dan kondisi spesifik yang dihadapi oleh pelaku usaha di berbagai daerah. Dengan mengintegrasikan konteks lokal, materi pelatihan akan menjadi lebih relevan dan dapat langsung diterapkan oleh peserta, sehingga

hasilnya dapat lebih optimal dan memberikan dampak nyata bagi pengembangan usaha mereka. Misalnya, penekanan pada jenis produk atau pasar yang lebih spesifik dan strategi yang dapat diterapkan di lingkungan yang berbeda akan membuat pelatihan lebih aplikatif.

3. Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam mengenai pengaruh model pelatihan ini terhadap perkembangan bisnis jangka panjang. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengevaluasi keberlanjutan model pelatihan ini dan dampak ekonomi yang dihasilkan setelah pelaku UMKM mengikuti pelatihan ini. Penelitian lanjutan bisa mencakup studi kasus yang lebih luas, di mana pelatihan ini diterapkan dalam jangka waktu yang lebih panjang untuk mengukur efek nyata terhadap pertumbuhan bisnis, seperti peningkatan pendapatan, pengelolaan biaya yang lebih baik, dan daya saing usaha di pasar lokal maupun global. Ini juga termasuk pengukuran dampak pelatihan terhadap kemampuan peserta dalam mengambil keputusan finansial yang lebih baik dan lebih strategis