

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan cara pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi pada penggerak iqtishadiyah (ekonomi) KAMMI di Wilayah Banten, mengenai pola komunikasi gerakan tarbiyah Iqtishadiyah KAMMI wilayah Banten maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Pola Komunikasi pada Organisasi KAMMI Wilayah Banten.

- a. Pola Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal yang terjadi dari atasan ke bawahan berjalan dengan lancar, secara timbal balik dan terus menerus. Yang memberikan pesan berupa pengarahan, perintah, indoktrinasi, inspirasi dan evaluasi. Yaitu Ketua umum memberikan panduan arahan kerja kepada setiap bidang, untuk menjalankan amanahnya satu periode kepengurusan, melalui rapat BPH (Badan Pengurus Harian). Juga membina dan mengarahkan ketua bidang dalam menjalankan amanahnya, memberikan pembinaan dan arahan dalam masalah program kerja bidang yang dapat di selesaikan bersama, melalui rapat evaluasi bersama ketua umum.

b. Pola Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal yaitu adanya pola komunikasi yang dijalankan oleh ketua bidang dengan ketua bidang yang lainnya yang masih dalam kedudukan hirarki yang sama. Seperti halnya bidang ekonomi dengan bidang humas saling bertukar pikiran membahas permasalahan yang terjadi di setiap bidang. Bidang ekonomi dan bidang humas kemudian saling bekerja sama dalam memecahkan permasalahannya. Dan pola komunikasi ini digunakan untuk bertukar pikiran dan juga berbagi informasi untuk pemecahan suatu masalah di masing-masing bidang, dari pola komunikasi ini menghasilkan sebuah keterbukaan antara pengurus lainnya dan memudahkan, menamjalin komunikasi antara bidang satu dan bidang yang lainnya.

c. Pola Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal dengan menjalankan komunikasi antar ketua bidang dengan anggota bidang dalam satu bidang, yang berguna untuk memecahkan permasalahan-permasalahan yang ada dalam bidang tersebut juga mempererat jalinan komunikasi ketua bidang dan anggota bidangnya, sehingga terjalin komunikasi yang bagus dan memudahkan pekerjaan antara bidang juga membangun semangat kerja antara ketua dan anggota bidang agar program bidang dapat terlaksana dan berjalan dengan sesuai tujuan. Seperti

halnya merumuskan beberapa program kerja bidang yang akan di laksanakan satu kepengurusan kedepannya bersama ketua bidang dan staf atau anggota bidangnya.

2. Pola Komunikasi Gerakan Tarbiyah Iqtishadiyah KAMMI Wilayah Banten.

a. Pola Komunikasi Satu Arah

Dalam kegiatan program iqtishadiyah KAMMI Banten, pola komunikasi bidang ekonomi memberikan informasi kepada para kader (komunikasikan) tanpa adanya umpan balik (*feed back*) dari kader. Dalam pola komunikasi satu arah, penyampaian informasi ini juga memberikan penekanan secara tidak langsung pada kader atau komunikasikan untuk mengikutinya. Seperti halnya sistem perolehan keuangan KAMMI yang diatur dalam Mukhtamar XI KAMMI dan Panduan Kerja Wilayah KAMMI Banten yakni mengkoordinir iuran anggota bersama bendahara daerah dan komisariat, juga program penjualan produk dilakukan dengan membuka stand atau lapak pada agenda KAMMI wilayah, daerah, maupun komisariat di Banten, penjual (komunikasikan) ini hanya dengan menuliskan harga satuan barang yang dijual tersebut tanpa menemui pembeli atau komunikasikan tersebut. Hal ini termasuk dalam pola komunikasi satu arah dimana komunikasikan hanya bertindak sebagai pendengar saja.

b. Pola Komunikasi Dua Arah (*two way trafic communication*)

Pada kegiatan iqtishadiyah dalam pola komunikasi dua arah informasi yang disampaikan kepada komunikan dapat menimbulkan umpan balik. Program-program di sini banyak dilakukan dalam media sosial, dengan memperlihatkan pamflet atau gambar-gambar, dan video-video yang menarik perhatian informan. Seperti halnya program BUMW (Badan Usaha Milik Wilayah), program ini pasarkan melalui proses komunikasi dengan penjual (komunikator) ini mensosialisasikan atau memperlihatkan dagangannya secara langsung maupun lewat media sosial kemudian konsumen atau komunikan merespon hal tersebut dengan membangun komunikasi menanyakan harga maupun yang lainnya. Dengan hal ini proses pola komunikasi dua arah terjadi. Proses produsen mensosialisasikan dagangannya dan konsumen menanggapi untuk membeli menghasilkan pola komunikasi dua arah.

c. Pola Komunikasi Multi Arah

Dalam program kegiatan iqtishadiyah pada pola komunikasi multi arah yang di mana informasi yang disampaikan memicu untuk terjadinya umpan balik dan juga lebih aktif dalam menanggapi sebuah informasi karena komunikan satu dan yang lainnya dapat bertukar pikiran juga menemukan sosolusi

dalam satu permasalahan. Seperti halnya program inspirasi bisnis dan jaulah kewirausahaan, program ini dilaksanakan dengan cara seminar ataupun diskusi seputar kewirausahaan. Proses komunikasi ini komunikator memberikan informasi-informasi seputar tema seminar kemudian timbul rasa penasaran dari pendengar lalu komunikasikan satu dan komunikasikan lainnya menanggapi dengan pertanyaan maupun tanggapan yang memicu terjadinya pola komunikasi multi arah ini.

Pola komunikasi dari pola komunikasi gerakan tarbiyah iqtishadiyah disimpulkan bahwa pola komunikasi dua arah lebih efektif digunakan dalam kegiatan Iqtishadiyah. Dalam proses komunikasi kegiatan iqtishadiyah dapat menghasilkan kokoh berpenghasilan dengan penjualan produk oleh produsen atau pelaku ekonomi kepada konsumen.

3. Dampak Iqtishadiyah (Ekonomi) terhadap Pencapaian KAMMI Banten.

Selanjutnya ditemukan bahwa dari tiga pola komunikasi gerakan tarbiyah iqtishadiyah tersebut adanya dampak iqtishadiyah (ekonomi) terhadap pencapaian KAMMI Banten. Dimana ada beberapa dampak terhadap pencapaian KAMMI Banten ini, yaitu :

- a. Membantu pemasukan keuangan KAMMI Banten yang akan dialokasikan sesuai dengan pos-pos yang ditempatkan.

Yang membantu pemasukan dalam memenuhi kebutuhan KAMMI Banten yakni diperoleh dari uang pangkal, iuran anggota, wakaf, zakat, infaq, shadaqah, dan usaha-usaha halal yang dikelola KAMMI serta sumbangan-sumbangan lain yang halal, tidak mengikat dan tidak melanggar hukum

- b. Membentuk kader KAMMI Banten yang mempunyai jiwa entrepreneurship.

Tarbiyah iqtishadiyah tersebut, pembelajaran yang didapat dari setiap kegiatan-kegiatan bidang ekonomi KAMMI di Wilayah Banten seperti dengan seminar dan diskusi-diskusi kewirausahaan (entrepreneurship), juga program bisnis usaha yang diadakan KAMMI agar sebagai pembelajaran memulai usaha. Seperti pengelolaan buku mantuba, atribut KAMMI, snack ringan atau pun makanan, juga baju dan perlengkapan yang di butuhkan. Menjadi penunjang pembelajaran iqtishadiyah.

- c. Sebagai identitas KAMMI.

Kegiatan iqtishadiyah KAMMI di wilayah Banten ini juga dapat membentuk citra, identitas yang menggambarkan KAMMI itu sendiri, dengan pejualan atribut KAMMI kepada kader-kader KAMMI seperti PDH juga jaket KAMMI yang digunakan dalam setiap pertemuan, aktifitas atau kegiatan formal maupun non formal KAMMI.

d. Sebagai langkah kemandirian ekonomi kader KAMMI.

Pembelajaran, tarbiyah iqtishadiyah dalam kegiatan bidang ekonomi yaitu Inspirasi Bisnis (seminar atau diskusi Kewirausahaan), BUMW (Penjualan atribut KAMMI, Penjualan Produk makanan, baju dan lain-lain), Jaulah Kewirausahaan. Program yang dapat menginspirasi kader mau khususnya.

B. Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang dilakukan pada penggerak iqtishadiyah (ekonomi) KAMMI di Wilayah Banten, maka penulis bermaksud memberikan saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat untuk perbaikan iqtishadiyah (ekonomi) khususnya KAMMI Banten ke depannya. Adapun saran tersebut antara lain :

1. Diharapkan dari penelitian yang telah dilakukan, bahwa pola komunikasi antara ketua umum, ketua bidang, dan anggota dapat berpengaruh secara terus-menerus terhadap kelangsungan komunikasi organisasi. Baik dilihat dari karakter, sikap, dan sifat ketua maupun anggota sehingga dapat berkomunikasi dengan efektif dan mencapai tujuan bersama.
2. Diharapkan KAMMI Wilayah Banten dapat menyediakan wadah jasa untuk memudahkan komunikasi bidang ekonomi KAMMI Daerah dan komisariat seperti marketplace dalam menunjang ke efektifan dan terorganisir di marketplace tersebut untuk para kader agar usaha-usahanya dapat terpusat juga terkoordinir dengan baik.

3. Diharapkan dapat membangun komunikasi yang baik terhadap ketua bidang ekonomi terdahulu dan yang sedang menjalankan dalam program kerja usaha-usaha yang dibuat dapat konsisten dalam pengelolaan usahanya agar setiap pergantian kepengurusan setiap bidang tidak kebingungan lagi menjalin komunikasi kembali dengan pihak lain, juga mempersiapkan usahanya dari awal, dengan itu keterhambatan iqtishadiyah dalam organisasi membuat penghasilan yang tidak menetap.
4. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah bahan literasi bagi bidang ekonomi KAMMI wilayah Banten untuk meningkatkan sebuah pemahaman mengenai komunikasi yang sudah terlaksana dengan baik. Serta harapan peneliti yaitu manfaat dan kegunaan penelitian ini bisa menjadi tambahan dari segi pengetahuan, pemaham dan pola komunikasi pada pelaksanaan iqtishadiyah.
5. Kader KAMMI khususnya dalam bidang ekonomi untuk terus menjalin komunikasi pada pelaku bisnis yang sudah berkembang juga mempelajari tarbiyah iqtishadiyah dalam mempertahankan penghasilan dan cerdas mengelola untuk membantu mengembangkan perekonomian KAMMI di wilayah Banten.