

MENINGKATKAN KETERAMPILAN MANAJERIAL DAN KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH MELALUI KEMAMPUAN KOMUNIKASI UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS BERKELANJUTAN

Tine Yuliantini^[1], Yanto Rami^[2], Hamdan^[3]

^{[1], [2], [3]}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

e-mail: : ^[1]tine.yuliantini@mercubuana.ac.id, ^[2]yanto.ramli@mercubuana.ac.id,

^[3]hamdan@mercubuana.ac.id

Diterima : 01 April; Direvisi : 03 April; Diterbitkan : 02 Mei

ABSTRACT

Effective communication skills play a crucial role in enhancing the performance of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). In the competitive business landscape, MSMEs must articulate their unique value propositions clearly and persuasively to distinguish themselves from competitors. Effective communication aids in building a strong brand presence and attracting customers. Clear and empathetic communication is essential for establishing and maintaining robust relationships with customers, which includes effectively handling queries, addressing concerns, and conveying information about products or services. The urgency of enhancing communication skills within MSMEs lies in the direct correlation between effective communication and improved performance across various aspects of the business. The objective of developing communication skills is to create a communication-centric environment that fosters productivity, innovation, customer satisfaction, and overall success in the competitive market landscape. The aim of this community service is to provide education on communication skills to enhance the performance of MSME participants, thereby promoting the sustainability of their businesses and their competitiveness in the industry.

Keywords: *Communication skill ; Sustainability ; Competitiveness ; Business*

ABSTRAK

Keterampilan komunikasi yang efektif memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam lanskap bisnis yang kompetitif, UMKM harus mengartikulasikan proposisi nilai unik mereka dengan jelas dan persuasif untuk membedakan diri dari pesaing. Komunikasi yang efektif membantu dalam membangun kehadiran merek yang kuat dan menarik pelanggan. Komunikasi yang jelas dan empatik sangat penting untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang kuat dengan pelanggan, yang mencakup penanganan pertanyaan dengan efektif, menangani kekhawatiran, dan menyampaikan informasi tentang produk atau layanan. Urgensi untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dalam UMKM terletak pada korelasi langsung antara komunikasi yang efektif dan peningkatan kinerja di berbagai aspek bisnis. Tujuan dari pengembangan keterampilan komunikasi adalah untuk menciptakan lingkungan yang berfokus pada komunikasi yang mendorong produktivitas, inovasi, kepuasan pelanggan, dan kesuksesan secara keseluruhan dalam lanskap pasar yang kompetitif. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan edukasi tentang keterampilan komunikasi guna meningkatkan kinerja peserta UMKM, sehingga mempromosikan keberlanjutan bisnis mereka dan daya saing mereka di industri. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan dengan sasaran anggota Persatuan Masyarakat Indonesia Pulau Pinang Malaysia PERMAI Penang Malaysia

Kata kunci: *Bullying, Penyuluhan, Pencegahan, Siswa.*

1. PENDAHULUAN

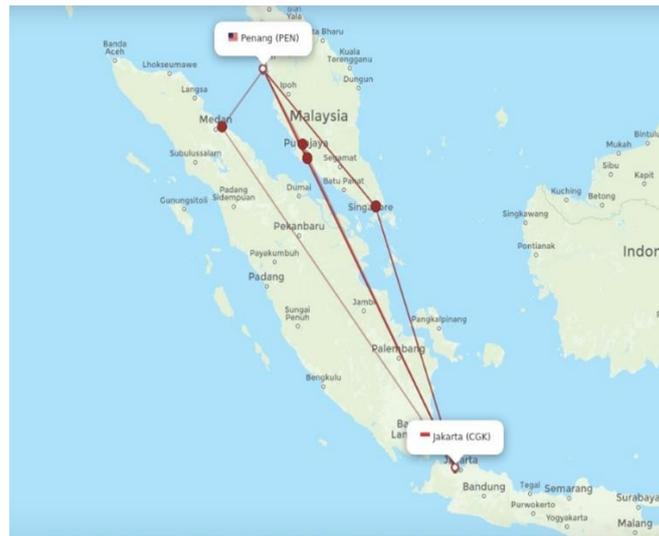
Perusahaan membutuhkan strategi komunikasi yang berupa penggabungan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi yang saling terikat untuk mencapai tujuan mereka. (Kurniawati, 2021) Komunikasi yang efektif juga merupakan urat nadi keberhasilan operasional bisnis, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Perusahaan-perusahaan ini, yang seringkali menjadi tulang punggung perekonomian, menghadapi tantangan unik yang dapat diatasi melalui peningkatan keterampilan komunikasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bidang keterampilan komunikasi menggali analisis situasi mitra, mengidentifikasi permasalahan utama dan mengusulkan solusi untuk memberdayakan UMKM melalui peningkatan komunikasi. Mitra dalam pelaksanaan abdimas ini dalam inisiatif ini adalah komunitas pengusaha yang sebagian besar bergerak di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah yang tergabung dalam asosiasi. Komunitas mitra beragam, mencakup sektor ritel, manufaktur, dan jasa.

Para wirausahawan ini menunjukkan minat yang besar untuk belajar kewirausahaan, terbukti dengan partisipasi mereka dalam kegiatan perekonomian. Komunikasi bisnis tidak hanya bermanfaat bagi pemilik perusahaan atau pengelola perusahaan tetapi juga bagi kelangsungan komersial dan bisnis. Komunikasi bisnis menjadi tolak ukur penting dalam berjalannya suatu perusahaan. Pasalnya, komunikasi bisnis akan menjadi alat dan proses yang tepat untuk mengatasi dan menyelesaikan berbagai permasalahan serius bagi bisnis, baik bagi karyawan, rekan kerja, pelanggan, dan lain sebagainya (Hanh, 2013). Peran Strategi komunikasi yang efektif dan berorientasi pada konsumen sangat krusial dimana tidak hanya meningkatkan penjualan dan pertumbuhan pendapatan tetapi juga membangun loyalitas konsumen yang berharga (Wardani, 2023). Oleh karena itu diperlukan kemampuan komunikasi yang baik dan mumpuni agar segala sesuatu aktivitas bisnis dapat dikelola dengan baik melalui komunikasi bisnis yang baik, keberlangsungan usaha dapat dipertahankan. (Cialdini, 2006). Untuk memberikan analisis yang komprehensif, penulis mengeksplorasi aspek hulu dan hilir bisnis mereka yaitu para pelaku ekonomi UMKM warga Indonesia di Malaysia dimana mereka sangat tertarik untuk terus belajar meningkatkan usahanya. Para pelaku UMKM tergabung dalam asosiasi ini PERMAI Malaysia.

2. ANALISIS SITUASIONAL

1). Keterampilan dan Pelatihan: Menilai keterampilan dan tingkat pemahaman dalam pelatihan yang dimiliki para wirausahawan sangatlah penting. Mengidentifikasi kesenjangan dalam pengetahuan terkait kemampuan komunikasi bisnis pemasaran, dan hubungan dengan pelanggan sangat penting untuk tujuan yang akan ditargetkan.

2). Kegiatan Pengabdian pada masyarakat ini dilakukan di Pulau Pinang Penang Malaysia dengan sasaran mitra para pelaku UMKM yang terganggu dalam asosiasi Pertumbuhan Masyarakat Indonesia (PERMAI).



Gambar 1, Peta Lokasi

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan dalam analisis situasi di atas, solusi yang akan dilakukan adalah memberikan pembekalan kepada audiens agar mereka dapat lebih siap kedepannya dalam mengelola kegiatan bisnisnya melalui kemampuan berkomunikasi dengan tujuan:

- a. Meningkatkan wawasan dan pemahaman tentang keterampilan komunikasi untuk meningkatkan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).
- b. Memberikan kemampuan ketrampilan dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen dan pelanggan.

3. METODE PELAKSANAAN

Lokasi Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di kota Penang, Pulau Pinang, Malaysia untuk masyarakat Indonesia yang tergabung dalam PERMAI (Pertumbuhan Masyarakat Indonesia).

Tujuan Sasaran Sasaran dalam kegiatan ini adalah untuk berbagi sosialisasi keterampilan komunikasi kepada peserta, dan metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan ini berupa pelatihan. Para peserta akan diundang untuk datang dalam pertemuan langsung.

Tujuan Kegiatan Kemampuan keterampilan komunikasi di kalangan pengusaha UMKM memiliki implikasi yang signifikan untuk kesuksesan jangka panjang dan keberlanjutan. Komunikasi yang efektif berperan sebagai katalis fundamental untuk membina hubungan strategis, memastikan ketahanan organisasi, dan mendorong inovasi dalam lanskap bisnis yang dinamis. Manfaat multifaset dari keterampilan komunikasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Keterlibatan Pemangku Kepentingan dan Pembinaan Hubungan: Keterampilan komunikasi yang mahir memungkinkan pengusaha UMKM untuk berinteraksi dengan beragam pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, pemasok, investor, dan badan regulasi. Membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan ini sangat penting untuk kolaborasi jangka panjang, membangun kepercayaan, dan kemitraan yang saling menguntungkan.
2. Penentuan Posisi Pasar dan Citra Merek: Komunikasi yang jelas dan menarik memungkinkan pengusaha UMKM untuk mengartikulasikan proposisi nilai, keunggulan kompetitif, dan identitas merek mereka. Pesan yang konsisten dan efektif berkontribusi pada persepsi merek yang positif, diferensiasi di pasar, dan pembentukan posisi pasar yang menguntungkan dalam jangka panjang.

3. Adaptasi terhadap Perubahan Pasar: Dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang, komunikasi yang efektif memfasilitasi penyebaran informasi terkait tren pasar, preferensi konsumen, dan dinamika persaingan. Pengusaha dengan keterampilan komunikasi yang kuat dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan, membuat keputusan yang terinformasi, dan memposisikan UMKM mereka untuk tetap relevan secara berkelanjutan (Azhary at el, 2023)

Tahapan atau langkah-langkah pelaksanaan layanan

Sosialisasi tentang keterampilan komunikasi untuk UMKM demi keberlanjutan bisnis dan keunggulan kompetitif, menggunakan metode pendekatan pembelajaran yang berfokus pada pendampingan dan berbagi cara berkomunikasi yang dapat menguasai teknik komunikasi yang efektif. Penguasaan keterampilan komunikasi oleh pengusaha UMKM adalah kebutuhan strategis untuk kelangsungan hidup jangka panjang. Hal ini mencakup setiap aspek operasi bisnis, mulai dari membangun hubungan yang bermakna hingga menghadapi tantangan dan mendorong inovasi. Sebagai alat yang sangat diperlukan untuk kesuksesan organisasi, komunikasi yang efektif menjadi dasar untuk mempertahankan kemakmuran dan kemampuan beradaptasi dalam lanskap bisnis yang dinamis. Oleh karena itu, sosialisasi disampaikan melalui manajemen pengetahuan, produk, dan literasi tentang kemampuan berkomunikasi dengan kegiatan dalam bentuk ceramah dan diskusi kelompok di kalangan pemilik usaha mikro Indonesia yang berdomisili di Penang, Malaysia dan anggota Pertubuhan Masyarakat Indonesia di Pulau Pinang Malaysia (PERMAI Penang Malaysia).



Gambar 2. Langkah-langkah Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dari kegiatan pengabdian masyarakat bersama ini dilakukan pada akhir acara dan membuka sesi diskusi. Selanjutnya, pembinaan akan dilakukan secara berkala dua kali dalam setahun melalui pertemuan umum yang dapat dilakukan secara daring atau luring.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 28 April 2024 di Penang, Malaysia, dengan peserta sebanyak 50 orang yang terdiri dari para praktisi UMKM. Kegiatan menggunakan metode eksposisi materi melalui presentasi yang disampaikan oleh narasumber yaitu dosen Universitas Mercu Buana Fakultas Ekonomi dan Bisnis program Manajemen. Masing-masing narasumber memaparkan materinya sesuai dengan bidangnya masing-masing. Untuk materi presentasi yang diberikan pada saat kegiatan, silakan klik tautan berikut :

<https://docs.google.com/presentation/d/1Z1eeBHgCmXKU4XzptmypoNxUNW07m-M/edit#slide=id.p1>

Proses sosialisasi dilanjutkan dengan interaksi aktif dengan peserta berupa tanya jawab dan diskusi dimana interaksi ini penting untuk membangun sikap profesional masyarakat yang terfokus, yang nantinya dapat digunakan untuk menggambarkan pentingnya Pendampingan Penyuluhan dalam berbagai tema dengan tujuan yang sama yaitu sosialisasi tentang keberlangsungan bisnis . Tim memperhatikan perbedaan tingkat pendidikan masyarakat dan mencoba menjelaskannya dengan bahasa yang sederhana

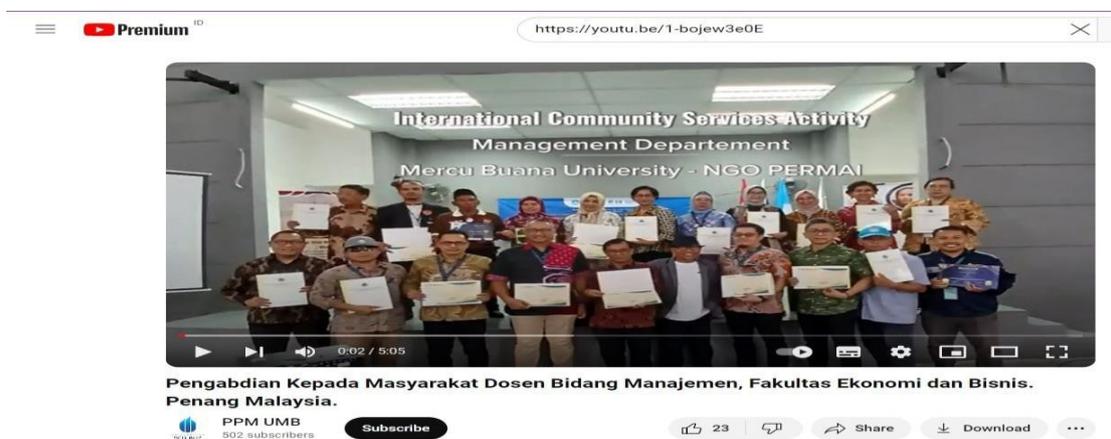
sekaligus berusaha menciptakan keintiman emosional agar proses penyampaian materi tersampaikan. Kondisi ini harus diantisipasi dengan memberikan semacam penyuluhan dengan persentase praktik yang mudah dipahami dengan menunjukkan penerapan yang harmonis pada saat memberi ceramah. Dibawah ini adalah berita online dan video hasil pelaksanaan

- <https://indoposco.id/nasional/2024/02/01/umb-lakukan-pengabdian-masyarakat-di-malaysia>



Gambar 3. Berita Online

- channel Youtube PPM: <https://youtu.be/1-bojew3e0E>



Gambar 4. Chanel Youtube PPM



Gambar 5. Foto Kegiatan

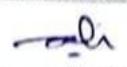
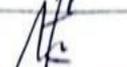
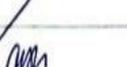
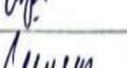
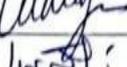
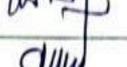
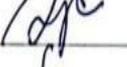
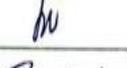
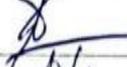


Gambar 6. Foto Kegiatan



DAFTAR HADIR
PROGRAM PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

HARI/TANGGAL: Minggu/28 Januari LOKASI: _____

NO	NAMA	TELEPON	INSTANSI	TANDATANGAN
1	Ali Hanafiah	085216138282	UMB	
2	Suprpto Astro	082299082349	UMB	
3	Tine Yulianhi		UMB	
A	Abuya Pratana		UMB	
5	Moch. Soelton	087871899339	UMB	
6	Agus Ariyanto	08118116076	UMB	
7	Eatur Widayati	081513079873	UMB	
8	Indra Siswanti	088801142664	UMB	
9	Sri Marti Pramudena	087820292500	UMB	
10	DUDI PERMATA	08127571072	UMB	
11	Lenny Ch N	0813338054 33	UMB	
12	Augustina Kurniasih	081218151242	UMB	
13	Arief Rowo Prayoga Kusno	0818478669	UMB	
14	Prof. Dr Djirmanua	08111566389	UMB	
15	Eri Morlapa	081388372792	UMB	

Gambar 7. Daftar Hadir

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema kemampuan berkomunikasi berhasil dilaksanakan dengan sejumlah hasil positif yang signifikan. Melalui pelatihan dan sosialisasi keterampilan komunikasi, peserta, yang merupakan pengusaha UMKM, mengalami peningkatan wawasan dan pemahaman yang substansial mengenai pentingnya komunikasi efektif dalam bisnis.

1. Peningkatan Wawasan dan Pemahaman: Peserta memperoleh pengetahuan mendalam tentang teknik komunikasi yang efektif, yang membantu mereka dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis. Ini sangat penting untuk menciptakan kolaborasi jangka panjang dan kepercayaan dalam hubungan bisnis mereka.
2. Peningkatan Kinerja UMKM: Dengan keterampilan komunikasi yang lebih baik, peserta mampu meningkatkan kinerja bisnis mereka. Mereka belajar bagaimana menyampaikan proposisi nilai, diferensiasi produk, dan identitas merek dengan lebih jelas dan menarik, yang berkontribusi pada citra merek yang positif dan posisi pasar yang lebih baik.
3. Pembinaan Berkelanjutan: Untuk memastikan keberlanjutan hasil yang dicapai, pembinaan akan dilakukan secara berkala dua kali dalam setahun melalui pertemuan umum, baik secara daring maupun luring. Ini akan membantu peserta terus memperbarui dan memperdalam keterampilan komunikasi mereka sesuai dengan perkembangan terbaru di bidang bisnis

DAFTAR PUSTAKA

- Azhary. Meyra Rizky , Agung. Muhammad, Prahaski. Nabila, Ulin. Tuti Tri Dan Suhairi (2023) Strategi Dan Peran Komunikasi Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Era Digital. Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Vol.2, No.4 Oktober 2023. Doi: <https://doi.org/10.30640/Inisiatif.V2i4.1442>
- Cialdini Rb. Influence: The Psychology Of Persuasion. New York: Harper Business; 2006.
- Gallo C. Talk Like Ted: The 9 Public-Speaking Secrets Of The World's Top Minds. New York: St. Martin's Griffin; 2014
- Heath C, Heath D. Made To Stick: Why Some Ideas Survive And Others Die. New York: Random House; 2007
- Hanh Tn. The Art Of Communicating. New York: Harper One; 2013
- Kurniawati, L. (2021). Strategi Digital Marketing Dan Komunikasi Bisnis Untuk Entrepreneur Pemula Di Indonesia. Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton, E-Issn: 2655-2906, P-Issn: 2460-5697 7(3), 371-391. <https://doi.org/10.35326/Pencerah.V7i3.1291>
- Maxwell Jc. Everyone Communicates, Few Connect: What The Most Effective People Do Differently. New York: Harpercollins Leadership; 2010
- Patterson K, Grenny J, Mcmillan R, Switzler A. Crucial Conversations: Tools For Talking When Stakes Are High. New York: Mcgraw-Hill Education; 2002.
- Stone D, Patton B, Heen S. Difficult Conversations: How To Discuss What Matters Most. New York: Penguin Books; 1999
- Wardani, Surti (2023) Analisis Strategis Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kinerja Ekonomi Perusahaan. Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik Vol 1, No.2, Agustus 2023, Pp. 76-80 Issn2986-3465