

PELATIHAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI KOMUNIKASI PADA PELAKU UMKM KABUPATEN SUMEDANG

Lusy Mukhlisiana^{1*}, Martha Tri Lestari² dan Amalia Djuwita³

¹²³Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Jl.
Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

*E-mail: lusymj@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Komunikasi merupakan sebuah kompetensi yang mutlak harus dikuasai oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dalam proses bisnis, komunikasi memegang peranan penting baik internal maupun eksternal sebagai adaptasi ke arah digital di dalam untuk bisnisnya. Pemanfaatan berbagai *platform* komunikasi internal akan sangat bermanfaat untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Begitu pula dengan komunikasi eksternal, tentunya pemanfaatan berbagai media akan sangat membantu mengembangkan bisnis, menjangkau jejaring yang luas, dan pada akhirnya akan bermuara pada keberhasilan pemasaran yang tentunya akan meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan para pelaku UMKM. Pelatihan ini dilaksanakan dalam dua tahap. Pertama, dosen menyampaikan materi terkait keterampilan komunikasi dan kemudian praktik *public speaking* secara langsung oleh masyarakat sasaran. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Telkom ini sepenuhnya mendukung para pelaku usaha mikro di Kabupaten Sumedang agar dapat melakukan proses komunikasi, dimana mereka dalam kesehariannya harus menyampaikan pesan agar sampai kepada lawan bicara mereka. Berdasarkan survei yang dilakukan, program pelatihan ini berhasil memenuhi kebutuhan masyarakat sasaran akan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan khusus dalam mengembangkan kompetensi komunikasi dalam proses bisnis mereka.

Kata Kunci: *Kompetensi komunikasi, Pengabdian kepada Masyarakat, Pelaku UMKM*

1. Pendahuluan

Seluruh universitas di Indonesia mewajibkan para tenaga pendidik untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk dedikasi untuk pembangunan nasional (Zuriah et al., 2016). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kepada pelaku UMKM sebagai masyarakat sasaran.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu peran besar masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pembangunan ekonomi. Dalam perekonomian nasional, peran UMKM adalah penting dan strategis (Sarfiyah et al., 2019). Dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia, UMKM merupakan unit dengan proporsi sebesar 99,99% atau sebanyak 56,54 juta unit. Dalam perekonomian di Indonesia, UMKM telah mampu membuktikan eksistensinya (Suci, 2017).

UMKM menyediakan lapangan kerja bagi pencari kerja lokal (Sedyastuti, 2018) dan berdasarkan hasil pengamatan, UMKM Kabupaten Sumedang telah menyerap sejumlah besar tenaga kerja yang juga memegang peranan penting dalam distribusi pendapatan bagi kelompok marginal dan mengurangi kemiskinan. Selaras dengan tujuan Rencana Strategis Dinas Koperasi UKM Kabupaten Sumedang, Universitas Telkom melalui tim Pengabdian kepada Masyarakat mendukung upaya peningkatan kualitas UMKM serta kebijakan mereka dalam pemberdayaan dan

pengembangan usaha mikro. Salah satunya adalah dengan mengadakan pendampingan secara berkala kepada para pelaku usaha mikro yang berada di bawah pendampingan Dinas KUKM Kabupaten Sumedang.

Terdapat sebanyak 18.621 UMKM di Kabupaten Sumedang sebanyak dengan lapangan usaha antara lain; 1). Pertanian, kehutanan dan perikanan, 2). Industri pengolahan, 3). Penyedia akomodasi dan makan minum, 4). Penyedia jasa kesehatan, sosial, dan jasa lainnya., 5). Perdagangan besar, eceran, perbengkelan (reparasi motor dan mobil). Namun berdasarkan data, terjadi pelambatan pelambatan sektor ekonomi di Indonesia dengan berbagai turunannya akibat pandemi covid 19 (Arianto, 2020). Hal ini dapat dilihat berdasarkan data bahwa pada triwulan pertama tahun 2020 saat awal terjadinya pandemi, hanya 62,7% atau sebanyak 11.638 UMKM yang aktif di Kabupaten Sumedang. Hal ini terjadi karena masalah-masalah yang teridentifikasi terjadi pada saat pandemi setelah pembatasan sosial (*social distancing*) antara lain ; menurunnya penjualan/ permintaan pelanggan, sulitnya pengadaan bahan baku, penurunan modal, produksi terhambat dan juga hambatan pada distribusi barang.

Selain strategi pemasaran produk yang tepat, kompetensi komunikasi juga menjadi fokus penting dalam meningkatkan bisnis pelaku UMKM (Setiawati et al., 2018). Banyak pelaku

UMKM mengalami hambatan dalam berkomunikasi dan mengajak calon pembeli, investor, atau pemerintah untuk bekerja sama dengan bisnis yang sedang mereka kembangkan saat ini. Dengan demikian, tentu pelaku UMKM dituntut untuk menguasai kompetensi komunikasi ditambah dengan kemampuan berbicara di depan publik yang menarik agar mampu menjangkau target sasaran yakni pelanggan atau calon pelanggan dengan baik. Bila dikuasai dengan baik, maka hal ini akan mendorong produk yang diolah dan dihasilkan UMKM akan lebih banyak diketahui oleh masyarakat luas hingga pada akhirnya dapat menjangkau target konsumen mereka secara tepat.

Pelatihan ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain; (1) mitra akan lebih mampu mengenal siapa khalayaknya; (2) meningkatkan rasa percaya diri dalam mengemukakan gagasan (3) mitra akan lebih mudah menyusun pesan dengan baik; (3) mitra akan lebih mudah untuk mengelola komunikasi dengan pegawai, calon pelanggan, pelanggan, investor, dan pemerintah untuk keperluan bisnis mereka.

2. Metodologi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam secara tatap muka agar penyampaian materi dan praktik dapat berjalan dengan intensif dan interaktif sehingga diharapkan masyarakat sasaran dapat mempraktikkan secara langsung materi yang telah disampaikan. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 2 sesi dalam empat tahap, yaitu:

1. Pengenalan dasar-dasar mengenai Proses Komunikasi (Minggu-1). Pelatihan disampaikan oleh dosen-dosen Program Studi S1 Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi Bisnis yang memiliki keahlian di bidang Komunikasi, baik teori maupun praktis yang disesuaikan dengan kebutuhan khusus dari para pelaku UMKM.

2. Materi Teknik Komunikasi Efektif dan Praktik (Minggu-2). Kegiatan ini merupakan lanjutan dari pembelajaran dasar-dasar komunikasi yang sudah diberikan sebelumnya, dimana pada minggu kedua ini materi dan praktik lebih fokus pada cara berkomunikasi dengan efektif yang sudah diberikan dan dipraktikkan pada minggu pertama.

3. *Workshop* pemanfaatan berbagai *platform* komunikasi dan praktik (Minggu-3). Pada minggu ketiga ini, mitra sasaran diberikan materi agar dapat fokus mempelajari cara melakukan komunikasi efektif dengan memanfaatkan berbagai *platform* atau media komunikasi yang tersedia.

4. Pelaku UMKM sebagai masyarakat sasaran diharapkan mampu menerapkan materi dan praktik yang telah disampaikan oleh pemateri dalam tahap sebelumnya. Maka pada minggu terakhir ini dilakukan evaluasi dan diskusi dengan mitra mengenai implementasi serta hambatannya.

Setiap tahap dilakukan dalam 2 sesi yakni penyampaian materi dan dilanjutkan dengan praktik langsung oleh pelaku UMKM.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pelatihan Kompetensi Komunikasi ini diikuti oleh 30 orang perwakilan pelaku UMKM Kabupaten Sumedang. Materi disampaikan oleh Dosen Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University.

Mitra berpartisipasi dalam kegiatan ini dengan melakukan praktik langsung. Dengan demikian, tim pengabdian kepada masyarakat lebih mudah mengendalikan jalannya pelatihan pada setiap materi yang diberikan. Hal ini juga dilakukan sebagai jaminan kualitas program Pengabdian kepada Masyarakat ini. Berdasarkan hasil pengamatan, masyarakat sasaran membutuhkan pengetahuan baik teori dan terutama praktik pengembangan kompetensi untuk memperkenalkan hasil produk dan mempromosikan produk olahan mereka. Hasil evaluasi memperlihatkan bahwa masyarakat sasaran terlibat aktif pada setiap pertemuan pendampingan. Hal ini dibutuhkan agar bersama-sama dapat diidentifikasi kebutuhan materi yang sesuai serta berbagai kendala yang dihadapi selama proses pendampingan dilakukan.

Setelah memberikan materi kompetensi komunikasi dan keterampilan *public speaking*, dosen-dosen Telkom University memandu pelaku UMKM peserta pelatihan untuk melakukan praktik secara langsung. Masyarakat sasaran dalam hal ini para pelaku UMKM secara antusias mengikuti praktik dengan baik (Gambar 1).



Gambar 1. Antusiasme peserta pelatihan kompetensi komunikasi

Dari hasil praktik yang akan dilakukan oleh para masyarakat sasaran, dapat disimpulkan potensi keberlanjutan kegiatan yaitu dalam hal penerapan dan evaluasi aktivitas komunikasi dalam proses bisnis UMKM. Masyarakat sasaran, diberi tugas untuk dapat melatih mereka dengan cara

melakukan praktik komunikasi yang direkam dalam bentuk video dan kemudian diberikan arahan berupa masukan dan saran untuk meningkatkan keterampilan berkomunikasi.

Potensi keberlanjutan juga dapat dilihat dari hasil evaluasi yang dilakukan melalui survei kepuasan, kebermanfaat, serta relevansi program dengan masalah yang sedang dihadapi oleh masyarakat sasaran. Hasil survei menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memenuhi kebutuhan masyarakat sasaran untuk meningkatkan kompetensi komunikasi. Survei ini juga menunjukkan antusias masyarakat sasaran mengenai pentingnya pelatihan ini dilanjutkan dalam tahap berikutnya. Selain itu, dalam hasil survei memuat saran dan masukan untuk tim pengabdian kepada masyarakat yang berguna bagi rencana kegiatan serta dalam merumuskan pemecahan masalah masyarakat sasaran pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikutnya. Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat bermanfaat, tepat sasaran serta memberikan dampak yang signifikan terhadap masyarakat sasaran.

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan pelatihan kompetensi komunikasi bagi pelaku UMKM Kabupaten Sumedang adalah bahwa kompetensi komunikasi sangat penting dikuasai pelaku UMKM guna meningkatkan kemampuan mengelola komunikasi berbagai pihak untuk meningkatkan interaksi serta relasi yang pada akhirnya akan berpengaruh secara signifikan pada keberhasilan bisnis mereka. Pelatihan kompetensi komunikasi ini dilakukan dengan penyampaian materi dan dilengkapi dengan praktik secara langsung, serta pendampingan setelah pelatihan selesai. Hasil evaluasi dan survei menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif dalam hal pemahaman pelaku UMKM untuk meningkatkan kompetensi komunikasi, namun keterbatasan waktu menjadi kekurangan kegiatan ini, sehingga diharapkan kegiatan ini dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya dengan durasi waktu pelatihan yang lebih panjang.

5. Referensi

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2).
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*, 4(2).
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Setiawati, S. D., Purba, V., Retnasary, M., Fitriawati, D., & Ngare, F. (2018). Membangun Kemampuan Presentasi Bisnis Sebagai Upaya Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI*, 1(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i2.3896>
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1).
- Zuriah, N., Sunaryo, H., & Yusuf, N. (2016). Guru Dalam Pengembangan Bahan Ajar Kreatif Inovatif Berbasis Potensi Lokal. *Dedikasi*, 13(39).