

Urgensi Komunikasi Bisnis bagi Pelaku UMKM Kota Bandung

Moch. Armien Syifaa Sutarjo ^{1*}, Sri Dewi Setiawati ², Anisa Diniati ³

¹⁻³ Telkom University

*1 mocharmienasyifaas@telkomuniversity.ac.id;

Abstrak

Untuk dapat bersaing di tengah pesatnya persaingan pasar, para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di kota Bandung harus dapat beradaptasi dan berinovasi, tidak hanya pada produk yang ditawarkan namun juga pada cara produk-produk tersebut dikomunikasikan baik itu dalam bentuk promosi maupun pemasaran. Kendala yang sering dihadapi para pelaku UMKM adalah kurangnya keterampilan mereka dalam melakukan komunikasi dalam hal ini komunikasi dalam konteks bisnis sehingga penjualan tidak maksimal. Berangkat dari kebutuhan tersebut, diperlukan pendampingan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) Kota Bandung. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan berkolaborasi dengan Telkom University untuk memberikan pelatihan keterampilan komunikasi bisnis. Kemampuan komunikasi bisnis haruslah dimiliki oleh setiap pelaku UMKM agar dapat mendongkrak promosi dan pemasaran produk-produk mereka. Tim Telkom University hadir untuk menjawab kebutuhan tersebut. Keterampilan komunikasi bisnis yang baik akan berdampak positif bagi usaha mereka seperti pada promosi dan pemasaran, presentasi produk kepada konsumen, dan komunikasi serta kerjasama dengan investor. Dengan mengikuti program yang diselenggarakan dalam kurun waktu yang ditetapkan, diharapkan dapat memberikan dampak yang positif terutama pada peningkatan keterampilan komunikasi bisnis para pelaku UMKM di Kota Bandung.

Kata Kunci: komunikasi bisnis, UMKM, Kota Bandung

Pendahuluan

Di era digital dan era pasca pandemi seperti sekarang ini berbagai sektor industri dari mulai industri besar sampai industri rumahan dihadapkan dengan tantangan yang luar biasa dimana para pelakunya dituntut untuk dapat beradaptasi dan berinovasi. Khususnya bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang harus betul-betul terus memutar otak untuk terus bertahan dan mampu bersaing di tengah pesatnya kompetisi pasar. Seluruh pelaku UKM dituntut untuk dapat berinovasi agar dapat terus mengembangkan usahanya, tak terkecuali para pelaku UMKM di wilayah kota Bandung.

Berbagai upaya dilakukan oleh para pelaku UMKM untuk dapat terus mengembangkan bisnisnya. Namun, di sisi lain mereka dihadapkan kepada beberapa keterbatasan, salah satunya adalah keterbatasan pada kemampuan berkomunikasi mereka terutama pada konteks komunikasi bisnis. Kemampuan berkomunikasi yang

baik dalam hal ini komunikasi bisnis dirasa sangat diperlukan untuk menunjang bisnis mereka. Memberikan potongan harga kepada konsumen tentu tidak cukup, karena diperlukan kemampuan berkomunikasi untuk dapat menyampaikan keunggulan dan perbedaan bisnis yang dimiliki (Setiawati, Sutarjo & Primasari, 2021).

Dengan adanya keterbatasan kemampuan para pelaku UMKM ini pada bidang komunikasi bisnis seringkali menghambat perkembangan bisnis mereka sendiri. Ketika mereka telah berhasil memproduksi sebuah produk atau karya tertentu, mereka menemukan kesulitan bagaimana mengkomunikasikan produk tersebut kepada khalayak dan calon konsumen. Di sisi lain, mereka seringkali kehilangan kesempatan untuk mendapatkan perhatian dari para calon investor dikarenakan kegagalan atau ketidakefektifan komunikasi yang mereka lakukan.

Dengan adanya keterampilan komunikasi yang baik, khususnya dalam konteks komunikasi bisnis, maka hal-hal tersebut dapat teratasi. Dengan adanya pengetahuan dan kemampuan/keterampilan berbicara dan presentasi bisnis yang mumpuni bagi para pelaku usaha mikro, maka sangat memungkinkan produk yang mereka miliki dapat lebih menjangkau masyarakat luas dan bahkan mendapatkan investor-investor dan mitra-mitra untuk bekerja sama.

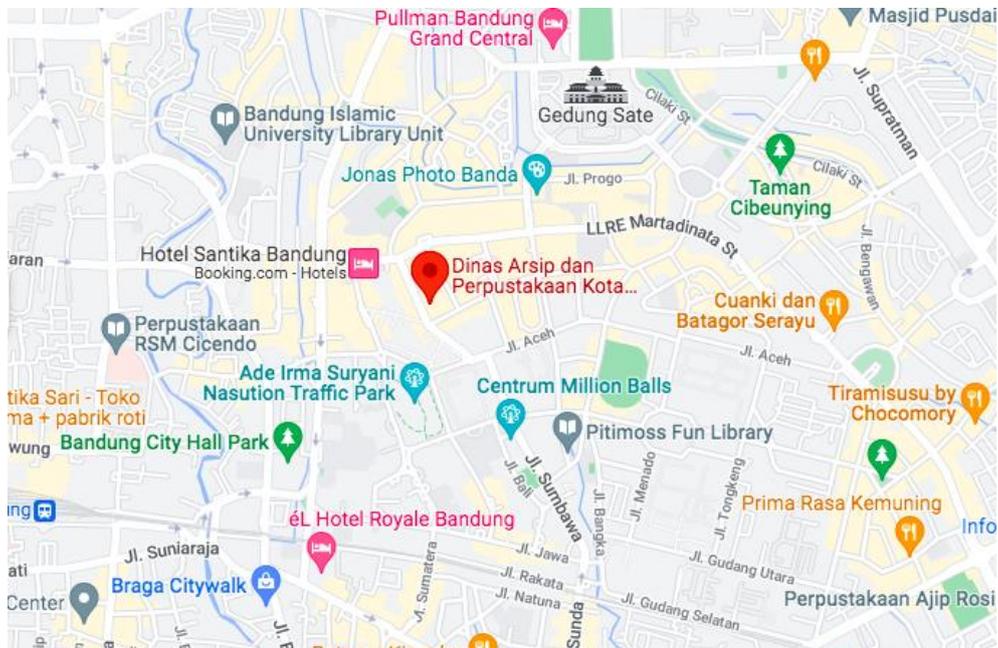
Untuk mendapatkan keterampilan komunikasi bisnis yang baik tentu diperlukan sinergi, kerjasama dan kolaborasi yang baik dengan berbagai pihak. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) Kota Bandung selaku instansi yang secara langsung membina para pelaku usaha kecil dan menengah di wilayah kota Bandung, terus berupaya memberikan pendampingan kepada para anggota binaannya berupa banyak hal terutama dalam bentuk pelatihan-pelatihan.

Sebagai pihak yang berwenang, Dinas KUKM Kota Bandung terus berupaya memberikan pendampingan berupa pengayaan pelatihan-pelatihan kepada para pelaku UKM di wilayah kota Bandung. Dalam hal kebutuhan atas keterampilan komunikasi bisnis, maka Dinas KUKM Kota Bandung perlu menjalin kemitraan dengan pihak-pihak yang memiliki keahlian dan mumpuni dalam bidang komunikasi bisnis. Salah satu mitra potensial yang dapat mengisi kebutuhan tersebut adalah dari institusi pendidikan atau dari para akademisi.

Dalam hal ini, kerjasama dilakukan oleh Dinas KUKM Kota Bandung dengan Telkom University, khususnya dengan program studi Digital public Relations. Bentuk kemitraan yang dilakukan salah satunya berupa Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), dimana kegiatan PKM ini sendiri pada satu sisi merupakan sebuah kewajiban bagi para akademisi untuk dapat terus berbagi dan mengabdikan kepada masyarakat luas. Dengan dijalinnya kemitraan ini dapat menjadi sebuah sinergi antara dua institusi yang kemudian membuahkan hasil yang positif yakni memberikan keterampilan komunikasi bisnis pada para pelaku UKM di kota Bandung.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sendiri dilakukan di Gedung Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung yang terletak di Jln. Seram, No. 2, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat, 40115.



Gambar 1. Peta Letak Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal XXX. Kegiatan pengabdian ini dihadiri oleh sekitar 100 orang peserta yang merupakan para pemilik usaha kecil dan menengah dengan jenis bisnis yang berbeda-beda. Para pelaku UMKM ini sekaligus merupakan binaan dari Dinas KUKM Kota Bandung. Para peserta ini sebelumnya telah melewati proses saringan dan seleksi internal yang dilakukan oleh Dinas KUKM Kota Bandung.

Tahapan-tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Sesi pertama. Para peserta pengabdian ini dibekali berbagai keterampilan melalui rangkaian workshop dan pelatihan yang diberikan oleh para akademisi dari program studi Digital Public Relations, Telkom University. Diawali dengan pemaparan materi dari para dosen.
2. Sesi kedua. Dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan diakhiri dengan simulasi komunikasi bisnis dimana beberapa perwakilan peserta melakukan presentasi produk yang mereka bawa.
3. Sesi ketiga. Diakhiri dengan evaluasi kegiatan dengan melakukan *eliciting*, untuk mengecek pemahaman para peserta terkait materi yang telah disampaikan.

Hasil dan Pembahasan

Dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan ini, para mitra didorong untuk dapat terlibat langsung secara aktif dalam rangkaian kegiatan yang dilaksanakan, sehingga para peserta dapat merasakan secara langsung manfaatnya. Hal tersebut dilakukan dengan secara intens melibatkan para peserta dalam proses pelatihan seperti melakukan sesi tanya jawab, *sharing*, dan dilakukan sesi praktek dimana para peserta diminta untuk melakukan simulasi presentasi bisnis dengan mengenalkan dan mengkomunikasikan produk yang mereka miliki. Setelah melakukan praktek, mereka akan mendapatkan umpan balik dari pameri dan juga komentar serta masukan dari peserta lainnya.

Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya bahwa yang menjadi kebutuhan utama dari mitra ini adalah kemampuan dan keterampilan komunikasi bisnis yang selama ini dirasa menjadi hambatan bagi para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya. Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan dapat memenuhi ekspektasi para partisipan akan kebutuhan mereka pada keterampilan komunikasi bisnis ini. Komunikasi bisnis sendiri merupakan terminology yang merujuk kepada semua pesan yang dikirimkan dan diterima terkait urusan yang sifatnya formal seperti menjalankan sebuah bisnis, manajemen dalam sebuah organisasi dan juga urusan formal lainnya dalam sebuah organisasi (Bisen & Priya, 2009). Lebih lanjut, Bisen dan Priyan menjelaskan juga bahwa keberhasilan sebuah bisnis merupakan andil yang besar dari sebuah komunikasi yang efektif dan efisien.

Di tengah persaingan bisnis yang sangat pesat, setiap pelaku UMKM dipaksa untuk dapat terus berinovasi. Inovasi yang dilakukan tidak hanya pada komoditas atau produk yang mereka hasilkan namun juga pada cara bagaimana mereka mengkomunikasikan produk-produk tersebut. Komunikasi memegang peranan penting dalam mengontrol dan mengarahkan orang-orang dan dapat dilakukan melalui berbagai media (Amiri & Kulkarni, 2015).

Untuk mengkomunikasikan produk-produk yang mereka hasilkan diperlukan kemampuan berkomunikasi dan strategi yang baik. Keterampilan komunikasi bisnis yang baik dapat membantu mereka mengakselerasi beberapa hal, seperti:

1. Promosi dan pemasaran produk
2. Presentasi produk kepada calon konsumen
3. Komunikasi dan kerjasama dengan calon investor

Untuk mencapai itu semua diperlukan kerjasama yang baik dari berbagai sektor; pelaku UMKM, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, akademisi. Masing-masing memiliki peranannya tersendiri. Seperti tergambar pada bagan di bawah ini, Dinas KUKM Kota Bandung sebagai pendamping memiliki tugas untuk membekali dan mendampingi para pelaku UMKM agar tetap bisa eksis dan bersaing. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan menjalin kemitraan dengan berbagai pihak salah satunya dari institusi pendidikan tinggi, dalam hal ini Telkom University.

Telkom University sebagai institusi pendidikan tinggi, memiliki kewajiban Tridharma, salah satunya adalah mengabdikan kepada masyarakat. Telkom University memiliki kewajiban berbagi pengetahuan dan ilmu kepada masyarakat luas. Para pelaku UMKM sendiri memiliki kewajiban untuk terus aktif berinovasi dan meningkatkan kualitas dari segi produk dan pemasaran agar dapat terus bersaing.



Gambar 1. Model Pelatihan Komunikasi Bisnis UMKM Kota Bandung

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan komunikasi bisnis bagi pelaku UMKM dapat memberikan kontribusi dan mengisi kebutuhan para pelaku UMKM dalam hal keterampilan berkomunikasi khususnya pada konteks komunikasi bisnis. Terdapat setidaknya tiga hal dimana kemampuan berkomunikasi dapat sangat menunjang kegiatan bisnis sehari-hari yakni untuk keperluan promosi dan pemasaran produk, untuk presentasi produk kepada konsumen dan juga untuk menjalin komunikasi dan kerjasama dengan investor.

Ucapan Terimakasih

Kegiatan pelatihan ini dapat terselenggara dengan baik tentunya atas dukungan berbagai pihak, yakni Dinas KUKM Kota Bandung sebagai mitra yang telah memberikan akses untuk memberikan pelatihan, para pelaku UMKM Kota Bandung, tim PKM Telkom University yang terdiri dari mahasiswa dan para dosen dan juga tentu Telkom University sebagai institusi pendidikan tinggi sekaligus penyandang dana dalam kegiatan ini. Semoga kerjasama yang telah terjalin dapat terus dijaga dan ditingkatkan.

Referensi

- Amiri, M., & Kulkarni, V.V. (2015). *Significance of Communication in Business*: Indian Streams Research Journal.
- Bisen, V. & Priya. (2009). *Business Communication*. New Delhi: New Age International (P) Ltd., Publishers.
- Setiawati, S. D., Sutarjo, M. A. S., Primasari, I. (2021). Relationship Marketing as a Solution for Culinary SMEs during the Covid-19: *International Journal of Innovative Research in Engineering & Multidisciplinary Physical Sciences*, 9. <https://www.ijirmps.org/research-paper.php?id=882>