

Pelatihan Kemampuan Komunikasi Bisnis dalam Upaya Meningkatkan Penjualan

Moh. Sutoro

Universitas Pamulang, Indonesia
mohsutoro@unpam.ac.id

Received 1 Juni 2024 | Revised 5 Juni 2024 | Accepted 7 Juni 2024

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Kemampuan komunikasi bisnis yang efektif sangat penting dalam dunia kerja, terutama dalam bidang pemasaran. Pelajar jurusan manajemen pemasaran di SMK Al-Amanah Pamulang memerlukan pelatihan praktis untuk meningkatkan keterampilan ini. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pelatihan Kemampuan Komunikasi Bisnis dalam Upaya Meningkatkan Penjualan" dilaksanakan oleh dosen Universitas Pamulang dengan tujuan membekali 48 siswa dengan keterampilan komunikasi bisnis yang efektif. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini meliputi ceramah, diskusi, simulasi, dan role-play untuk memastikan pemahaman dan aplikasi praktis yang optimal. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan komunikasi bisnis peserta, yang diharapkan dapat meningkatkan efektivitas penjualan mereka di masa depan.

Kata Kunci: Komunikasi Bisnis; Pelatihan; Manajemen Pemasaran; Penjualan; SMK Al-Amanah Pamulang

Abstract

Effective business communication skills are very important in the world of work, especially in the marketing field. Students majoring in marketing management at Al-Amanah Pamulang Vocational School need practical training to improve these skills. Community service activities with the title "Business Communication Skills Training in an Effort to Increase Sales" were carried out by Pamulang University lecturers with the aim of equipping 48 students with effective business communication skills. The methods used in this training include lectures, discussions, simulations and role-play to ensure optimal understanding and practical application. The results of this activity demonstrated a significant improvement in participants' business communication skills, which is expected to increase their sales effectiveness in the future.

Keywords: *Business Communication; Training; Marketing Management; Sales; Al-Amanah Pamulang Vocational School*

PENDAHULUAN

Kemampuan komunikasi bisnis yang efektif adalah salah satu keterampilan yang sangat penting dalam dunia kerja, terutama dalam bidang pemasaran (Setiawati, et al., 2018). Dengan komunikasi yang baik, pelaku bisnis dapat lebih mudah meyakinkan pelanggan, membangun hubungan yang kuat dengan klien, dan meningkatkan penjualan

produk atau jasa yang ditawarkan (Amal, 2023). Sayangnya, kemampuan ini sering kali belum sepenuhnya dikuasai oleh para pelajar yang sedang menempuh pendidikan kejuruan, termasuk mereka yang berada di SMK Al-Amanah Pamulang.

SMK Al-Amanah Pamulang adalah salah satu institusi pendidikan yang memiliki program kejuruan manajemen pemasaran. Di

era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, para pelajar di jurusan ini dituntut untuk tidak hanya memiliki pengetahuan teoretis tentang pemasaran, tetapi juga kemampuan praktis yang mumpuni, termasuk kemampuan komunikasi bisnis yang baik (Mukrodi, et al., 2021). Menyadari pentingnya hal tersebut, diperlukan adanya program pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada pelatihan kemampuan komunikasi bisnis bagi para pelajar ini.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pelatihan Kemampuan Komunikasi Bisnis dalam Upaya Meningkatkan Penjualan" ini dirancang untuk memberikan pelatihan praktis kepada para pelajar jurusan manajemen pemasaran di SMK Al-Amanah Pamulang. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk membekali para pelajar dengan keterampilan komunikasi bisnis yang efektif, sehingga mereka dapat mengaplikasikan pengetahuan ini dalam situasi nyata di lapangan dan meningkatkan kemampuan mereka dalam menjual produk atau jasa.

Pelatihan ini akan mencakup berbagai aspek penting dalam komunikasi bisnis, seperti cara berkomunikasi yang persuasif, teknik presentasi yang efektif, penggunaan bahasa tubuh yang tepat, serta cara mengelola dan menjawab pertanyaan dari pelanggan dengan baik. Dengan demikian, para pelajar diharapkan dapat mengembangkan kemampuan komunikasi yang lebih baik dan meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam berinteraksi dengan pelanggan.

Dalam jangka panjang, diharapkan kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan individu para pelajar, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kualitas lulusan SMK Al-Amanah Pamulang secara keseluruhan. Lulusan yang memiliki kemampuan komunikasi bisnis yang baik akan lebih siap menghadapi dunia kerja dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar tenaga kerja. Dengan demikian, program pengabdian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi para pelajar, sekolah, dan juga masyarakat luas.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pelatihan Kemampuan Komunikasi Bisnis dalam Upaya Meningkatkan Penjualan" dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi bisnis bagi para pelajar jurusan manajemen pemasaran di SMK Al-Amanah Pamulang. Metode pelaksanaan kegiatan ini dirancang secara komprehensif dan melibatkan beberapa tahapan penting sebagai berikut:

1. Persiapan

Pada tahap ini, tim pelaksana yang terdiri dari dosen Universitas Pamulang melakukan koordinasi dengan pihak SMK Al-Amanah Pamulang untuk menentukan jadwal, ruang, dan kebutuhan teknis lainnya. Materi pelatihan dan modul disusun secara sistematis sesuai dengan kurikulum yang relevan dan kebutuhan peserta.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dalam beberapa sesi yang terstruktur, dengan total peserta sebanyak 48 siswa. Metode pelatihan yang digunakan meliputi:

- a. **Ceramah (Lecture)** Dosen Universitas Pamulang memberikan penjelasan teori dan konsep dasar komunikasi bisnis, mencakup pentingnya komunikasi dalam pemasaran, teknik komunikasi efektif, dan strategi komunikasi persuasif.
- b. **Diskusi (Discussion)** Sesi diskusi kelompok kecil digunakan untuk membahas studi kasus nyata dan berbagi pengalaman antara peserta. Diskusi ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman materi dan mendorong partisipasi aktif siswa.
- c. **Simulasi (Simulation)** Simulasi dilakukan untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari dalam situasi yang mendekati kondisi nyata. Peserta akan berperan sebagai penjual dan pembeli dalam skenario bisnis tertentu

untuk melatih keterampilan komunikasi mereka.

- d. Role-Play Role-play atau bermain peran dilakukan untuk memperkuat keterampilan komunikasi interpersonal. Dalam sesi ini, siswa berlatih melakukan presentasi produk, menangani keberatan pelanggan, dan negosiasi penjualan.
3. Evaluasi
Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan yang diperoleh oleh para peserta. Evaluasi meliputi tes tertulis, observasi selama simulasi dan role-play, serta kuesioner umpan balik dari peserta.
 4. Tindak Lanjut
Hasil evaluasi dianalisis untuk menentukan efektivitas pelatihan dan area yang perlu ditingkatkan. Tim pelaksana juga memberikan rekomendasi dan materi tambahan yang bisa digunakan oleh guru di SMK Al-Amanah Pamulang untuk melanjutkan pengembangan keterampilan komunikasi bisnis siswa.

Dengan metode pelaksanaan yang komprehensif ini, diharapkan para pelajar jurusan manajemen pemasaran di SMK Al-Amanah Pamulang dapat mengembangkan keterampilan komunikasi bisnis yang efektif dan mampu menerapkannya untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa di masa depan.

HASIL dan PEMBAHASAN

Kondisi Peserta

Kegiatan pengabdian yang diadakan di SMK Al-Amanah Pamulang ini diikuti oleh 48 siswa dari kelas 2 dan kelas 3. Dalam kegiatan tersebut, para siswa berpartisipasi dengan penuh semangat dan antusiasme, menunjukkan kesadaran tinggi akan pentingnya berkontribusi pada masyarakat. Berbagai kegiatan yang dilakukan mencerminkan komitmen mereka untuk memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar sekolah. Program ini dirancang untuk mengembangkan keterampilan

sosial dan kepekaan terhadap masalah-masalah yang ada di masyarakat.

Selain para siswa, kegiatan ini juga dihadiri oleh lima orang guru dari SMK Al-Amanah Pamulang. Kehadiran para guru ini tidak hanya sebagai pendamping, tetapi juga sebagai fasilitator yang memberikan arahan dan bimbingan kepada para siswa. Dengan adanya guru, kegiatan pengabdian dapat berjalan lebih terstruktur dan terarah. Mereka membantu memastikan bahwa setiap aktivitas dilakukan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, sehingga hasil yang dicapai lebih optimal.

Menariknya, mayoritas peserta kegiatan pengabdian ini adalah siswa perempuan. Hal ini menunjukkan partisipasi aktif dan kepedulian yang tinggi dari kalangan siswi terhadap kegiatan sosial. Keterlibatan yang lebih banyak dari siswa perempuan juga memberikan warna tersendiri dalam pelaksanaan kegiatan, di mana mereka menunjukkan kekompakan dan kerjasama yang baik dalam menyelesaikan berbagai tugas dan tantangan selama kegiatan berlangsung.

Para peserta kegiatan ini rata-rata berusia antara 16 hingga 17 tahun. Usia ini merupakan masa remaja di mana mereka berada pada fase yang sangat potensial untuk belajar dan berkembang. Melalui kegiatan pengabdian ini, para siswa tidak hanya memperoleh pengalaman berharga dalam berkontribusi kepada masyarakat, tetapi juga mengembangkan keterampilan interpersonal, kerja sama tim, dan kepemimpinan. Pengalaman ini diharapkan dapat menjadi bekal bagi mereka dalam menghadapi tantangan di masa depan, baik dalam lingkungan pendidikan maupun di kehidupan sehari-hari.

Penyampaian Pelatihan

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema komunikasi bisnis yang diselenggarakan untuk siswa SMK bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam berkomunikasi secara efektif di dunia bisnis. Materi yang disampaikan mencakup berbagai aspek penting

seperti pengenalan dasar komunikasi bisnis, etika dalam berkomunikasi, teknik negosiasi, penyusunan laporan bisnis, dan penggunaan teknologi dalam komunikasi. Dengan pembekalan ini, siswa diharapkan mampu menghadapi berbagai situasi bisnis dengan percaya diri dan profesional.

Metode ceramah digunakan sebagai langkah awal untuk memberikan landasan teori yang kuat kepada para siswa. Dalam sesi ini, pemateri menjelaskan konsep-konsep dasar komunikasi bisnis, termasuk pentingnya komunikasi yang efektif, jenis-jenis komunikasi bisnis, serta peran komunikasi dalam meningkatkan kinerja dan produktivitas perusahaan. Dengan penyampaian yang sistematis dan komprehensif, siswa memperoleh gambaran menyeluruh tentang apa yang dimaksud dengan komunikasi bisnis dan mengapa hal itu krusial dalam dunia kerja (Sitepu & Somangkey, 2023).

Setelah memahami dasar-dasar teori, sesi diskusi diadakan untuk menggali lebih dalam pemahaman siswa serta membahas studi kasus nyata. Dalam diskusi ini, siswa diajak untuk berpikir kritis dan berbagi pandangan mereka mengenai berbagai situasi komunikasi bisnis yang mungkin dihadapi. Interaksi ini mendorong siswa untuk lebih aktif dan terlibat dalam proses pembelajaran, serta membantu mereka mengembangkan kemampuan analitis dan solusi masalah (Widiyanto & Sulastri, 2015).

Simulasi dan role-play adalah metode yang sangat efektif dalam mengajarkan komunikasi bisnis karena memberikan pengalaman praktis kepada siswa. Melalui simulasi, siswa dapat berlatih menyusun dan menyampaikan presentasi bisnis, melakukan negosiasi, dan merespons situasi konflik dengan cara yang konstruktif. Role-play, di sisi lain, memungkinkan siswa untuk memainkan peran-peran tertentu dalam skenario bisnis, seperti menjadi manajer, karyawan, atau klien. Dengan demikian, mereka dapat merasakan dinamika komunikasi bisnis secara langsung dan belajar bagaimana menangani berbagai situasi dengan tepat.

Secara keseluruhan, metode ceramah, diskusi, simulasi, dan role-play memberikan pendekatan pembelajaran yang holistik dan berimbang. Ceramah memberikan dasar teori yang kuat, diskusi mengasah kemampuan analitis, sementara simulasi dan role-play memberikan pengalaman praktis yang sangat berharga. Dengan pendekatan ini, siswa tidak hanya memahami konsep komunikasi bisnis secara teori, tetapi juga mampu menerapkannya dalam situasi nyata, sehingga mereka lebih siap untuk memasuki dunia kerja dengan kompetensi komunikasi yang baik.

Isi Materi Pelatihan

Materi tentang komunikasi bisnis yang mencakup teori dan konsep dasar, pentingnya komunikasi dalam pemasaran, teknik komunikasi efektif, dan strategi komunikasi persuasif sangat penting bagi siswa SMK Al-Amanah Pamulang yang sedang mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing aspek tersebut:

Teori dan Konsep Dasar Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah proses pertukaran informasi antara individu atau kelompok dalam konteks bisnis untuk mencapai tujuan bersama (Pratiwi, et al., 2022). Teori dasar komunikasi bisnis mencakup elemen-elemen seperti pengirim, pesan, saluran, penerima, umpan balik, dan konteks (Martiningtias, et al., 2023). Komunikasi yang efektif memerlukan pemahaman tentang bagaimana menyusun pesan yang jelas dan dapat dimengerti oleh penerima, memilih saluran komunikasi yang tepat (seperti email, rapat, telepon), dan memastikan bahwa ada umpan balik untuk memastikan pesan telah diterima dan dipahami dengan benar. Selain itu, penting untuk memahami hambatan-hambatan komunikasi seperti gangguan (noise) yang bisa mengganggu proses komunikasi.

Pentingnya Komunikasi dalam Pemasaran

Komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam pemasaran. Pemasaran

tidak hanya tentang mempromosikan produk atau jasa, tetapi juga tentang membangun hubungan dengan pelanggan dan menciptakan nilai. Komunikasi yang efektif dapat membantu perusahaan untuk memperkenalkan produk baru, menjelaskan manfaat produk, dan membujuk pelanggan untuk melakukan pembelian (Gandung, et al., 2022). Selain itu, komunikasi yang baik membantu dalam membangun merek (branding), menjaga loyalitas pelanggan, dan menangani keluhan pelanggan dengan efektif. Semua ini memerlukan strategi komunikasi yang terencana dan terstruktur, agar pesan pemasaran dapat disampaikan dengan jelas dan menarik.

Teknik Komunikasi Efektif

Teknik komunikasi efektif mencakup beberapa keterampilan penting yang perlu dikuasai, antara lain:

1. Mendengarkan Aktif: Mendengarkan bukan hanya mendengar, tetapi juga memahami dan memberikan umpan balik yang sesuai.
2. Kejelasan dan Kesederhanaan: Pesan yang disampaikan harus jelas dan tidak berbelit-belit.
3. Konsistensi: Pesan yang disampaikan harus konsisten dengan tujuan dan nilai-nilai perusahaan.
4. Empati: Memahami perasaan dan perspektif orang lain dapat membantu dalam menyampaikan pesan dengan lebih efektif.
5. Non-verbal Communication: Bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan intonasi suara juga memainkan peran penting dalam komunikasi.

Strategi Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif bertujuan untuk mempengaruhi sikap, keyakinan, atau tindakan orang lain (Sutarjo, et al., 2022). Beberapa strategi yang efektif dalam komunikasi persuasif meliputi:

1. Pathos (Emosi): Menggunakan emosi untuk mempengaruhi audiens, seperti melalui cerita yang menyentuh atau visual yang menarik.
2. Logos (Logika): Menggunakan fakta, data, dan argumen logis untuk mendukung pesan.

3. Ethos (Kredibilitas): Membangun kredibilitas dengan menunjukkan keahlian, pengalaman, atau kepercayaan dari pihak ketiga.
4. Social Proof: Menggunakan testimoni atau bukti sosial lainnya untuk meyakinkan audiens.
5. Scarcity: Menunjukkan bahwa sesuatu itu langka atau terbatas untuk menciptakan urgensi.

Dengan memahami dan menguasai teori dasar komunikasi bisnis, pentingnya komunikasi dalam pemasaran, teknik komunikasi efektif, dan strategi komunikasi persuasif, siswa SMK akan lebih siap untuk berkomunikasi dengan baik dalam berbagai situasi bisnis dan mencapai kesuksesan dalam karir mereka.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian tentang komunikasi bisnis yang diikuti oleh siswa kelas 2 dan kelas 3 SMK Al-Amanah Pamulang telah berjalan dengan sukses. Dengan partisipasi aktif dari 48 siswa, didukung oleh lima guru, program ini berhasil memberikan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya komunikasi dalam dunia bisnis. Melalui berbagai metode penyampaian seperti ceramah, diskusi, simulasi, dan role-play, siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teoretis tetapi juga pengalaman praktis yang berharga. Mayoritas peserta yang terdiri dari siswa perempuan menunjukkan antusiasme dan kerjasama yang tinggi, menambah dinamika positif dalam kegiatan ini.

Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan keterampilan komunikasi bisnis para siswa. Penekanan pada teori dasar komunikasi bisnis, pentingnya komunikasi dalam pemasaran, teknik komunikasi efektif, dan strategi komunikasi persuasif memberikan bekal yang kuat bagi siswa untuk menghadapi tantangan di dunia kerja. Pengalaman langsung yang diperoleh melalui simulasi dan role-play memungkinkan siswa untuk mengaplikasikan pengetahuan mereka secara praktis,

membangun kepercayaan diri, dan kesiapan mereka dalam berkomunikasi secara profesional. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif jangka panjang bagi perkembangan karier siswa SMK Al-Amanah Pamulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amal, M. K. (2023). Pelatihan Komunikasi Bisnis Bagi Umkm. *JPM MOCCI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan*, 1(1), 45-51.
- Gandung, M., Suwanto, S., & Sunarsi, D. (2022). Pelatihan Kemampuan Komunikasi bagi Pemuda pada Karang Taruna Kelurahan Kedaung Kota Depok. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(6), 44-48.
- Martiningtyas, C. R., Hermawan, A., Chaniago, N., Baliartati, B. O., & Lestari, N. (2023). Pentingnya Kemampuan Komunikasi Dalam Berwirausaha. *Rural Development For Economic Resilience (RUDENCE)*, 2(2), 79-84.
- Mukrodi, M., Wahyudi, W., Sugiarti, E., Wartono, T., & Martono, M. (2021). Membangun Jiwa Usaha Melalui Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 1(1), 11-18.
- Pratiwi, W. D., Nurfadilah, K. D., & Karim, A. A. (2022). Pelatihan Kemampuan Berbicara Di Depan Umum Bagi Pelaku Umkm Di Desa Muarabaru Kecamatan Cilamaya Wetan Kabupaten Karawang. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(10), 3856-3865.
- Setiawati, S. D., Purba, V., Retnasari, M., Fitriawati, D., & Ngare, F. (2018). Membangun Kemampuan Presentasi Bisnis Sebagai Upaya Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Sitepu, S. N. B., & Somangkey, G. C. (2023). Pelatihan Komunikasi Untuk Meningkatkan Kemampuan Entrepreneurship Siswa SMA Tri Karya Surabaya. *Madaniya*, 4(2), 554-561.
- Sutarjo, M. A. S., Setiawati, S. D., & Diniati, A. (2022). Urgensi Komunikasi Bisnis bagi Pelaku UMKM Kota Bandung. *Abdimas Singkerru*, 2(2), 86-91.
- Widiyanto, S., & Sulastri, S. (2015). Peranan Kemampuan Komunikasi Bahasa Inggris Guna Peningkatan Daya Saing SDM Menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean). *Jabe (Journal Of Applied Business And Economic)*, 2(2), 193-201.