
**PENDAMPINGAN KOMUNIKASI BISNIS YANG EFEKTIF UNTUK
MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN PRIMA USAHA KECIL
MENENGAH PADA SAAT PANDEMI COVID 19**

¹Siti Djamilah, ²Atty Erdiana, ³Surenggono
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
Email : *djamilahsiti@gmail.com

Manuskrip: Mei -2022; Ditinjau: Juni -2022; Diterima: Juli -2022;
Online: Juli-2022; Diterbitkan: Juli-2022

ABSTRAK

Pandemi covid-19 berdampak pada hampir semua sektor kehidupan, termasuk Usaha Kecil Menengah (UKM). Oleh karena itu, UKM perlu menyesuaikan cara bisnisnya termasuk dalam komunikasi bisnisnya. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu pengusaha yang tergabung dalam Asosiasi Usaha Kecil Menengah Amangtiwi Malang untuk menerapkan komunikasi bisnis yang efektif untuk UKM supaya UKM dapat memberikan kualitas layanan prima. Dalam komunikasi bisnis yang efektif dikenal perspektif *You view pointt* yang artinya dalam berkomunikasi mesti mengutamakan penerima pesan (*receiver*). Dengan demikian UKM dalam berkomunikasi, baik lewat tatap muka maupun lewat media tertentu harus memperhatikan atau mengutamakan kebutuhan konsumen atau calon konsumen. Hal tersebut membuat konsumen atau calon konsumen mendapatkan perhatian dari UKM dan secara tidak langsung merasa mendapatkan kualitas layanan yang prima dari UKM. Tahapan pendampingan pengabdian masyarakat dimulai dari pemberian materi tentang jenis komunikasi bisnis, komunikasi bisnis efektif dan kualitas layanan prima. Setelah pemberian materi, pada pertemuan-pertemuan selanjutnya dilakukan evaluasi kegiatan pengabdian pada masyarakat misalnya berupa pendampingan pembuatan iklan dan bentuk-bentuk promosi yang lainnya.

Kata Kunci: Komunikasi Bisnis, Kualitas Layanan Prima, UKM

PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 membuat para pengusaha kecil dan menengah untuk cepat beradaptasi dengan kondisi baru agar kegiatan usahanya tetap berjalan normal. Saat pandemi covid 19 terjadi pembatasan kegiatan masyarakat sehingga mobilitas masyarakat menjadi berkurang. Oleh karena itu, muncul kegiatan-kegiatan masyarakat yang semula secara *offline* (luring) menjadi kegiatan *online* (daring). Pengusaha yang tergabung dalam Asosiasi Usaha Kecil Menengah Amangtiwi Malang perlu beradaptasi dalam komunikasi bisnisnya, baik dalam komunikasi secara *offline* maupun *online*.

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi kepada pihak lain untuk mencapai tujuan tertentu melalui suatu media atau saluran (Purwanto, 2011). Komunikasi bisnis yang berhasil dengan baik, adalah komunikasi yang bisa dilakukan secara efektif sesuai dengan situasi dan kondisi di organisasi bersangkutan. Komunikasi bisnis dalam bentuk *offline* sejak pandemi Covid 19 juga berubah, misalnya dalam komunikasi tatap muka, ada keharusan menggunakan masker, menjaga jarak, mencuci tangan menggunakan sabun, menggunakan sarung tangan ketika bisnisnya merupakan bisnis makanan dan minuman. Kehatihatian dalam melayani konsumen yang datang untuk melakukan pembelian di tempat, membuat konsumen merasa aman dan pada akhirnya menimbulkan kepuasan konsumen. Komunikasi bisnis *online* juga perlu diperhatikan oleh pengusaha kecil dan menengah, contohnya saat mempromosikan produk lewat media massa atau media sosial, saat penjualan secara *online*, saat pengiriman barang, dan lain-lain.

Konsep tersebut sebenarnya merupakan penjaminan kualitas pelayanan prima. Menurut Tjiptono (2004), level mutu dari kegiatan yang diberikan kepada pihak-pihak lain yang meliputi jasa, produk, lingkungan dan proses yang melebihi atau memenuhi harapan konsumen merupakan kualitas pelayanan prima. Pengusaha dapat mengetahui apakah kualitas pelayanan prima atau tidak berdasarkan apakah pelayanan sesuai dengan yang diharapkan konsumen atau tidak seperti harapan konsumen (Parasuraman *et al.*, 1988).

UKM dalam berkomunikasi, baik secara *offline* seperti lewat tatap muka maupun lewat media tertentu (*online*) harus memperhatikan atau mengutamakan kebutuhan konsumen atau calon konsumen. Hal tersebut membuat konsumen atau calon konsumen merasa mendapatkan perhatian dari UKM dan secara tidak langsung merasa mendapatkan kualitas layanan yang prima dari UKM.

Keuntungan kualitas pelayanan prima adalah konsumen melakukan pemakaian (pembelian) ulang, sedangkan calon konsumen akan bersedia melakukan pembelian, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Sebaliknya juga, kualitas pelayanan yang jelek, maka perusahaan dapat mengalami kerugian karena konsumen mungkin akan mencari kualitas pelayanan yang lebih baik (<https://www.gurupendidikan.co.id>).

Berdasar penjelasan di atas, maka kami para akademisi perlu untuk terlibat pada kegiatan pelaku usaha yang terdampak pandemi Covid-19 ini melalui kegiatan Tridarma Perguruan Tinggi dalam bentuk pengabdian pada masyarakat. Adapun tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu pengusaha yang tergabung dalam Asosiasi Usaha Kecil Menengah Amangtiwi Malang untuk menerapkan komunikasi bisnis yang efektif untuk UKM supaya UKM dapat memberikan kualitas layanan prima.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Survey pendahuluan ke obyek kegiatan yaitu Asosiasi Usaha Kecil Menengah Amangtiwi yang beralamat di Jl. Kapi Minda Raya 10.A/24 Sawojajar 2 Malang dilakukan sebagai kegiatan awal pengabdian masyarakat. Pada tahap awal ini, tim pengabdian meminta izin pada pimpinan Asosiasi untuk melakukan kegiatan

pengabdian masyarakat di Amangtiwi. Tim Pengabdian juga mengumpulkan informasi terkait dengan aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tergabung dalam asosiasi ini, khususnya yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi bisnisnya.

Tahap selanjutnya ditetapkan jadwal pendampingan pengabdian pada masyarakat. Pendampingan dimulai dari pemberian materi tentang: jenis komunikasi bisnis, komunikasi bisnis efektif dan kualitas layanan prima. Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi kepada pihak lain untuk mencapai tujuan tertentu melalui suatu media atau saluran. Komunikasi bisnis yang berhasil dengan baik, adalah komunikasi yang bisa dilakukan secara efektif sesuai dengan situasi dan kondisi di organisasi bersangkutan. Dengan komunikasi bisnis yang efektif dapat diperoleh manfaat seperti:

1. Konsumen atau calon konsumen bisa memahami produk Anda
2. konsumen atau calon konsumen tertarik untuk membeli produk Anda
3. Menghasilkan basis pelanggan loyal

Setelah pemberian materi, pada pertemuan-pertemuan selanjutnya dilakukan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat misalnya berupa pendampingan pembuatan iklan dan bentuk-bentuk promosi yang lainnya.



Gambar 1. Anggota Asosiasi UKM Amangtiwi



Gambar 2. Foto Bersama Peserta Penmas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat pada anggota Asosiasi Usaha Kecil Menengah Amangtiwi yang berlokasi di jalan Kapi Minda Raya 10.A/24 Sawojajar 2 Malang dilaksanakan selama 3 bulan yang dimulai pada bulan April 2022. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di hari Sabtu dan berlangsung pada jam 9.30 hingga jam 12.30 wib yang menyesuaikan dengan waktu luang yang dimiliki oleh anggota asosiasi UKM Amangtiwi. Mengingat saat pelaksanaan masih dalam situasi pandemi, maka peserta yang hadir pada kegiatan penmas ini dibatasi hanya sekitar 30 orang. Dalam pelaksanaan acara ini tetap memperhatikan dan menerapkan protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah (memakai masker, menjaga jarak dan mencuci tangan).

Pemberian materi saat pendampingan pengabdian masyarakat antara lain tentang komunikasi bisnis yang efektif yang dikenal dengan perspektif *You view pointt*. Konsep tersebut artinya dalam berkomunikasi mesti mengutamakan penerima pesan (*receiver*). Dengan demikian UKM dalam berkomunikasi, baik lewat tatap muka maupun lewat media tertentu harus memperhatikan atau mengutamakan kebutuhan konsumen atau calon konsumen. Hal tersebut membuat konsumen atau calon konsumen mendapatkan perhatian dari UKM dan secara tidak langsung merasa mendapatkan kualitas layanan yang prima dari UKM.

Kegiatan pendampingan dalam pengabdian masyarakat ini, ini tidak hanya dilakukan satu hari saja, tetapi kegiatan ini berlanjut sesuai dengan permintaan peserta saat pemberian materi komunikasi bisnis. Peserta pengabdian masyarakat memerlukan pendampingan untuk penerapan konsep *You view pointt* seperti saat komunikasi tatap muka perlu mendengarkan apa yang dimaui oleh konsumen atau calon konsumen, bersikap empati dan UKM harus bersedia menjadi pendengar yang baik meskipun itu berupa kritikan, masukan atau keluhan konsumen atau calon konsumen. Pada saat komunikasi secara *online* juga tetap memerlukan konsep *You view pointt*, contohnya saat pembuatan iklan menekankan pada apa yang dibutuhkan konsumen atau calon konsumen pada UKM dan bukan berpusat pada apa yang tersedia di UKM tersebut.

Pendampingan berlangsung selama 4 bulan, sehingga tim pengabdian mempunyai target di tahun 2022, para anggota asosiasi UKM Amangtiwi mampu menerapkan komunikasi bisnis yang efektif sesuai konsep *You view pointt*. Dengan komunikasi bisnis yang efektif dapat diperoleh manfaat seperti: 1) konsumen atau calon konsumen paham produk Anda, 2) konsumen atau calon konsumen tertarik untuk membeli produk Anda, 3) Menghasilkan basis pelanggan loyal. Diharapkan pengabdian masyarakat ini membawa dampak positif bagi usaha UKM yaitu kualitas layanan prima diterima oleh konsumen atau calon konsumen, sehingga berdampak pada keputusan pembelian atau keputusan pembelian ulang. Dengan demikian, akan terjadi kenaikan penjualan produk UKM, sehingga hal ini akan membantu UKM meningkatkan pendapatannya baik di masa pandemi Covid 19 maupun se usai masa pandemi Covid 19 berlalu.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pendampingan komunikasi bisnis yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan prima usaha kecil menengah (UKM) pada saat pandemi Covid 19. Kegiatan ini diikuti oleh sekitar 30 orang anggota Asosiasi Usaha Kecil Menengah Amangtiwi yang beralamatkan di jalan Kapi Minda Raya 10.A/24 Sawojajar 2 Malang.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu pengusaha yang tergabung dalam Asosiasi Usaha Kecil Menengah Amangtiwi Malang untuk menerapkan komunikasi bisnis yang efektif untuk UKM supaya UKM dapat memberikan kualitas layanan prima. Kualitas layanan prima yang diterima oleh konsumen atau calon konsumen diharapkan berdampak pada keputusan pembelian atau keputusan pembelian ulang. Dengan demikian, akan

terjadi kenaikan penjualan produk UKM, sehingga hal ini akan membantu UKM meningkatkan pendapatannya baik di masa pandemi Covid 19 maupun di masa yang akan datang saat pandemi berubah menjadi endemi.

Harapan Tim Pengabdian terhadap UKM yang tergabung dalam Asosiasi Usaha Kecil Menengah Amangtiwi hendaknya selalu berkomunikasi bisnis yang baik dan efektif dengan menerapkan konsep *You view point*. Selain itu, UKM juga tanggap terhadap perubahan teknologi dan mampu melakukan komunikasi tidak hanya secara *offline* tapi juga secara *online*. Dengan demikian, akan diperoleh tanggapan yang positif dari konsumen maupun calon konsumen karena konsep komunikasi *you view point* identik dengan *nguwonke uwong* atau “mendorong orang”.

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih untuk Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan pimpinan Program Studi di FEB UWKS yang telah mendukung Tim Pengabdian untuk menyelesaikan kegiatan Tridarma Perguruan Tinggi yang berupa pengabdian masyarakat ini. Tim Pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada pimpinan Asosiasi Usaha Kecil Menengah Amangtiwi yang telah memberikan kesempatan pada Tim Pengabdian untuk melakukan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-pelayanan-prima/Pengertian-pelayanan-prima> 5 November 2021 diakses tanggal 6 Desember 2021
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. 1988. SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*. Marketing Science Institute. 1(64): h: 12-40.
- Purwanto, Djoko. 2011. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi Offset.