

PENINGKATAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI BISNIS DIGITAL DAN NEGOSIASI ONLINE BAGI WIRAUSAHAWAN MUDA CIKARANG

Adinda Mega Utami, Elga Anggun Puspita, Hana Hanifah, Neo Fawwaz Rizqullah
Universitas Pelita Bangsa

Email: adindamega784@gmail.com , anggunelga8@gmail.com, hanahnf.06@gmail.com,
fawwazneo258@gmail.com

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi, melalui pelatihan komunikasi bisnis. Berdasarkan hasil observasi awal, pelaku UMKM di daerah tersebut menghadapi kendala dalam hal pemasaran produk dan komunikasi dengan pelanggan, yang berdampak pada keterbatasan pengembangan usaha. Program pelatihan meliputi teknik presentasi produk, penyusunan narasi pemasaran, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, dan motivasi pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara lebih profesional. Selain itu, pelatihan ini juga memperkuat jejaring sosial antar pelaku usaha dan mendorong kolaborasi yang berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan pentingnya komunikasi bisnis sebagai salah satu kunci pemberdayaan ekonomi masyarakat di kawasan penyangga industri. Keberlanjutan program disarankan agar dampak positifnya dapat terjaga dan berkembang.

Kata Kunci: Pengabdian masyarakat, komunikasi bisnis, UMKM, pemberdayaan ekonomi, Cikarang, Bekasi.

Abstract

This community service aims to enhance the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in South Cikarang, Bekasi Regency, through business communication training. Initial observations revealed that MSME actors in the area face challenges in product marketing and communication with customers, limiting business development. The training program covered product presentation techniques, marketing narrative development, and social media utilization as a promotional tool. The results showed increased confidence, communication skills, and motivation among MSME actors to manage their businesses more professionally. Additionally, the training strengthened social networks among entrepreneurs and encouraged sustainable collaboration. This study highlights the importance of business communication as a key factor in community economic empowerment in industrial buffer zones. Continuation of the program is recommended to maintain and expand its positive impact.

Keywords: Community service, business communication, MSMEs, economic empowerment, Cikarang, Bekasi.

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No 337

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/krepa.v1i2.365

Copyright : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Kabupaten Bekasi, khususnya wilayah Cikarang, merupakan salah satu kawasan strategis nasional yang mengalami perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir. Terletak di antara Jakarta dan Karawang, wilayah ini dikenal sebagai pusat industri terbesar di Indonesia, bahkan di Asia Tenggara. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bekasi tahun 2023, lebih dari 7.000 perusahaan manufaktur skala besar dan menengah tersebar di kawasan ini, mencakup berbagai sektor seperti otomotif, elektronik, logistik, makanan-minuman, dan tekstil. Kawasan industri seperti MM2100, Jababeka, Delta Silicon, dan EJIP menjadi magnet ekonomi yang menggerakkan pertumbuhan wilayah.¹

Namun, di balik kemajuan kawasan industri, masih terdapat kesenjangan yang cukup mencolok antara sektor formal yang terintegrasi dalam jaringan industri global dengan kehidupan sosial ekonomi masyarakat lokal di sekitarnya. Banyak masyarakat yang masih berada dalam sektor informal atau menggantungkan hidup dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM ini berperan penting sebagai tulang punggung ekonomi lokal, tetapi pada kenyataannya masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya daya saing, keterbatasan akses pasar, manajemen usaha yang belum optimal, serta rendahnya kemampuan digital dan komunikasi dalam menjalin kerja sama usaha.

Di sejumlah desa penyangga kawasan industri seperti Cibatu, Sukadanau, Pasirsari, dan Hegarmanah, masih dapat ditemukan kelompok-kelompok usaha masyarakat yang bergerak di sektor kuliner rumahan, kerajinan, peternakan skala kecil, serta layanan jasa yang belum sepenuhnya mampu menjangkau pasar industri yang ada di sekitar mereka. Padahal secara geografis, masyarakat ini sangat dekat dengan pusat produksi dan distribusi berskala nasional dan global.² Kesempatan untuk memajukan usaha dan meningkatkan kesejahteraan terbuka lebar, namun belum banyak yang mampu memanfaatkannya secara maksimal.

Keterbatasan akses informasi, minimnya pendampingan usaha, serta rendahnya kemampuan dalam menjalin relasi bisnis yang efektif menjadi hambatan yang nyata. Banyak pelaku usaha lokal yang merasa minder atau tidak percaya diri ketika harus berinteraksi dengan pihak industri, pemerintah, atau bahkan konsumen dari luar daerah. Selain itu, masyarakat juga menghadapi tantangan dalam membangun jejaring usaha, mengikuti perkembangan tren pasar, serta memahami strategi komunikasi yang tepat dalam bernegosiasi atau memasarkan produk dan jasa mereka.

Melihat kondisi ini, program pengabdian kepada masyarakat hadir sebagai salah satu bentuk solusi kolaboratif antara perguruan tinggi dan masyarakat. Tujuannya bukan hanya untuk memberikan pelatihan teknis semata, melainkan juga membangun kapasitas sosial, kepercayaan diri, serta mendorong masyarakat untuk aktif dalam proses pemberdayaan. Melalui pendekatan yang berbasis pada potensi lokal, kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat akar rumput di tengah arus globalisasi industri yang begitu kuat.

Penguatan kapasitas masyarakat lokal dalam hal komunikasi usaha, pemetaan potensi, pengembangan produk, dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan menjadi sangat krusial. Dengan demikian, keberadaan kawasan industri tidak hanya menjadi simbol pertumbuhan ekonomi makro, tetapi juga mampu menghadirkan manfaat nyata yang inklusif dan berkelanjutan bagi masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat yang dirancang secara kontekstual di wilayah Cikarang dan Bekasi ini memiliki peran strategis dalam mendukung upaya pemerataan ekonomi, pemberdayaan komunitas, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat lokal secara menyeluruh.

¹ Zulfikar Madyasta Aprilio and Anna Silviana, "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Tanah Letter C Dibawah Tangan," *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 1 (2023): 593–602, <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2457>.

² Maya Ariyanti et al., "E-DIMAS" 15, no. 1 (2024): 149–53.

PENELITIAN TERDAHULU

Dalam rangka memperkuat landasan konseptual dan empiris dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di wilayah Cikarang/Bekasi, sejumlah penelitian terdahulu relevan untuk dijadikan referensi dan perbandingan. Penelitian-penelitian ini memberikan gambaran mengenai pentingnya penguatan kapasitas masyarakat lokal, peran komunikasi dalam pengembangan usaha, serta tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam menghadapi dinamika kawasan industri.

Penelitian oleh **Suryanto dan Rahmawati (2021)** yang berjudul *“Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Manajemen dan Pemasaran di Daerah Penyangga Kawasan Industri Bekasi”* menunjukkan bahwa pelaku UMKM di sekitar kawasan industri masih mengalami keterbatasan dalam pengelolaan usaha secara profesional. Program pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya pencatatan keuangan, strategi pemasaran, dan pendekatan komunikasi kepada konsumen industri. Penelitian ini menegaskan pentingnya intervensi lembaga pendidikan dalam pemberdayaan masyarakat sekitar kawasan industri.

Sementara itu, **Putri dan Wahyudi (2020)** dalam penelitiannya yang berjudul *“Komunikasi Pemasaran UMKM di Era Digital: Studi pada UMKM Kuliner di Cikarang Selatan”* menekankan bahwa salah satu tantangan utama UMKM adalah kurangnya keterampilan komunikasi digital dan rendahnya literasi media sosial. Hal ini berdampak pada terbatasnya jangkauan pasar dan minimnya kemampuan negosiasi dalam kerja sama bisnis. Penelitian ini menjadi relevan dalam menunjukkan perlunya pendampingan komunikasi usaha secara praktis di tengah revolusi digital.

Penelitian lainnya oleh **Nugraha et al. (2022)** dengan judul *“Penguatan Ekonomi Lokal melalui Pengembangan Potensi Wilayah Berbasis Partisipatif di Kabupaten Bekasi”* menyimpulkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan sangat bergantung pada pendekatan partisipatif dan kontekstual yang memperhatikan karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat setempat. Studi ini menyarankan bahwa program pengabdian masyarakat sebaiknya melibatkan masyarakat secara aktif sejak tahap perencanaan hingga evaluasi.

Kemudian, **Rizky dan Marlina (2019)** dalam jurnal *“Strategi Komunikasi dalam Pemberdayaan Komunitas Usaha Kecil di Wilayah Peri-Urban”* membahas pentingnya strategi komunikasi yang efektif dalam proses edukasi dan pendampingan komunitas. Penelitian ini menekankan bahwa pendekatan dialogis dan bahasa yang mudah dipahami menjadi kunci dalam membangun kepercayaan antara fasilitator dan masyarakat sasaran.

Dari beberapa penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa upaya pengabdian kepada masyarakat, khususnya di wilayah sekitar kawasan industri seperti Cikarang dan Bekasi, membutuhkan pendekatan yang tidak hanya fokus pada aspek teknis manajerial, tetapi juga pada aspek komunikasi sosial dan penguatan jejaring usaha. Kegiatan yang bersifat edukatif, kolaboratif, dan adaptif terhadap dinamika lokal terbukti lebih efektif dalam menciptakan perubahan berkelanjutan di masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode partisipatoris. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan kegiatan yang berfokus pada keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan program, mulai dari identifikasi masalah, pelaksanaan, hingga evaluasi. Lokasi penelitian ditetapkan di wilayah Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi, khususnya di desa-desa penyangga kawasan industri seperti Desa Sukadami dan Desa Pasirsari. Wilayah ini dipilih karena memiliki karakteristik masyarakat yang masih didominasi oleh pelaku usaha mikro dan kecil, yang membutuhkan penguatan kapasitas dalam pengelolaan usaha serta peningkatan keterampilan komunikasi bisnis.

Subjek penelitian meliputi pelaku UMKM lokal, tokoh masyarakat, aparatur desa, serta tim pelaksana pengabdian yang terdiri dari dosen dan mahasiswa. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dokumentasi, dan diskusi kelompok terfokus (FGD). Observasi dilakukan secara langsung selama kegiatan berlangsung untuk menangkap dinamika interaksi sosial dan respon masyarakat terhadap program.

Wawancara digunakan untuk menggali lebih dalam pandangan, pengalaman, dan kebutuhan masyarakat terkait pengembangan usaha dan peningkatan keterampilan. Dokumentasi berupa foto, video, dan catatan lapangan juga dikumpulkan untuk memperkuat data observasi dan wawancara. Selain itu, FGD dilaksanakan untuk mendapatkan umpan balik secara kolektif dari peserta kegiatan, sehingga memperkaya pemahaman terhadap hasil kegiatan.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi informasi penting yang relevan dengan tujuan kegiatan. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi, kutipan, dan deskripsi tematik untuk mempermudah analisis. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dengan memverifikasi temuan melalui triangulasi sumber dan metode. Triangulasi ini penting untuk menjaga keabsahan data, yakni dengan membandingkan hasil dari berbagai teknik pengumpulan data agar hasil penelitian benar-benar mencerminkan kondisi lapangan.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam kurun waktu dua bulan, yang terbagi dalam beberapa tahapan, yakni tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan dilakukan survei awal dan koordinasi dengan perangkat desa. Tahap pelaksanaan mencakup kegiatan pelatihan, diskusi, dan pendampingan masyarakat secara langsung. Sedangkan tahap evaluasi dilakukan dengan merefleksikan hasil kegiatan bersama masyarakat serta menyusun laporan sebagai bentuk pertanggungjawaban sekaligus dokumentasi program. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas kegiatan pengabdian masyarakat serta dampaknya terhadap peningkatan kapasitas masyarakat lokal di wilayah Cikarang/Bekasi.

KAJIAN PUSTAKA

Pemberdayaan masyarakat merupakan konsep yang menekankan pada upaya untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam mengelola sumber daya secara mandiri guna memperbaiki kualitas hidup mereka. Menurut Suharto (2005), pemberdayaan adalah proses yang memberikan kekuasaan (power) kepada masyarakat agar mampu menentukan pilihan dan bertindak secara mandiri dalam memperjuangkan kepentingannya. Dalam konteks pengabdian masyarakat, pendekatan ini kerap digunakan untuk mendorong kemandirian ekonomi, khususnya melalui pelatihan keterampilan, pendampingan usaha, dan peningkatan literasi sosial.

Di daerah peri-urban seperti Cikarang dan Bekasi, yang berada di sekitar kawasan industri, pemberdayaan masyarakat menjadi semakin penting mengingat adanya kesenjangan antara pertumbuhan sektor industri dan kapasitas masyarakat lokal. Wilayah ini tidak hanya menjadi tempat tinggal pekerja migran, tetapi juga dihuni oleh komunitas lokal yang menggantungkan hidup pada sektor informal seperti UMKM. Menurut Sutrisno (2017), salah satu strategi pemberdayaan yang efektif di daerah penyangga industri adalah penguatan usaha mikro melalui akses pelatihan dan jaringan pasar, serta kemampuan komunikasi bisnis yang baik.

Komunikasi bisnis juga menjadi bagian penting dalam proses pemberdayaan. Menurut Wibowo (2018), komunikasi bisnis tidak hanya mencakup pertukaran informasi antar pelaku usaha, tetapi juga melibatkan proses negosiasi, membangun kepercayaan dengan konsumen, dan penyampaian nilai produk. Dalam pemberdayaan masyarakat, komunikasi yang efektif membantu menjembatani kesenjangan informasi antara pelaku usaha kecil dengan lingkungan industri yang kompleks. Pelatihan komunikasi bisnis seperti strategi pemasaran digital, manajemen pelanggan, dan teknik presentasi produk menjadi penting untuk meningkatkan daya saing UMKM lokal.

Selain itu, pendekatan partisipatoris dalam kegiatan pengabdian masyarakat dianggap sebagai strategi yang relevan untuk menciptakan dampak berkelanjutan. Menurut Chambers (1994), partisipasi aktif masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program pengabdian dapat meningkatkan rasa memiliki (sense of belonging) dan memperbesar kemungkinan keberhasilan program. Pendekatan ini memandang masyarakat bukan sebagai objek, melainkan sebagai subjek pembangunan yang memiliki potensi dan pengalaman berharga dalam memecahkan masalahnya sendiri.

Dengan demikian, kajian pustaka ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas masyarakat

melalui pendekatan partisipatif, pelatihan kewirausahaan, dan peningkatan keterampilan komunikasi bisnis merupakan strategi yang tepat untuk meningkatkan kemandirian masyarakat di wilayah seperti Cikarang/Bekasi. Seluruh elemen ini saling berkaitan dan menjadi dasar konseptual dalam merancang serta melaksanakan program pengabdian yang efektif dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di wilayah Cikarang Selatan, khususnya di Desa Sukadami dan Desa Pasirsari, Kabupaten Bekasi, menunjukkan adanya kebutuhan mendesak dalam penguatan kapasitas pelaku UMKM, khususnya dalam hal komunikasi bisnis dan pemasaran produk. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara mendalam dengan sejumlah pelaku usaha kecil, ditemukan bahwa mayoritas dari mereka masih menjalankan usaha secara konvensional dan belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang strategi komunikasi yang efektif dalam konteks bisnis.

Sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini bergerak di sektor makanan ringan, kerajinan tangan, jasa rumahan, dan penjualan produk kebutuhan harian. Namun, walaupun produk yang dihasilkan cukup potensial, terutama dalam hal cita rasa dan keterjangkauan harga, sayangnya masih banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam memperluas jangkauan pasar.³ Banyak dari mereka belum memahami cara menyampaikan keunggulan produknya kepada calon konsumen secara meyakinkan, baik secara lisan maupun melalui media digital. Mereka cenderung mengandalkan metode penjualan tradisional dari mulut ke mulut, dan belum memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp Business, Instagram, atau marketplace lokal sebagai sarana komunikasi pemasaran.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi lokal dan kemampuan sumber daya manusianya. Ketika pelaku usaha tidak memiliki keterampilan komunikasi bisnis yang memadai, maka potensi produk tidak dapat dimaksimalkan untuk menciptakan nilai ekonomi. Hal ini sejalan dengan pendapat Wibowo (2018) bahwa komunikasi bisnis merupakan fondasi penting dalam memperkuat daya saing UMKM, baik dalam menghadapi pasar lokal maupun global.

Dalam kegiatan pengabdian ini, tim pelaksana menyelenggarakan pelatihan dan pendampingan dengan pendekatan partisipatif, yang memungkinkan masyarakat terlibat aktif dalam proses pembelajaran. Materi pelatihan mencakup teknik dasar presentasi produk, pengenalan pada konsep brand story, cara membangun citra usaha melalui media sosial, serta strategi komunikasi dalam menjalin relasi dengan pelanggan dan mitra bisnis. Peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga diajak untuk melakukan simulasi komunikasi, seperti mempraktikkan cara menawarkan produk di depan audiens, menyusun narasi produk dalam bentuk caption media sosial, dan membuat materi promosi visual sederhana menggunakan ponsel mereka sendiri.

Hasil dari kegiatan pelatihan ini menunjukkan perubahan positif pada sebagian peserta. Misalnya, salah satu pelaku usaha kue basah mengaku sebelumnya merasa canggung berbicara kepada pembeli yang tidak dikenal dan hanya menunggu pembeli datang ke rumah. Namun setelah mengikuti pelatihan, ia mulai aktif menawarkan produk melalui status WhatsApp dan membagikan testimoni pelanggan sebagai bentuk promosi. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan diri dan kemampuan komunikasi dapat secara langsung berdampak pada perilaku usaha yang lebih proaktif.

Lebih lanjut, kegiatan diskusi kelompok terfokus (FGD) yang dilaksanakan pada akhir program memberikan insight tambahan bahwa pelatihan seperti ini sangat dibutuhkan secara berkelanjutan. Para peserta mengusulkan agar pelatihan tidak berhenti pada komunikasi bisnis saja, tetapi juga mencakup manajemen keuangan sederhana, pengemasan produk, dan strategi kolaborasi antar pelaku UMKM di wilayah sekitar. Beberapa peserta bahkan menginisiasi rencana

³ Adi Maulana Rachman, Elly Noer, and Wa Ode Suriani, "Pelatihan Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Dalam Negosiasi Binsis UMKM Di Lingkungan Provinsi Papua Selatan" 3, no. 1 (2025): 1–5.

pembentukan kelompok usaha bersama sebagai tindak lanjut dari program ini, dengan harapan dapat saling bertukar pengalaman dan memperkuat posisi tawar dalam rantai pasok lokal.⁴

Secara sosiologis, kegiatan ini juga memberi dampak terhadap dinamika sosial masyarakat. Pelatihan yang dilaksanakan secara kolektif memperkuat interaksi antar warga yang sebelumnya kurang berjejaring. Keberadaan mahasiswa dan dosen sebagai fasilitator turut memperkaya proses dialog antar generasi dan memperkuat semangat kolaborasi antar pelaku usaha yang berlatar belakang berbeda. Dengan kata lain, pengabdian masyarakat ini tidak hanya berperan sebagai sarana transfer ilmu, tetapi juga sebagai medium pemberdayaan sosial yang menyatukan aktor-aktor lokal dalam sebuah tujuan kolektif.

Dalam kerangka pemberdayaan masyarakat sebagaimana dijelaskan oleh Suharto (2005), kegiatan ini telah mencerminkan prinsip-prinsip dasar pemberdayaan, yakni meningkatkan kesadaran kritis, membuka akses terhadap sumber daya informasi, dan memperkuat partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan. Pendekatan partisipatoris terbukti menjadi strategi yang efektif, karena masyarakat merasa dilibatkan secara aktif dan tidak hanya menjadi objek penerima bantuan.⁵

Namun, perlu diakui bahwa tantangan masih cukup besar, terutama dalam memastikan keberlanjutan program setelah kegiatan berakhir. Keterbatasan sumber daya, keterikatan waktu, dan minimnya fasilitator lokal menjadi kendala tersendiri. Oleh karena itu, ke depan diperlukan strategi pendampingan lanjutan yang lebih sistematis, seperti pembentukan komunitas belajar UMKM, kolaborasi dengan pemerintah desa atau lembaga pendukung ekonomi lokal, serta integrasi program ini ke dalam kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility) perusahaan-perusahaan industri yang berada di sekitar wilayah Cikarang.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa pendekatan berbasis komunikasi dan partisipasi dapat meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola usaha secara lebih profesional. Di tengah pesatnya pertumbuhan kawasan industri Bekasi dan Cikarang, masyarakat lokal tidak boleh tertinggal dan justru harus diberdayakan agar mampu bersaing dan berdaya secara ekonomi. Penguatan komunikasi bisnis adalah salah satu kunci agar pelaku UMKM dapat lebih percaya diri, kompetitif, dan mampu membangun jaringan usaha yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di wilayah Cikarang Selatan, khususnya Desa Sukadami dan Desa Pasirsari, membuktikan bahwa pelatihan komunikasi bisnis bagi pelaku UMKM memiliki dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas individu maupun kolektif. Sebagian besar pelaku usaha mikro di daerah ini masih menghadapi tantangan dalam memasarkan produk, membangun jejaring usaha, dan menjangkau konsumen secara lebih luas akibat keterbatasan dalam hal keterampilan komunikasi dan pemanfaatan teknologi informasi.

Melalui pendekatan partisipatif dan praktik langsung, pelatihan yang diberikan berhasil menumbuhkan kesadaran dan kepercayaan diri peserta dalam menyampaikan nilai produk, menyusun strategi komunikasi pemasaran, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Perubahan perilaku usaha peserta terlihat dari mulai digunakannya narasi produk yang lebih terstruktur, peningkatan aktivitas promosi digital, serta inisiatif kolaboratif antar pelaku UMKM.

Kegiatan ini juga memperkuat interaksi sosial antar warga serta menumbuhkan semangat kolektif untuk tumbuh bersama sebagai komunitas usaha. Dengan demikian, penguatan komunikasi bisnis terbukti menjadi salah satu instrumen penting dalam proses pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya di kawasan penyangga industri seperti Cikarang dan Bekasi.

⁴ Misnan Misnan and Rezi Nanda Nanda Barizki, "Strategi Komunikasi Bisnis Hipmikindo Dalam Mensinergikan Sumberdaya Akademisi Dan Pelaku Ukm," *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 20, no. 2 (2021): 226–41, <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1722>.

⁵ Komunikasi Bisnis et al., "Author Abstrak * Korespondensi," 1957, 35–44.

Keberlanjutan program ini sangat disarankan, baik melalui pendampingan intensif, pembentukan komunitas UMKM digital, maupun kerja sama dengan pihak swasta dan pemerintah daerah guna menciptakan ekosistem usaha lokal yang berdaya saing dan berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aprilio, Zulfikar Madyasta, and Anna Silviana. "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Tanah Letter C Dibawah Tangan." *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 1 (2023): 593-602. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2457>.
- Ariyanti, Maya, Ajeng Luthiyatul Farida, Putri Fariska Sugestie, and Adhi Prasetyo. "E-DIMAS" 15, no. 1 (2024): 149-53.
- Bisnis, Komunikasi, Usaha Mikro, Business Communication, Medium Enterprises, and Kata Kunci. "Author Abstrak * Korespondensi," 1957, 35-44.
- Misnan, Misnan, and Rezzi Nanda Nanda Barizki. "Strategi Komunikasi Bisnis Hipmikindo Dalam Mensinergikan Sumberdaya Akademisi Dan Pelaku Umkm." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 20, no. 2 (2021): 226-41. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1722>.
- Rachman, Adi Maulana, Elly Noer, and Wa Ode Suriani. "Pelatihan Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Dalam Negosiasi Binsis UMKM Di Lingkungan Provinsi Papua Selatan" 3, no. 1 (2025): 1-5.