

PENGARUH PEMBERIAN PELATIHAN PADA KELOMPOK UMKM ALUN-ALUN KOTA BEKASI DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI KOMUNIKASI BISNIS**Lasron Saputra Lumbanraja¹**[lasron.saputra@gmail.com¹](mailto:lasron.saputra@gmail.com)¹Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa**ABSTRAK**

Kemampuan komunikasi yang efektif, khususnya dalam negosiasi dan public speaking, merupakan faktor kunci dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan mitra terhadap mitra bisnis melalui pendampingan kelompok UMKM Alun-Alun Kota Bekasi dalam Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Bisnis. Metode yang digunakan meliputi pelatihan interaktif, praktik public speaking, dan simulasi negosiasi yang disesuaikan dengan kebutuhan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan signifikan dalam keterampilan berbicara didepan umum, terutama dalam menyampaikan ide, produk atau layanan dengan lebih percaya diri kepada pelanggan, mitra, atau calon investor. Selain itu, kepercayaan diri pelaku usaha juga meningkat, yang berdampak positif pada strategi pemasaran dan penjualan produk. Dengan penguatan kompetensi komunikasi ini, UMKM Alun-Alun Kota Bekasi diharapkan mampu bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan yang tepat dapat membantu UMKM dalam mengembangkan keterampilan komunikasi yang esensial bagi pertumbuhan bisnis.

Kata Kunci: *Komunikasi bisnis, Negosiasi, Public speaking, UMKM.*

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No 358

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

Pada aktivitas perguruan tinggi tidak hanya pemenuhan di bidang akademik melainkan bidang non akademik juga dibutuhkan. Pada bidang non akademik dapat diwujudkan melalui pengabdian kepada masyarakat. Hal ini juga merupakan salah satu prinsip Tridharma perguruan tinggi. Pengabdian masyarakat sangat bermanfaat untuk pihak di luar perguruan tinggi dengan menerapkan ilmu pengetahuan akademik terhadap kehidupan sehari-hari yang terjadi di lingkungan masyarakat. Bentuk pengabdian masyarakat yang akan diadakan berbentuk seminar dimana berdasarkan kebutuhan masyarakat sehingga dapat memberikan sasaran yang tepat dan berguna bagi individu dalam perkembangan potensi dirinya di tengah masyarakat (Khalida & Sofyan Sjaf, 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam menciptakan lapangan kerja maupun meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Frisdianti, 2020). Namun, banyak pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah keterbatasan dalam kompetensi komunikasi bisnis, terutama dalam *public speaking* dan negosiasi. Keterampilan ini sangat penting bagi keberlanjutan dan perkembangan usaha (Sharon et al., 2025), mengingat kemampuan negosiasi yang baik dapat membantu pelaku usaha mendapatkan kesepakatan yang menguntungkan, sementara *public speaking* yang efektif dapat meningkatkan pemasaran produk dan daya tarik bagi calon pelanggan maupun investor.

Meskipun UMKM memiliki produk berkualitas dan pasar yang cukup luas, UMKM masih menghadapi kendala dalam komunikasi bisnis. Pelaku usaha sering mengalami kesulitan dalam bernegosiasi dengan mitra bisnis, seperti pemasok dan distributor, serta kurang percaya diri dalam mempromosikan produknya di berbagai platform pemasaran. Keterbatasan dalam komunikasi ini menjadi salah satu faktor yang menghambat pertumbuhan usaha dan daya saing

di pasar yang semakin kompetitif (Yulianto et al., 2025).

Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kompetensi komunikasi bisnis UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi melalui pendampingan *public speaking* dan negosiasi. Program ini bertujuan untuk membekali pelaku usaha dengan keterampilan komunikasi yang lebih baik, sehingga mereka dapat menyampaikan nilai produk secara lebih persuasif, melakukan negosiasi yang lebih efektif, dan membangun hubungan bisnis yang lebih kuat. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi dapat meningkatkan daya saing dan mengembangkan usahanya secara lebih optimal.

Saat ini kebutuhan berkomunikasi antara mitra sangat diperlukan guna membangun nilai lebih pada sebuah produk yang ditawarkan. Hal ini menjadikan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan kepada mitra UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi untuk membangun kepercayaan, mempengaruhi keputusan dan meningkatkan reputasi dalam bisnis.

Berdasarkan kebutuhan mitra untuk mempermudah bisnis baik dalam pekerjaan sehari-hari dalam menghadapi banyak orang untuk mengasah diri berkomunikasi dengan baik antara mitra usaha. Maka, mengasah skill *public speaking* sangat diperlukan bagi setiap individu yang terutama dalam meningkatkan kemampuan bernegosiasi. Melihat pentingnya *public speaking* merupakan sesuatu yang perlu dilatih dan dibiasakan, maka para dosen dan mahasiswa berkolaborasi untuk mengadakan pendampingan pengabdian masyarakat berjudul *Public speaking* dan Negosiasi Bisnis.

Kegiatan pendampingan melalui pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan yang komprehensif kepada UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi dalam bidang pemasaran, *public speaking*, dan negosiasi bisnis. Pelatihan ini akan membekali pelaku usaha dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk mempromosikan produk mereka secara lebih efektif, berbicara dengan percaya diri di depan publik, serta melakukan negosiasi bisnis yang menguntungkan (Setiawati et al., 2022). Dengan penerapan teknik pemasaran yang tepat, komunikasi yang efektif, dan keterampilan negosiasi yang kuat, diharapkan UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi dapat meningkatkan penjualan, memperluas jaringan bisnis, serta mengembangkan usahanya dengan lebih baik. Kegiatan ini juga berlandaskan pada prinsip syariah compliance, yang menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam setiap aspek bisnis.

Di era global saat ini keterampilan berkomunikasi dalam bentuk *public speaking* yakni keterampilan berbicara di depan umum menjadi keterampilan berbicara yang penting dan harus dimiliki bagi setiap individu. Sedangkan, istilah negosiasi merupakan suatu kegiatan yang terencana tentang apa yang harus dicapai, bagaimana, dan dengan apa yang harus dikorbankan untuk mencapai kata sepakat, selain itu bertujuan untuk mencapai suatu kesepakatan yang saling menguatkan para pihak negosiasi untuk sama-sama menyelesaikan permasalahan (Setiawati et al., 2022).

TINJAUAN PUSTAKA

Publik Speaking

Istilah *public speaking* berawal dari ahli retorika, yang mengartikan retorika ini merupakan seni (keahlian) berbicara atau berpidato yang sudah berkembang sejak abad sebelum masehi. Secara sederhana, *public speaking* dapat diartikan sebagai proses berbicara kepada sekelompok orang dengan tujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi (mempersuasi) dan menghibur audiens (Tuhuteru et al., 2021).

Dalam sebuah proses komunikasi, *Public speaking* merupakan salah satu bentuk penjabaran dalam model komunikasi satu arah (*one way communication*) dimana pesan yang disampaikan dalam bentuk searah dari seorang komunikator terhadap komunikan.³⁸ Namun jika dilihat dari perspektif komunikan *public speaking* termasuk kedalam bentuk komunikasi kelompok, karena dalam proses penyampaian pesan komunikator langsung bertatap muka dengan komunikannya.

Negosiasi Bisnis

Menurut Pruitt dalam (Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi, 2546), negosiasi adalah bentuk pengambilan keputusan dimana dua pihak atau lebih berbicara satu sama lain dalam upaya untuk menyelesaikan kepentingan perdebatan mereka.

Istilah negosiasi berasal bahasa Inggris “*negotiation*”, dalam pengertian secara umum negosiasi adalah proses tawar-menawar dengan cara berunding untuk mencapai kesepakatan kedua belah pihak. Menurut Oxford Dictionary dalam (Sharon et al., 2025), negosiasi didefinisikan sebagai pembicaraan dengan orang lain dengan maksud untuk mencapai kompromi atau kesepakatan untuk mengatur atau mengemukakan.

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan dalam pengabdian masyarakat kepada UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi, para dosen dan mahasiswa menggunakan metode menyampaikan pelatihan interaktif, praktik *public speaking* dan simulasi negosiasi yang dilaksanakan selama 1 bulan di Aula Alun-Alun Kota Bekasi.

Tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat melaksanakan kegiatan di Alun-Alun Kota Bekasi pada tanggal bulan Mei 2025. Pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat dihadiri dengan jumlah peserta 40 orang sebagai pelaku UMKM.

Uraian kegiatan pelaksanaan sebagai berikut:

1. Observasi

Tahap awal yang dilakukan mengadakan observasi untuk melakukan wawancara pada beberapa pelaku UMKM untuk menggali permasalahan yang sedang dihadapi pelaku UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi dan dikaji untuk membantu meningkatkan bisnis UMKM.

2. Proses Persiapan

Tahap selanjutnya pembentukan tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat. Kebutuhan yang disiapkan dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat, yaitu materi yang disampaikan, *pre-test* dan *Post-test*, daftar hadir peserta. Kelengkapan kebutuhan pendukung yang dipersiapkan yaitu surat izin, undangan untuk peserta, spanduk kegiatan, proyektor, laptop, pengeras suara dan screen proyektor.

3. Penyuluhan

Kegiatan penyuluhan dilakukan dengan cara ceramah dan praktik kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya *public speaking* dan kemampuan bernegosiasi untuk mendorong keberhasilan bisnis.

4. Pendampingan

Memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi. Pendampingan dilakukan sebagai cara untuk mengetahui keberhasilan dari program Pengabdian Kepada Masyarakat, kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM serta membantu memberikan solusi permasalahan. Pendampingan dilakukan melalui praktik bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan cara bernegosiasi dalam mengembangkan bisnis UMKM.

5. Evaluasi Pelaksanaan

Kegiatan evaluasi dilakukan diskusi tentang perubahan pemahaman pelaku UMKM berkaitan dengan kemampuan *public speaking* dan bernegosiasi setelah diberikan pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari Pendampingan *Public speaking* dan Negosiasi UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi yang dilaksanakan selama 1 bulan mulai dari bulan Mei 2025 berjalan dengan lancar dan sukses sesuai dengan susunan acara yang sudah direncanakan. Selain itu, para peserta sangat berantusias dalam mengikuti kegiatan ini digambarkan dari banyaknya pertanyaan yang disampaikan kepada narasumber pada sesi tanya jawab dan terciptanya platform digital untuk memasarkan produk yang ditawarkan.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan Aula Alun-Alun Kota

Bekasi. Kegiatan dilaksanakan secara luring yang dihadiri peserta pelaku UMKM.

Proses Persiapan

Kegiatan terlaksana mulai dari persiapan, tim PKM dan peserta mengisi daftar kehadiran untuk dokumentasi arsip. Adanya rangkaian kegiatan tersebut sangat penting dalam sebuah kegiatan. Sebelum pemaparan materi peserta diarahkan untuk mengisi pretest untuk mengetahui pemahaman awal peserta. Sebagai pembanding untuk mengetahui ketercapaian dan kesuksesan kegiatan penelitian maka dilakukan sebuah test kembali pada akhir kegiatan. Kegiatan penelitian yang telah dilakukan memiliki efektifitas yang baik.



Gambar 1. Pengisian daftar hadir peserta

Kegiatan Penyuluhan.

Kegiatan penyuluhan diberikan dalam bentuk mengenalkan keterampilan *public speaking* yang dalam pemahaman maupun praktiknya masih awam bagi masyarakat. Keterampilan *public speaking* dan negosiasi bersifat soft skill, masyarakat perlu dibangun kesadaran akan peran dan fungsi dalam mendukung keberhasilan pengembangan usaha UMKM. Materi tentang *public speaking* dan negosiasi disampaikan oleh narasumber sesuai dengan waktu kegiatan yang ditentukan.

Awal kegiatan dan pertemuan antara pemateri pelatihan dan mitra sebagai peserta pelatihan dimulai dengan pemaparan sekaligus pelatihan materi kepada UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi. Adapun materi yang disampaikan mengenai pembahasan *public speaking* dan negosiasi bisnis.

Dalam kegiatan pelatihan, peserta tidak hanya mendengarkan materi yang dipaparkan oleh narasumber, namun terdapat interaktif antara peserta dan juga narasumber sebagai bentuk komunikasi aktif. Selain itu, narasumber juga diminta untuk mempraktekan langsung materi yang disampaikan dengan praktek berkomunikasi dan negosiasi secara jujur, responsif, dan profesional.

Melalui pendampingan serta pelatihan *public speaking* dan negosiasi bisnis ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta di bidang *public speaking* dan negosiasi bisnis. Sebelum pelatihan, peserta mengalami kesulitan dan kurangnya percaya diri dalam mengembangkan bisnisnya, sehingga sering kali kesulitan dalam berkomunikasi dengan pelanggan dan hambatan dalam negosiasi harga dan kerjasama bisnis. Peningkatan ini bisa dilihat melalui kelugasan dalam berkomunikasi dan keterampilan dalam negosiasi bisnis yang memungkinkan mencapai kesepakatan yang menguntungkan. Berdasarkan hasil tanya jawab yang disampaikan para peserta kepada narasumber selama pelatihan dan pendampingan berlangsung menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang disampaikan memberikan dampak positif bagi mitra UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi.

Adapun dampak positif setelah dilakukannya pendampingan kepada UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi terlihat dari peningkatan keterampilan bernegosiasi secara efektif, termasuk memahami kebutuhan mitra bisnis dan menawarkan solusi yang saling menguntungkan, peningkatan keterampilan *public speaking* dengan meningkatkan kepercayaan diri saat berbicara di depan umum, dan berdampak positif terhadap pengembangan usaha dalam meningkatkan keterampilan komunikasi pada perkembangan pemasaran produk.



Gambar 2. kegiatan penyuluhan *public speaking* dan negosiasi

Pendampingan

Pelaksanaan pendampingan kepada mitra pelaku UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi tentang bagaimana cara berbicara di tempat umum dan cara bernegosiasi antara penjual dan pembeli untuk mendapatkan kemenangan hasil dalam mengembangkan hasil UMKM.

Pendampingan ini membuktikan bahwa peningkatan kompetensi komunikasi dapat memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka. Ke depannya, program serupa dapat diperluas dengan menambahkan materi pemasaran digital dan strategi branding untuk meningkatkan daya saing UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi di pasar yang lebih luas.

Evaluasi Pelaksanaan

Tanggapan pelaku UMKM cukup antusias terbukti adanya respon positif dalam menanggapi kegiatan tersebut dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Namun selalu ada kendala dalam pelaksanaan kegiatan meski kendala tidak terlalu berarti. Misalnya dalam pelaksanaan kegiatan tidak tepat waktu karena banyak peserta yang hadir sesuai tidak sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Hasil evaluasi dengan sebaran *pre-test* dan *Post-test* pada peserta menunjukkan adanya perubahan pemahaman yang lebih baik. Pelatihan ini tidak hanya membantu pelaku UMKM dalam mempromosikan produk atau layanan mereka, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi mereka. Pelaku UMKM merasa lebih percaya diri dalam mempresentasikan produk atau layanan mereka di depan publik dan membantu dalam memperluas jaringan bisnis untuk memperoleh peluang baru.

Hasil dari evaluasi dan monitoring secara berkala menunjukkan program ini mampu meningkatkan kemampuan bisnis pada UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi serta meningkatkan kemampuan individual dalam keberanian memasarkan produk. Tantangan yang masih perlu diatasi dalam pendampingan ini yakni konsistensi mitra usaha dalam menjalankan strategi bisnis untuk pengembangan yang lebih lanjut dalam kemampuan komunikasi bisnis.

Adapun monitoring secara berkala dapat terlihat melalui tabel evaluasi berikut:

Table 1. Tabel Evaluasi dan Monitoring

| Kategori | Indikator | Ket. Perkembangan |
|------------------------|--|-----------------------------------|
| <i>Public Speaking</i> | Kemampuan memperkenalkan produk secara lisan | Meningkat signifikan |
| | Kepercayaan diri saat berbicara di depan umum | Bertahap meningkat |
| Negosiasi | Kemampuan mempertahankan harga jual | Meningkat Pesat setelah pelatihan |
| | Kemampuan menyusun strategi penawaran dan diskon | Meningkat dan mulai diterapkan |

Hasil dari evaluasi dan monitoring secara berkala menunjukkan program ini mampu meningkatkan kemampuan bisnis pada UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi serta meningkatkan kemampuan individual dalam keberanian memasarkan produk. Tantangan yang masih perlu diatasi dalam pendampingan ini yakni konsistensi mitra usaha dalam menjalankan strategi bisnis untuk pengembangan yang lebih lanjut dalam kemampuan komunikasi bisnis.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu tridharma perguruan tinggi dan menjadi sumbangsih dari perguruan tinggi kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM khususnya di Alun-Alun Kota Bekasi dengan memberikan kecakapan berbicara di depan umum dan kemampuan melakukan negosiasi. Hasil kegiatan ini memiliki keefektifan yang baik. Hal tersebut ditandai dengan adanya hasil *pre-test* serta *Post-test* yang dilakukan. Hasil *pre-test* menunjukkan pengetahuan serta keterampilan dalam *public speaking* secara digital dan negosiasi yang masih kurang dan hasil *Post-test* mendapatkan hasil yang meningkat. Kegiatan ini telah membuka wawasan sebayak-banyaknya bagi pelaku UMKM dalam peningkatan usahanya.

Dari hasil pendampingan *public speaking* dan negosiasi bisnis pengabdian masyarakat pada mitra UMKM di Alun-Alun Kota Bekasi, para peserta yang bergabung dalam pelatihan ini diharapkan memberikan perubahan dan peningkatan pada kemampuan berkomunikasi yang lebih baik. Kemampuan komunikasi yang baik dalam bisnis memberikan efek terhadap ketertarikan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Pendampingan masyarakat ini juga memberikan manfaat bagi tim pengabdian Unida Gontor dalam memenuhi Tridharma perguruan tinggi. Sehingga kegiatan seperti ini perlu diperluas jangkauannya agar kebermanfaatannya terasa lebih meluas guna pengembangan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Frisdianti. (2020). *Public Relations Suatu Pengantar*.
- Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi, dan I. I. (2546). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi* (Vol. 5, Issue 1).
- Khalida, R., & Sofyan Sjaf. (2021). Hubungan Kondisi Sosial Ekonomi Pemilik Umkm Dengan Persepsi Terhadap Karakteristik Sociopreneur. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(5), 619-646. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i5.878>
- Setiawati, S. D., Diniati, A., & Sutarjo, M. A. S. (2022). Pemberdayaan Pelaku UMKM Dalam Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Digital. *Abdimas Singkerru*, 2(2), 92-98. <https://doi.org/10.59563/singkerru.v2i2.167>
- Sharon, S., Firman, A., Ikawidjaja, N., & Putra, S. D. (2025). *Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan Melalui Pelatihan Komunikasi untuk Siswa SMA Negeri 2 Sidrap Developing Entrepreneurial Spirit Through Negeri 2 Sidrap*. 9(2), 364-374.
- Tuhuteru, S., Kaiwai, O., Douw, L., Oni, W., Willi, F., Agapa, R., Kogoya, I., Mabel, R., Karoba, M., & Tabuni, I. (2021). J . A . I: Jurnal Abdimas Indonesia. *Abdimas Indonesia*, 1(2), 26-32. <https://dmi-journals.org/jai/article/view/226>
- Yulianto, K. E., Satyanegara, T. S., Santoso, B. T., Nathasya, S., & Sitepu, B. (2025). *Pendampingan Pengembangan UMKM Desa Glagaharum Menjadi Bisnis Busana Muslim Berkelanjutan Melalui Pelatihan Public Speaking*. 6(2), 652-660.