

PELATIHAN KOMUNIKASI EFEKTIF DALAM PELAYANAN PELANGGAN BAGI PEMILIK TOKO KELONTONG

Siti Aini Amaliyatun W¹, Adnan Fachrul Reza², Gebby Rita Antikka³, Dwi Febriyanti⁴
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa

Email: ainiamalia939@gmail.com, adnanfachrulreza@gmail.com, gebbyrita01@gmail.com,
febridwi206@gmail.com

Abstrak

Pelayanan pelanggan yang bermutu merupakan faktor utama yang mendukung keberhasilan usaha toko kelontong dalam menghadapi persaingan dengan ritel modern serta platform berbasis digital. Namun demikian, masih banyak pemilik toko kelontong yang belum memiliki kompetensi komunikasi yang memadai sehingga sering memunculkan miskomunikasi dalam interaksi dengan pelanggan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mengembangkan kemampuan komunikasi efektif para pemilik toko kelontong di wilayah Purwakarta melalui program pelatihan yang bersifat interaktif. Materi yang diberikan meliputi konsep dasar komunikasi interpersonal, teknik mendengarkan aktif, penggunaan bahasa positif, dan strategi penanganan keluhan pelanggan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi teori, analisis studi kasus, simulasi praktik, serta evaluasi berbasis pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perbaikan signifikan pada sikap dan keterampilan komunikasi peserta, yang diharapkan berkontribusi pada peningkatan mutu pelayanan dan terbentuknya loyalitas pelanggan. Pelatihan ini terbukti menjadi langkah strategis dalam memberdayakan pelaku usaha mikro agar mampu memperkuat daya saingnya di era digital.

Kata kunci: komunikasi efektif, toko kelontong, pelayanan pelanggan, usaha mikro, daya saing.

Abstract

Quality customer service is a key factor in supporting the success of grocery store businesses in facing competition from modern retail and digital platforms. However, many grocery store owners still lack adequate communication competence, which often leads to miscommunication in interactions with customers. This community service program was designed to develop the effective communication skills of grocery store owners in the Purwakarta area through interactive training. The training materials covered the basic concepts of interpersonal communication, active listening techniques, the use of positive language, and strategies for handling customer complaints. The implementation of the program involved the delivery of theoretical material, case study analysis, practical simulations, and evaluation through pre-tests and post-tests. The results showed a significant improvement in participants' attitudes and communication skills, which is expected to contribute to enhanced service quality and the formation of customer loyalty. This training has proven to be a strategic step in empowering micro-enterprises to strengthen their competitiveness in the digital era.

Keywords: effective communication, grocery stores, customer service, micro-enterprise, competitiveness.

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No 383

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

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kemampuan berkomunikasi dan negosiasi secara efektif menjadi salah satu kunci utama dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Toko Kelontong merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang masih bertahan ditengah perkembangan pesat ritel modern. Salah satu keunggulan toko kelontong adalah lokasi yang strategis dan layanan yang adaptif terhadap kebutuhan pelanggan. Namun, disisi lain, banyak pemiliknya yang belum memiliki kompetensi komunikasi yang memadai dalam memberikan pelayanan yang professional.

Seiring dengan kemajuan zaman, jumlah pelaku usaha serupa semakin meningkat. Hal ini menyebabkan tingkat persaingan antarusaha dalam sektor yang sama menjadi semakin ketat. Dalam konteks ini, konsumen kini semakin cermat dalam menilai kualitas produk dan layanan yang mereka terima. Ketidakesesuaian antara harapan konsumen dan kenyataan yang diberikan dapat menyebabkan menurunnya tingkat kepercayaan, bahkan beresiko kehilangan konsumen secara permanen. Di sisi lain, kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang, sedangkan yang tidak puas dapat menghentikan pembelian dan menyebarkan pengalaman negatif kepada lingkungan sekitarnya.

Komunikasi dalam pelayanan pelanggan tidak sekadar menyampaikan informasi, melainkan juga menciptakan kenyamanan, membangun kepercayaan, dan merespon kebutuhan pelanggan dengan empati. Banyak kasus ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh kurangnya kemampuan penjual dalam menyampaikan pesan secara jelas, menggunakan bahasa kurang sopan, atau kurangnya memahami bahasa tubuh dan ekspresi pelanggan. Oleh karena itu, pelatihan komunikasi yang efektif memegang peranan strategis dalam mendorong peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan.

Pelatihan komunikasi efektif dirancang untuk membantu pemilik toko kelontong memahami dasar-dasar komunikasi interpersonal, teknik mendengarkan aktif, penggunaan bahasa positif, serta cara mengelola keluhan pelanggan secara konstruktif. Dengan kemampuan tersebut, diharapkan para pemilik toko tidak hanya mampu melayani pelanggan dengan lebih baik, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan dalam jangka panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak pelatihan komunikasi efektif terhadap peningkatan kemampuan pelayanan pelanggan pada pemilik toko kelontong. Melalui pelatihan tersebut, diharapkan para pelaku usaha skala kecil dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai teknik komunikasi yang efektif, sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing secara sehat di tengah tantangan perkembangan ritel modern serta digitalisasi dalam dunia perdagangan.

Tujuan kegiatan dalam pengabdian ini adalah:

1. Memberikan pemahaman dasar mengenai konsep komunikasi efektif dalam konteks pelayanan pelanggan kepada pemilik toko kelontong.
2. Meningkatkan kemampuan praktis pemilik toko kelontong dalam berkomunikasi secara sopan, persuasif, dan profesional saat melayani pelanggan.
3. Membantu pelaku usaha kecil, khususnya toko kelontong, meningkatkan kualitas layanan sehingga dapat membangun loyalitas pelanggan.

Usaha mikro seperti toko kelontong masih menjadi penopang penting dalam sistem ekonomi kerakyatan di Indonesia. Namun, mayoritas pelaku usaha ini belum mendapatkan pelatihan formal mengenai keterampilan komunikasi dalam pelayanan. Disisi lain, perilaku konsumen saat ini semakin kritis dan mengutamakan kenyamanan dalam berbelanja. Kurangnya keterampilan komunikasi menyebabkan terjadinya miskomunikasi, rendahnya kepuasan pelanggan, dan potensi hilangnya loyalitas konsumen. Kondisi tersebut dapat menghambat keberlanjutan usaha toko kelontong, khususnya dalam menghadapi tantangan persaingan dengan ritel modern dan platform digital. Oleh sebab itu, pelatihan komunikasi efektif menjadi kebutuhan yang mendesak dalam rangka peningkatan mutu pelayanan, penguatan daya saing usaha, serta pengembangan hubungan jangka panjang yang konstruktif antara pemilik toko dan

pelanggan.

IDENTIFIKASI MASALAH

Meskipun toko kelontong memiliki peran penting dalam mendukung kebutuhan masyarakat serta keberlangsungan ekonomi lokal, banyak pemilik toko kelontong yang belum memiliki pemahaman dan keterampilan komunikasi yang memadai dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Interaksi yang terjadi antara pemilik toko dan pelanggan sering kali masih bersifat spontan dan kurang profesional, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman atau ketidakpuasan. Disisi lain, perkembangan ritel modern dan platform digital telah menghadirkan standar pelayanan yang lebih tinggi dan sistematis, yang menyebabkan persaingan usaha semakin ketat. Namun, pelatihan komunikasi yang terstruktur dan aplikatif untuk pelaku usaha mikro seperti toko kelontong masih sangat terbatas. Hal ini menjadi tantangan tersendiri, karena tanpa peningkatan kemampuan komunikasi, toko kelontong akan kesulitan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan bersaing secara sehat di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin kritis dan selektif.

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di kota Purwakarta, Jawa Barat, pada tanggal 15 Juni 2025. Sasaran pelatihan adalah pemilik dan pengelola toko kelontong yang beroperasi di wilayah Purwakarta dan sekitarnya. Peserta berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Pemilihan lokasi dan peserta didasarkan pada data awal yang menunjukkan kurangnya pelatihan formal terkait komunikasi bagi pelaku UMKM sektor ritel di daerah tersebut.

Metode pelaksanaan pelatihan bersifat interaktif dan partisipatif, mencakup beberapa sesi utama:

1. **Sesi Teori Dasar Komunikasi:** Penjelasan konsep dasar komunikasi interpersonal, pentingnya komunikasi dalam pelayanan pelanggan, dan elemen-elemen komunikasi (pesan, pengirim, penerima, umpan balik).
2. **Teknik Mendengarkan Aktif:** Pengenalan dan praktik teknik mendengarkan secara aktif untuk memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan secara lebih baik, termasuk teknik parafrase dan refleksi perasaan.
3. **Penanganan Keluhan Pelanggan:** Simulasi skenario penanganan keluhan pelanggan, mulai dari mendengarkan dengan empati, mengidentifikasi masalah, memberikan solusi, hingga memastikan kepuasan pelanggan.

Alat dan media yang digunakan meliputi proyektor untuk presentasi materi visual, modul pelatihan cetak untuk setiap peserta, lembar kerja untuk latihan praktis, serta skenario studi kasus dan simulasi peran.

Evaluasi efektivitas pelatihan dilakukan melalui dua tahap:

1. **Pre-test dan Post-test:** Kuesioner dengan 10 pertanyaan pilihan ganda terkait pemahaman konsep komunikasi dan pelayanan pelanggan diberikan sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengukur peningkatan kognitif peserta.
2. **Observasi dan Diskusi Partisipatif:** Selama sesi simulasi dan diskusi kelompok, tim pengabdian mengamati tingkat partisipasi, kepercayaan diri, dan kemampuan peserta dalam menerapkan teknik komunikasi yang diajarkan. Umpan balik langsung dari peserta juga dikumpulkan melalui sesi tanya jawab terbuka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan komunikasi efektif bagi pemilik toko kelontong di Purwakarta berjalan lancar dan mendapatkan antusiasme tinggi dari para peserta. Sebanyak 30 pemilik toko kelontong hadir dan mengikuti seluruh sesi pelatihan.

Analisis Kondisi Awal: Berdasarkan hasil pre-test, rata-rata pemahaman peserta terkait konsep komunikasi efektif dalam pelayanan pelanggan hanya mencapai 45%. Mayoritas peserta belum sepenuhnya memahami pentingnya mendengarkan aktif dan cenderung merespons keluhan

pelanggan secara reaktif daripada proaktif. Beberapa peserta juga mengakui bahwa mereka sering mengalami miskomunikasi dengan pelanggan atau kesulitan dalam menghadapi pelanggan yang tidak puas. Ini mengkonfirmasi identifikasi masalah yang menyatakan bahwa mayoritas pelaku usaha belum mendapatkan pelatihan formal mengenai keterampilan komunikasi dalam pelayanan.

Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan: Setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan signifikan pada nilai post-test peserta, dengan rata-rata pemahaman mencapai 88%. Hal ini menunjukkan bahwa materi pelatihan berhasil diserap dengan baik oleh peserta. Peningkatan terbesar terlihat pada pemahaman tentang teknik mendengarkan aktif, yang meningkat dari rata-rata 30% pada pre-test menjadi 75% pada post-test.

Dalam sesi simulasi penanganan keluhan pelanggan, terlihat perubahan perilaku yang positif. Peserta yang awalnya cenderung defensif atau kurang responsif, setelah pelatihan mulai menunjukkan sikap yang lebih empatik dan konstruktif. Misalnya, salah satu peserta, Ibu Aminah, yang sebelumnya kesulitan menanggapi keluhan tentang produk yang rusak, kini mampu menanyakan detail masalah dengan tenang dan menawarkan solusi alternatif. "Dulu saya bingung mau jawab apa kalau ada yang komplain. Sekarang, saya jadi tahu cara mendengarkan dan menenangkan pelanggan," ujar Ibu Aminah.

Diskusi partisipatif juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri peserta. Banyak peserta yang sebelumnya merasa canggung dalam berinteraksi dengan pelanggan kini lebih berani untuk memulai percakapan dan menawarkan bantuan. Penggunaan bahasa positif dan non-verbal yang diajarkan mulai diaplikasikan, seperti senyum ramah dan kontak mata yang lebih intens. Hal ini sejalan dengan tujuan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan praktis pemilik toko kelontong dalam berkomunikasi secara sopan, persuasif, dan profesional.

Dampak Terhadap Pelayanan Pelanggan dan Loyalitas: Meskipun dampak jangka panjang terhadap loyalitas pelanggan memerlukan observasi lebih lanjut, peningkatan pemahaman dan keterampilan komunikasi yang ditunjukkan peserta merupakan fondasi kuat untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan kemampuan menyampaikan pesan secara jelas, menggunakan bahasa yang sopan, dan memahami ekspresi pelanggan, pemilik toko kelontong diharapkan dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan memuaskan bagi pelanggan. Kepuasan ini sangat esensial dalam membentuk loyalitas pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Ini juga akan membantu pelaku usaha kecil meningkatkan kualitas layanan sehingga dapat membangun loyalitas pelanggan, sejalan dengan salah satu tujuan pengabdian ini.

Peningkatan kompetensi komunikasi ini juga sangat relevan dengan tantangan persaingan ritel modern dan digitalisasi. Konsumen yang semakin kritis akan memilih tempat belanja yang tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga pelayanan yang berkualitas. Dengan komunikasi yang efektif, toko kelontong dapat membangun hubungan yang lebih personal dan kuat dengan pelanggan, menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan mereka dari ritel besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan: Pelatihan komunikasi efektif dalam pelayanan pelanggan yang dilaksanakan bagi pemilik toko kelontong di Purwakarta berhasil mencapai tujuannya. Terjadi peningkatan signifikan pada pemahaman konseptual dan keterampilan praktis peserta terkait komunikasi interpersonal, mendengarkan aktif, penggunaan bahasa positif, serta penanganan keluhan pelanggan. Peningkatan kompetensi komunikasi ini diharapkan dapat secara langsung berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan pelanggan, yang pada gilirannya akan memperkuat loyalitas pelanggan dan daya saing toko kelontong di tengah persaingan bisnis yang ketat dan perubahan perilaku konsumen. Program ini membuktikan bahwa intervensi berupa pelatihan terstruktur sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha mikro untuk menghadapi tantangan era digital.

Saran:

1. **Untuk Pemilik Toko Kelontong:** Diharapkan untuk terus menerapkan dan melatih keterampilan komunikasi yang telah diperoleh dalam setiap interaksi dengan pelanggan. Partisipasi aktif dalam forum atau komunitas UMKM juga dapat menjadi sarana berbagi pengalaman dan pembelajaran berkelanjutan.
2. **Untuk Lembaga Penyelenggara Pengabdian:** Direkomendasikan untuk menyelenggarakan pelatihan lanjutan atau pendampingan berkala guna memantau implementasi keterampilan yang telah diajarkan dan memberikan bimbingan lebih lanjut, khususnya dalam aspek digital marketing dan pelayanan pelanggan online.
3. **Untuk Pemerintah dan Pihak Terkait:** Diperlukan dukungan kebijakan dan program yang lebih masif untuk meningkatkan kapasitas non-teknis (soft skills) pelaku UMKM, termasuk komunikasi dan pelayanan pelanggan, agar mereka dapat bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Rizqiawan, H., & Prihantono, D. (2020). Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan: Perbandingan pada Modern Retail Minimarket dengan Toko Kelontong di Kota Surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 3(3), 201-210.
- Andika, R., Kusnadi, E., & Wiryaningtyas, D. P. (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada toko sembako Barokah Dibesuki Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(4), 692-712.
- Jaya, F. P. (2017). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui variabel intervening kepuasan konsumen pada warung kelontong di Kecamatan Banjarmasin Timur. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1).
- Afandi, N. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sembako Madura dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *EKSYPAR: Ekonomi Syari'ah dan Bisnis Islam (e-Journal)*, 12(01), 1-20.
- Prastuti, W., & Wikaningtyas, S. U. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sembako Koperasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Naim, S., A'ffar, M., Sulistyowati, N. W., Destiana, R., Supriatna, E., Rukmana, A. Y., & Chusumastuti, D. (2023). Transformasi Toko Tradisional Menjadi Toko Berbasis Digital: Pelatihan Dan Pendampingan Untuk Menghadapi Era Digitalisasi. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, 1(03), 215-222.
- Sadiyah, N. (2024). Komunikasi pemasaran terpadu pada toko kelontong untuk meningkatkan kualitas layanan publik. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 2(1), 439-443.
- Juniarta, P. P., & Wardana, M. A. (2023). Peningkatan Kualitas Service Excellent Bagi Pramuniaga Yang Tergabung Dalam Aprindo Bali. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 3(1), 23-29.
- Marisan, I., Muslimin, K., & Wibowo, P. A. (2018, December). PKM Toko Kelontong dan Minimarket Rumahan Agar Memiliki Daya Saing Menghadapi Minimarket Modern. In *Seminar Nasional Kolaborasi Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 526-530).
- Fauzan, A., & Basya, M. M. (2024). Analisis Perbandingan Etos Kerja Pedagang Toko Kelontong Madura dengan Toko Kelontong Pribumi Lokal di Kecamatan Prajurit Kulon dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *UQUDUNA: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 2(02).
- Sulistyanto, A., Dwinarko, D., Syafrizal, T., & Mujab, S. (2021). Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Komunikasi Pemasaran bagi Pelaku UMKM pada Masyarakat di Kelurahan Ponggang, Kec. Serangpanjang, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdidias*, 2(1), 34-40.
- Mukhlisiana, L., Lestari, M. T., & Djuwita, A. (2022). Pelatihan Pengembangan Kompetensi Komunikasi Pada Pelaku Umkm Kabupaten Sumedang. In *Prosiding COSECANT: Community Service and Engagement Seminar* (Vol. 2, No. 2).

- Pratiwi, W. D., Nurfadilah, K. D., & Karim, A. A. (2022). Pelatihan Kemampuan Berbicara Di Depan Umum Bagi Pelaku UMKM Di Desa Muarabaru Kecamatan C [ABDIMAS] n Kabupaten Karawang. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(10).
- Rahmah Utari Alfafa¹, Isa Anshori². (2023). Dinamika marketplace dan toko kelontong: studi kasus di Desa Tambaksawah, Sidoarjo. *Jurnal Analisa Sosiologi* (3): 575- 588.
- Phie Chyan¹ dan Sean Coonery Sumarta² (2020). Pemberdayaan Toko Kelontong Sebagai Umkm Penyangga Ekonomi Rumah Tangga Masyarakat. ¹ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Atma Jaya Makassar. Email: phie_chyan@lecturer.uajm.ac.id

LAMPIRAN

gambar 1

gambar 1.1



gambar 1.2



(Sesi Teori Dasar Komunikasi: Penjelasan konsep dasar komunikasi interpersonal, pentingnya komunikasi dalam pelayanan pelanggan, dan elemen-elemen komunikasi)

gambar 2

gambar 2.1



gambar 2.2



Teknik Mendengarkan Aktif: Pengenalan dan praktik teknik mendengarkan secara aktif untuk memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan secara lebih baik, termasuk teknik parafrase dan refleksi perasaan.

Gambar 3

gambar 3.1



Gambar 3.2



(Penanganan Keluhan Pelanggan: Simulasi skenario penanganan keluhan pelanggan, mulai dari mendengarkan dengan empati, mengidentifikasi masalah, memberikan solusi, hingga memastikan kepuasan pelanggan.)