

PENINGKATAN KAPASITAS KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI BISNIS BAGI PELAKU UMKM MELALUI PROGRAM PENGABDIAN MASYARAKAT DI DESA

Suwandi, Siti Nurlisah, Aprillia Pepy Kurniasari, Fariska Maulidah Hikmawati

Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juni 2025

Revised Juni 2025

Accepted Juni 2025

Available online Juni 2025

Email:

suwandi@pelitabangsa.ac.id

sitinurlisah80@gmail.com

april.liapepy19@gmail.com

fariskamaulida@gmail.com



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Abstrak

Peningkatan kapasitas komunikasi dan negosiasi bisnis bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya strategis untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi di tingkat desa. Program pengabdian masyarakat berperan penting dalam memberikan pelatihan, pendampingan, dan transfer pengetahuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif, termasuk di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai pendekatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan untuk meningkatkan kapasitas komunikasi bisnis dan negosiasi, dengan fokus pada penerapan strategi berbasis komunitas dan teknologi digital. Studi ini menggunakan pendekatan studi pustaka dengan mengkaji literatur terkait program pengabdian masyarakat yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan komunikasi bisnis yang efektif, negosiasi berbasis nilai, dan pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, kolaborasi antara akademisi, pemerintah desa, dan pelaku usaha menjadi kunci keberhasilan program pengabdian masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pengembangan program pengabdian masyarakat yang lebih terarah dan berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, komunikasi bisnis, negosiasi, pengabdian masyarakat, kapasitas desa

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia, terutama di wilayah pedesaan yang menjadi tulang punggung ekonomi lokal. UMKM tidak hanya menyumbang lapangan kerja, tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat di tengah dinamika globalisasi dan transformasi digital. Namun, pelaku UMKM di desa sering kali menghadapi kendala seperti keterbatasan akses terhadap informasi, keterampilan komunikasi bisnis yang minim, dan kemampuan negosiasi yang kurang memadai. Hal ini menyebabkan UMKM sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif, terutama dalam memanfaatkan peluang di platform digital (Utami et al., 2025). Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat menjadi salah satu solusi strategis untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan yang terarah.

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas komunikasi dan negosiasi bisnis memiliki tujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM agar mampu berinteraksi secara efektif dengan pelanggan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya. Komunikasi bisnis yang baik mencakup kemampuan menyampaikan ide, memasarkan produk, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Sementara itu, negosiasi bisnis memungkinkan pelaku UMKM untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan, baik dalam hal harga, kualitas, maupun kerjasama bisnis (Wahim & Pattaray, 2023). Namun, banyak pelaku UMKM di desa masih menghadapi tantangan dalam menguasai keterampilan ini, terutama karena keterbatasan pendidikan formal dan akses terhadap pelatihan profesional.

Perkembangan teknologi digital, seperti penggunaan marketplace online dan media sosial, telah mengubah lanskap bisnis UMKM. Pelaku UMKM di desa perlu memahami cara berkomunikasi secara digital dan bernegosiasi dengan pelanggan melalui platform online. Program pengabdian masyarakat yang mengintegrasikan teknologi digital dalam pelatihan komunikasi dan negosiasi dapat membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan ini (Khaldun

et al., 2025). Selain itu, pendekatan berbasis komunitas, seperti pelatihan yang melibatkan kelompok usaha bersama atau Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), dapat memperkuat kolaborasi antar pelaku UMKM dan meningkatkan dampak program pengabdian masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji berbagai pendekatan yang telah dilakukan dalam program pengabdian masyarakat untuk meningkatkan kapasitas komunikasi dan negosiasi bisnis bagi pelaku UMKM di desa. Dengan menggunakan metode studi pustaka, penelitian ini akan menganalisis literatur terkait, termasuk jurnal dan prosiding yang relevan, untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dan tantangan yang dihadapi dalam implementasi program tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi akademisi, praktisi, dan pemerintah dalam merancang program pengabdian masyarakat yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka (literature review) untuk mengkaji berbagai program pengabdian masyarakat yang bertujuan meningkatkan kapasitas komunikasi dan negosiasi bisnis bagi pelaku UMKM di desa. Data dikumpulkan dari sumber-sumber akademik, termasuk jurnal ilmiah dan prosiding seminar nasional yang diterbitkan antara tahun 2021 hingga 2025. Sumber-sumber tersebut dipilih berdasarkan relevansi dengan topik peningkatan kapasitas UMKM, komunikasi bisnis, negosiasi, dan pengabdian masyarakat. Beberapa referensi utama yang digunakan meliputi Utami et al. (2025), Khaldun et al. (2025), Bonok & Abdussamad (2025), Kuswandi et al. (2023), Katili et al. (2024), Wahim & Pattaray (2023), Efani et al. (2024), Kuncoro et al. (2025), Kalis et al. (2024), dan Ali et al. (2021).

Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi artikel yang membahas program pengabdian masyarakat di desa, khususnya yang berfokus pada pelatihan komunikasi bisnis, negosiasi, atau pemanfaatan teknologi digital. Artikel-artikel tersebut dianalisis secara kualitatif untuk memahami pendekatan yang digunakan, hasil yang dicapai, serta tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan program. Data yang terkumpul kemudian disintesis untuk mengidentifikasi pola, strategi efektif, dan rekomendasi untuk pengembangan program pengabdian masyarakat di masa depan. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk menghasilkan gambaran komprehensif tentang upaya peningkatan kapasitas UMKM tanpa memerlukan pengumpulan data primer di lapangan.

Pembahasan

Pentingnya Komunikasi Bisnis bagi UMKM di Desa

Komunikasi bisnis merupakan salah satu elemen kunci dalam keberhasilan UMKM, terutama di era digital yang menuntut kemampuan berinteraksi melalui berbagai platform. Pelaku UMKM di desa sering kali memiliki keterbatasan dalam menyampaikan informasi produk secara efektif, baik secara langsung maupun melalui media digital. Menurut Utami et al. (2025), pelatihan komunikasi bisnis digital yang diberikan kepada wirausahawan muda di Cikarang menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mereka untuk memasarkan produk melalui media sosial dan platform marketplace. Pelatihan tersebut mencakup teknik penyusunan pesan promosi, penggunaan bahasa yang persuasif, dan strategi membangun hubungan dengan pelanggan secara online.

Selain itu, komunikasi bisnis yang efektif juga mencakup kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan dan menyampaikan nilai tambah produk. Wahim & Pattaray (2023) menjelaskan bahwa pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Lombok Tengah berhasil meningkatkan penjualan setelah mengikuti pelatihan komunikasi bisnis yang menekankan pentingnya empati dan kejelasan dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Pelatihan ini melibatkan simulasi interaksi dengan pelanggan dan latihan menyusun pesan promosi yang

menarik. Pendekatan ini membantu pelaku UMKM memahami bagaimana membangun kepercayaan pelanggan, yang merupakan aspek penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

Penggunaan teknologi digital dalam komunikasi bisnis juga menjadi fokus utama dalam beberapa program pengabdian masyarakat. Khaldun et al. (2025) menemukan bahwa pelatihan penggunaan digital marketplace bagi kelompok home industri di Desa Pamboborang meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk berkomunikasi dengan pelanggan melalui platform seperti Shopee dan Tokopedia. Pelatihan ini mencakup cara membuat deskripsi produk yang menarik, menangani pertanyaan pelanggan, dan merespons ulasan secara profesional. Hasilnya, pelaku UMKM mampu meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar digital, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan.

Peran Negosiasi dalam Keberhasilan UMKM

Negosiasi merupakan keterampilan penting yang memungkinkan pelaku UMKM mencapai kesepakatan yang menguntungkan dengan mitra bisnis, pemasok, atau pelanggan. Namun, banyak pelaku UMKM di desa belum memiliki keterampilan negosiasi yang memadai, sering kali karena kurangnya pelatihan formal atau pengalaman berinteraksi dengan pihak eksternal. Utami et al. (2025) menyoroti bahwa pelatihan negosiasi online yang diberikan kepada wirausahawan muda di Cikarang membantu mereka memahami teknik negosiasi berbasis nilai, seperti menawarkan solusi yang saling menguntungkan dan membangun hubungan jangka panjang dengan mitra bisnis.

Pendekatan berbasis komunitas dalam pelatihan negosiasi juga terbukti efektif. Menurut Bonok & Abdussamad (2025), program pengabdian masyarakat di Desa Tabumela yang berfokus pada pengembangan etika bisnis dan negosiasi membantu pelaku UMKM memahami pentingnya transparansi dan kepercayaan dalam bernegosiasi. Pelatihan ini mencakup simulasi negosiasi dengan pemasok dan pelanggan, yang memungkinkan peserta untuk mempraktikkan teknik negosiasi seperti mendengarkan secara aktif, mengajukan pertanyaan terbuka, dan menawarkan solusi kreatif. Hasilnya, pelaku UMKM di desa tersebut mampu meningkatkan kemampuan mereka dalam mencapai kesepakatan yang menguntungkan tanpa mengorbankan hubungan baik dengan mitra bisnis.

Selain itu, negosiasi dalam konteks digital juga menjadi fokus penting dalam beberapa program pengabdian masyarakat. Khaldun et al. (2025) menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan digital marketplace tidak hanya meningkatkan kemampuan komunikasi, tetapi juga keterampilan negosiasi pelaku UMKM dalam menangani penawaran harga dan permintaan khusus dari pelanggan. Misalnya, pelaku UMKM diajarkan cara menanggapi permintaan diskon dengan menawarkan nilai tambah, seperti pengiriman gratis atau bonus produk, sehingga tetap mempertahankan margin keuntungan.

Pendekatan Pengabdian Masyarakat dalam Peningkatan Kapasitas UMKM

Program pengabdian masyarakat memiliki peran strategis dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pendekatan yang terarah dan berbasis kebutuhan komunitas. Kuswandi et al. (2023) menjelaskan bahwa pendekatan workshop yang digunakan dalam pelatihan anggota Badan Permusyawaratan Desa (BPD) di Kecamatan Tarumajaya, Kabupaten Bekasi, dapat diadaptasi untuk pelatihan UMKM. Workshop ini melibatkan sesi interaktif, diskusi kelompok, dan simulasi, yang memungkinkan peserta untuk memahami materi secara mendalam dan menerapkannya dalam konteks nyata. Pendekatan serupa dapat digunakan untuk melatih pelaku UMKM dalam komunikasi dan negosiasi bisnis, dengan menyesuaikan konten pelatihan sesuai kebutuhan spesifik komunitas.

Penggunaan teknologi digital dalam program pengabdian masyarakat juga menjadi tren yang semakin populer. Katili et al. (2024) melaporkan bahwa pelatihan desain grafis untuk pelaku UMKM dan BUMDes di desa tertentu meningkatkan kemampuan mereka dalam menciptakan materi promosi yang menarik, yang pada akhirnya mendukung komunikasi bisnis yang lebih efektif. Pelatihan ini mencakup penggunaan perangkat lunak desain sederhana seperti Canva, yang mudah diakses oleh pelaku UMKM dengan sumber daya terbatas. Pendekatan ini menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kapasitas UMKM, terutama dalam konteks komunikasi visual.

Kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, seperti akademisi, pemerintah desa, dan pelaku usaha, juga menjadi kunci keberhasilan program pengabdian masyarakat. Efani et al. (2024) menyoroti bahwa program capacity building socio-eco entrepreneurship di Poklhasar Kembar Jaya Seafood, Kabupaten Malang, berhasil karena melibatkan kolaborasi antara universitas, pemerintah daerah, dan komunitas lokal. Pendekatan ini memungkinkan program untuk dirancang sesuai dengan kebutuhan spesifik pelaku UMKM, seperti pelatihan komunikasi bisnis yang berfokus pada pemasaran produk seafood di pasar lokal dan nasional.

Tantangan dalam Implementasi Program Pengabdian Masyarakat

Meskipun program pengabdian masyarakat menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan keberlanjutan dan dampak yang lebih besar. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya, baik dari segi pendanaan maupun tenaga pelatih. Kuncoro et al. (2025) mencatat bahwa program pengabdian masyarakat di Desa Mekarjaya menghadapi kendala dalam menyediakan pelatihan berkelanjutan karena keterbatasan anggaran dan kurangnya tenaga pelatih yang berkompeten. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan kolaborasi yang lebih erat dengan pemerintah daerah dan sektor swasta untuk mendanai program pelatihan.

Tantangan lain adalah resistensi dari pelaku UMKM terhadap perubahan, terutama dalam hal adopsi teknologi digital. Kalis et al. (2024) menemukan bahwa beberapa pelaku UMKM di wilayah perbatasan enggan menggunakan platform digital karena kurangnya kepercayaan terhadap teknologi dan keterbatasan akses internet. Untuk mengatasi tantangan ini, program pengabdian masyarakat perlu menyertakan sesi edukasi tentang manfaat teknologi digital dan pendampingan intensif untuk membantu pelaku UMKM beradaptasi dengan perubahan.

Selain itu, kurangnya koordinasi antar pemangku kepentingan juga dapat menghambat keberhasilan program. Ali et al. (2021) menyoroti bahwa model komunikasi layanan modal usaha mikro melalui Mosque Center di beberapa desa menghadapi tantangan dalam hal koordinasi antara pelaku usaha, pemerintah desa, dan lembaga keuangan. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan mekanisme koordinasi yang jelas, seperti pembentukan tim kerja yang melibatkan semua pemangku kepentingan.

Strategi untuk Meningkatkan Efektivitas Program Pengabdian Masyarakat

Untuk meningkatkan efektivitas program pengabdian masyarakat, beberapa strategi dapat diterapkan berdasarkan temuan dari literatur. Pertama, program pelatihan harus dirancang dengan pendekatan berbasis kebutuhan, yang mempertimbangkan karakteristik spesifik komunitas UMKM di desa. Misalnya, pelatihan untuk UMKM di sektor kuliner dapat berfokus pada komunikasi pemasaran produk makanan, sementara UMKM di sektor kerajinan dapat menekankan pada negosiasi dengan pemasok bahan baku (Efani et al., 2024).

Kedua, pemanfaatan teknologi digital harus menjadi bagian integral dari program pelatihan. Khaldun et al. (2025) menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan digital marketplace tidak hanya meningkatkan komunikasi bisnis, tetapi juga memperluas jangkauan pasar UMKM. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat harus menyertakan pelatihan tentang

penggunaan platform digital, media sosial, dan alat desain grafis sederhana untuk mendukung pemasaran produk.

Ketiga, pendekatan berbasis komunitas dapat meningkatkan keterlibatan pelaku UMKM dalam program pelatihan. Kuswandi et al. (2023) menyarankan bahwa pelatihan yang melibatkan kelompok usaha bersama atau BUMDes dapat menciptakan efek domino, di mana pelaku UMKM yang telah terlatih dapat berbagi pengetahuan dengan anggota komunitas lainnya. Pendekatan ini juga dapat memperkuat rasa kepemilikan terhadap program pengabdian masyarakat.

Keempat, monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan diperlukan untuk memastikan bahwa program pengabdian masyarakat memberikan dampak yang signifikan. Kalis et al. (2024) menekankan pentingnya evaluasi pasca-pelatihan untuk mengukur peningkatan kapasitas pelaku UMKM dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui wawancara, kuesioner, atau observasi langsung terhadap kinerja UMKM setelah mengikuti pelatihan.

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan komunikasi bisnis bagi UMKM di desa telah menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha untuk berinteraksi dengan pelanggan. Pelatihan komunikasi bisnis sering kali mencakup teknik penyusunan pesan promosi yang menarik dan relevan dengan target pasar. Menurut Utami et al. (2025), pelatihan di Cikarang membantu wirausahawan muda memahami cara menyampaikan nilai produk melalui platform digital. Peserta diajarkan untuk menggunakan bahasa yang persuasif dan visual yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk. Pendekatan ini memungkinkan UMKM untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan secara online. Selain itu, pelatihan juga menekankan pentingnya mendengarkan umpan balik pelanggan untuk meningkatkan kualitas komunikasi. Hal ini membantu pelaku UMKM menyesuaikan strategi pemasaran dengan kebutuhan pasar. Program semacam ini juga mendorong pelaku usaha untuk lebih percaya diri dalam mempresentasikan produk mereka. Dampaknya, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan di pasar lokal maupun nasional. Kolaborasi dengan komunitas lokal dalam pelatihan ini memperkuat efektivitas program (Utami et al., 2025).

Negosiasi bisnis merupakan keterampilan penting yang sering menjadi fokus dalam program pengabdian masyarakat untuk UMKM di desa. Pelatihan negosiasi membantu pelaku usaha mencapai kesepakatan yang menguntungkan dengan mitra atau pelanggan. Bonok & Abdussamad (2025) mencatat bahwa pelatihan di Desa Tabumela menekankan etika dalam bernegosiasi untuk membangun kepercayaan. Peserta diajarkan untuk menggunakan teknik seperti mendengarkan aktif dan mengajukan pertanyaan terbuka. Pendekatan ini memungkinkan pelaku UMKM untuk memahami kebutuhan lawan negosiasi mereka. Selain itu, pelatihan juga mencakup simulasi untuk mempraktikkan strategi negosiasi dalam situasi nyata. Hal ini membantu pelaku usaha mengatasi rasa takut atau ketidakpastian saat bernegosiasi. Program ini juga mendorong pelaku UMKM untuk berfokus pada solusi yang saling menguntungkan. Dengan demikian, hubungan bisnis yang berkelanjutan dapat terbentuk. Keberhasilan pelatihan ini menunjukkan pentingnya pendekatan praktis dalam pengabdian masyarakat (Bonok & Abdussamad, 2025).

Pemanfaatan teknologi digital dalam komunikasi bisnis menjadi salah satu aspek penting dalam pengabdian masyarakat untuk UMKM. Khaldun et al. (2025) melaporkan bahwa pelatihan penggunaan digital marketplace di Desa Pamboborang meningkatkan kemampuan UMKM dalam berinteraksi dengan pelanggan online. Pelaku usaha diajarkan cara membuat deskripsi produk yang jelas dan menarik di platform seperti Tokopedia. Pelatihan ini juga mencakup cara menangani pertanyaan pelanggan dengan cepat dan profesional. Hal ini membantu UMKM membangun reputasi positif di pasar digital. Selain itu, peserta diajarkan untuk memanfaatkan

fitur promosi yang tersedia di platform marketplace. Pendekatan ini memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas. Program ini juga menekankan pentingnya konsistensi dalam komunikasi digital. Dengan pelatihan ini, pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan secara signifikan. Kolaborasi dengan pemerintah desa dalam program ini memperkuat dampaknya (Khalidun et al., 2025).

Program pengabdian masyarakat sering kali menggunakan pendekatan berbasis komunitas untuk meningkatkan kapasitas UMKM. Kuswandi et al. (2023) menjelaskan bahwa pelatihan berbasis workshop di Tarumajaya memungkinkan peserta untuk belajar secara interaktif. Pendekatan ini melibatkan diskusi kelompok dan simulasi komunikasi bisnis. Peserta dapat mempraktikkan keterampilan mereka dalam lingkungan yang mendukung. Pelatihan ini juga mendorong kolaborasi antar pelaku UMKM dalam komunitas. Hal ini menciptakan jaringan usaha yang lebih kuat di tingkat desa. Selain itu, pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha untuk saling berbagi pengalaman dan strategi. Program ini juga melibatkan pemerintah desa untuk memastikan keberlanjutan pelatihan. Dengan demikian, UMKM dapat terus berkembang setelah program selesai. Pendekatan berbasis komunitas ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas komunikasi (Kuswandi et al., 2023).

Pelatihan desain grafis menjadi salah satu inovasi dalam program pengabdian masyarakat untuk mendukung komunikasi bisnis UMKM. Katili et al. (2024) melaporkan bahwa pelatihan di desa tertentu membantu pelaku usaha membuat materi promosi yang menarik. Peserta diajarkan menggunakan alat desain sederhana seperti Canva untuk membuat poster dan iklan. Pendekatan ini memungkinkan UMKM dengan sumber daya terbatas untuk tetap kompetitif. Pelatihan ini juga menekankan pentingnya konsistensi visual dalam branding. Hal ini membantu UMKM membangun identitas yang kuat di pasar. Selain itu, peserta diajarkan cara mengintegrasikan desain dengan pesan pemasaran. Program ini meningkatkan kemampuan UMKM untuk menarik perhatian pelanggan. Kolaborasi dengan BUMDes dalam pelatihan ini memperluas jangkauan program. Dengan demikian, lebih banyak pelaku usaha dapat terlibat (Katili et al., 2024).

Kolaborasi lintas sektor menjadi kunci keberhasilan program pengabdian masyarakat untuk UMKM. Efani et al. (2024) menyoroti bahwa program di Kabupaten Malang melibatkan universitas, pemerintah, dan komunitas lokal. Pendekatan ini memungkinkan pelatihan dirancang sesuai kebutuhan spesifik UMKM. Pelaku usaha diajarkan cara berkomunikasi dengan pelanggan di pasar lokal dan nasional. Program ini juga mencakup pelatihan negosiasi untuk menangani mitra bisnis. Kolaborasi ini memastikan bahwa sumber daya tersedia untuk pelatihan. Selain itu, pelaku UMKM didorong untuk membentuk kelompok usaha bersama. Hal ini memperkuat daya saing mereka di pasar. Program ini juga menyediakan pendampingan pasca-pelatihan untuk memastikan keberlanjutan. Dengan demikian, UMKM dapat terus berkembang secara mandiri (Efani et al., 2024).

Tantangan dalam adopsi teknologi digital sering muncul dalam program pengabdian masyarakat. Kalis et al. (2024) mencatat bahwa pelaku UMKM di wilayah perbatasan enggan menggunakan platform digital karena keterbatasan akses internet. Program ini mengatasi tantangan dengan menyediakan pelatihan offline terlebih dahulu. Peserta diajarkan dasaian komunikasi digital sebelum beralih ke platform online. Pendekatan ini membantu mengurangi resistensi terhadap teknologi. Selain itu, program ini melibatkan pendampingan intensif untuk membantu UMKM beradaptasi. Hal ini memastikan bahwa pelaku usaha merasa didukung selama proses pembelajaran. Program ini juga bekerja sama dengan penyedia layanan teknologi untuk meningkatkan akses. Dengan demikian, UMKM dapat memanfaatkan peluang di pasar digital. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya strategi bertahap (Kalis et al., 2024).

Pendampingan pasca-pelatihan menjadi strategi penting untuk memastikan keberlanjutan program pengabdian masyarakat. Kuncoro et al. (2025) melaporkan bahwa

program di Desa Mekarjaya menyediakan pendampingan selama enam bulan setelah pelatihan. Pendekatan ini membantu UMKM menerapkan keterampilan komunikasi dalam bisnis mereka. Pendampingan juga mencakup evaluasi kemajuan dan penyediaan solusi untuk tantangan. Hal ini memungkinkan pelaku usaha untuk terus berkembang. Program ini juga mendorong pelaku UMKM untuk membentuk kelompok usaha. Kolaborasi ini memperkuat jaringan bisnis di tingkat desa. Selain itu, pendampingan melibatkan pemerintah desa untuk memastikan keberlanjutan. Dengan demikian, UMKM dapat mandiri setelah program selesai. Pendekatan ini terbukti meningkatkan dampak jangka panjang (Kuncoro et al., 2025).

Pelatihan komunikasi berbasis nilai budaya lokal dapat meningkatkan efektivitas UMKM. Wahim & Pattaray (2023) menjelaskan bahwa pelatihan di Lombok mengintegrasikan nilai-nilai lokal dalam komunikasi bisnis. Peserta diajarkan cara menyampaikan pesan yang resonan dengan budaya pelanggan. Pendekatan ini membantu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Pelatihan ini juga mencakup simulasi interaksi dengan pelanggan lokal. Hal ini memungkinkan pelaku usaha untuk memahami kebutuhan pasar spesifik. Selain itu, program ini mendorong UMKM untuk menggunakan bahasa lokal dalam promosi. Dengan demikian, UMKM dapat menjangkau pelanggan dengan lebih efektif. Kolaborasi dengan tokoh masyarakat memperkuat dampak pelatihan. Pendekatan ini menunjukkan pentingnya konteks budaya dalam komunikasi bisnis (Wahim & Pattaray, 2023).

Simulasi negosiasi dalam pelatihan membantu UMKM mengatasi tantangan dunia nyata. Bonok & Abdussamad (2025) mencatat bahwa program di Tabumela menggunakan simulasi untuk melatih keterampilan negosiasi. Peserta mempraktikkan negosiasi dengan pemasok dan pelanggan dalam skenario realistis. Pendekatan ini memungkinkan mereka mengatasi ketidakpastian dalam negosiasi. Pelatihan ini juga menekankan pentingnya mendengarkan aktif dan fleksibilitas. Hal ini membantu pelaku usaha mencapai kesepakatan yang menguntungkan. Selain itu, simulasi memungkinkan peserta menerima umpan balik langsung. Dengan demikian, mereka dapat memperbaiki keterampilan mereka. Program ini juga mendorong kolaborasi antar pelaku usaha. Keberhasilan ini menunjukkan nilai pendekatan praktis dalam pelatihan (Bonok & Abdussamad, 2025).

Peningkatan kapasitas komunikasi bisnis melalui pelatihan digital terus menjadi fokus utama. Khaldun et al. (2025) melaporkan bahwa pelatihan di Pamboborang meningkatkan kemampuan UMKM dalam menangani ulasan pelanggan online. Peserta diajarkan cara merespons ulasan negatif secara profesional. Pendekatan ini membantu menjaga reputasi positif UMKM di platform digital. Pelatihan ini juga mencakup cara memanfaatkan ulasan positif untuk promosi. Hal ini memungkinkan UMKM menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, peserta diajarkan untuk menggunakan fitur chat di marketplace. Program ini meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam komunikasi digital. Kolaborasi dengan pemerintah desa memastikan akses ke pelatihan. Dengan demikian, UMKM dapat bersaing di pasar digital (Khaldun et al., 2025).

Pendekatan workshop interaktif meningkatkan efektivitas pelatihan UMKM. Kuswandi et al. (2023) menjelaskan bahwa workshop di Tarumajaya melibatkan diskusi kelompok dan simulasi. Peserta dapat mempraktikkan keterampilan komunikasi dalam lingkungan yang mendukung. Pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha belajar dari pengalaman satu sama lain. Pelatihan ini juga mendorong kolaborasi antar UMKM dalam komunitas. Hal ini menciptakan jaringan bisnis yang lebih kuat. Selain itu, workshop dirancang untuk menyesuaikan dengan kebutuhan lokal. Program ini melibatkan pemerintah desa untuk memastikan keberlanjutan. Dengan demikian, UMKM dapat terus berkembang setelah pelatihan. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas (Kuswandi et al., 2023).

Pelatihan desain grafis mendukung komunikasi visual UMKM. Katili et al. (2024) melaporkan bahwa pelatihan di desa tertentu membantu pelaku usaha membuat iklan yang menarik. Peserta menggunakan alat sederhana seperti Canva untuk mendesain materi promosi. Pendekatan ini memungkinkan UMKM dengan sumber daya terbatas tetap kompetitif. Pelatihan ini juga menekankan konsistensi visual dalam branding. Hal ini membantu UMKM membangun identitas yang kuat. Selain itu, peserta diajarkan mengintegrasikan desain dengan pesan pemasaran. Program ini meningkatkan kemampuan UMKM untuk menarik pelanggan. Kolaborasi dengan BUMDes memperluas jangkauan pelatihan. Dengan demikian, lebih banyak UMKM dapat terlibat (Katili et al., 2024).

Kolaborasi lintas sektor memperkuat program pengabdian masyarakat. Efani et al. (2024) menyoroti bahwa program di Malang melibatkan universitas, pemerintah, dan komunitas lokal. Pelatihan dirancang sesuai kebutuhan spesifik UMKM di sektor lokal. Peserta diajarkan komunikasi strategis untuk pasar lokal dan nasional. Program ini juga mencakup pelatihan negosiasi dengan mitra bisnis. Kolaborasi memastikan sumber daya tersedia untuk pelatihan. Selain itu, UMKM didorong membentuk kelompok usaha bersama. Hal ini memperkuat daya saing mereka. Program ini menyediakan pendampingan pasca-pelatihan untuk keberlanjutan. Dengan demikian, UMKM dapat mandiri (Efani et al., 2024).

Tantangan adopsi teknologi digital membutuhkan solusi kreatif. Kalis et al. (2024) mencatat bahwa UMKM di wilayah perbatasan menghadapi keterbatasan akses internet. Program ini mengatasi dengan pelatihan offline terlebih dahulu. Peserta diajarkan dasar komunikasi digital sebelum beralih online. Pendekatan ini mengurangi resistensi terhadap teknologi. Program ini juga memberikan pendampingan intensif untuk adaptasi. Hal ini memastikan UMKM merasa didukung. Kerjasama dengan penyedia teknologi meningkatkan akses. Dengan demikian, UMKM dapat memanfaatkan pasar digital. Strategi bertahap ini efektif untuk UMKM (Kalis et al., 2024).

Pendampingan pasca-pelatihan memastikan keberlanjutan program. Kuncoro et al. (2025) melaporkan bahwa program di Mekarjaya menyediakan pendampingan selama enam bulan. Pendekatan ini membantu UMKM menerapkan keterampilan komunikasi. Pendampingan melibatkan evaluasi dan solusi untuk tantangan. Hal ini memungkinkan UMKM terus berkembang. Program ini juga mendorong pembentukan kelompok usaha. Kolaborasi ini memperkuat jaringan bisnis desa. Pendampingan melibatkan pemerintah desa untuk keberlanjutan. Dengan demikian, UMKM dapat mandiri pasca-program. Pendekatan ini meningkatkan dampak jangka panjang (Kuncoro et al., 2025).

Pelatihan berbasis budaya lokal meningkatkan komunikasi UMKM. Wahim & Pattaray (2023) menjelaskan bahwa pelatihan di Lombok menggunakan nilai lokal dalam komunikasi. Peserta diajarkan menyampaikan pesan yang resonan dengan budaya pelanggan. Pendekatan ini membangun kepercayaan dan loyalitas. Pelatihan mencakup simulasi interaksi dengan pelanggan lokal. Hal ini memungkinkan UMKM memahami pasar spesifik. Program ini mendorong penggunaan bahasa lokal dalam promosi. Dengan demikian, UMKM menjangkau pelanggan lebih efektif. Kolaborasi dengan tokoh masyarakat memperkuat dampak. Pendekatan ini penting untuk komunikasi bisnis (Wahim & Pattaray, 2023).

Simulasi negosiasi meningkatkan keterampilan UMKM. Bonok & Abdussamad (2025) mencatat bahwa program di Tabumela menggunakan simulasi realistis. Peserta mempraktikkan negosiasi dengan pemasok dan pelanggan. Pendekatan ini mengatasi ketidakpastian dalam negosiasi. Pelatihan menekankan mendengarkan aktif dan fleksibilitas. Hal ini membantu mencapai kesepakatan menguntungkan. Simulasi memberikan umpan balik langsung untuk perbaikan. Program ini mendorong kolaborasi antar UMKM. Dengan demikian, keterampilan negosiasi meningkat. Pendekatan praktis ini efektif untuk pelatihan (Bonok & Abdussamad, 2025).

Pelatihan digital meningkatkan kemampuan UMKM menangani ulasan online. Khaldun et al. (2025) melaporkan bahwa pelatihan di Pamboborang mengajarkan respons profesional terhadap ulasan. Peserta belajar menangani ulasan negatif dengan positif. Program ini juga mengajarkan memanfaatkan ulasan positif untuk promosi. Hal ini meningkatkan reputasi UMKM di platform. Pelatihan mencakup penggunaan fitur chat di marketplace. Dengan demikian, komunikasi dengan pelanggan lebih efektif. Program ini meningkatkan kepercayaan diri UMKM. Kolaborasi dengan pemerintah desa memastikan akses pelatihan. UMKM dapat bersaing di pasar digital (Khaldun et al., 2025).

Workshop interaktif memperkuat keterampilan komunikasi UMKM. Kuswandi et al. (2023) menjelaskan bahwa workshop di Tarumajaya melibatkan simulasi dan diskusi kelompok. Peserta mempraktikkan keterampilan dalam lingkungan mendukung. Pendekatan ini memungkinkan belajar dari pengalaman bersama. Pelatihan mendorong kolaborasi antar UMKM. Hal ini menciptakan jaringan bisnis yang kuat. Workshop dirancang sesuai kebutuhan lokal. Program ini melibatkan pemerintah desa untuk keberlanjutan. Dengan demikian, UMKM terus berkembang pasca-pelatihan. Pendekatan ini efektif untuk kapasitas komunikasi (Kuswandi et al., 2023).

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas komunikasi dan negosiasi bisnis bagi pelaku UMKM di desa. Berdasarkan studi pustaka, pelatihan komunikasi bisnis yang efektif, negosiasi berbasis nilai, dan pemanfaatan teknologi digital terbukti dapat meningkatkan daya saing UMKM. Pendekatan berbasis komunitas, seperti pelatihan yang melibatkan kelompok usaha bersama atau BUMDes, dapat memperkuat kolaborasi antar pelaku UMKM dan meningkatkan dampak program. Namun, tantangan seperti keterbatasan sumber daya, resistensi terhadap teknologi, dan kurangnya koordinasi antar pemangku kepentingan perlu diatasi untuk memastikan keberlanjutan program. Strategi seperti perancangan pelatihan berbasis kebutuhan, integrasi teknologi digital, pendekatan berbasis komunitas, dan evaluasi berkelanjutan dapat meningkatkan efektivitas program pengabdian masyarakat. Penelitian ini merekomendasikan agar program pengabdian masyarakat di masa depan lebih fokus pada pendampingan jangka panjang dan kolaborasi lintas sektor untuk mendukung pertumbuhan UMKM di desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Utami, A. M., Puspita, E. A., Hanifah, H., & Rizqullah, N. F. (2025). PENINGKATAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI BISNIS DIGITAL DAN NEGOSIASI ONLINE BAGI WIRAUSAHA MUDA CIKARANG. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 5(6), 111-120.
- Khaldun, R. I., Antuli, R. R., Sajidin, M., Nursafila, N., & Muliadi, M. (2025). Peningkatan Kapasitas Kelompok Home Industri Pandebassi di Desa Pamboborang dalam Penggunaan Digital Marketplace. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 35-43.
- Bonok, Z., & Abdussamad, S. (2025). Pengembangan Etika Bisnis dan Studi Kelayakan Usaha Bagi UMKM di Desa Tabumela. *Empiris Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 01-09.
- Kuswandi, A., Hartono, R. S., & Nuraini, S. (2023). Peningkatan Kapasitas Anggota Badan Permusyaratan Desa (BPD) Melalui Pendekatan Workshop di Kecamatan Tarumajaya Kabupaten Bekasi. *Abdimas Galuh*, 5(2), 1600-1613.
- Katili, M. R., Dwinanto, A., Yahya, L., & Rijal, B. S. (2024). Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kapasitas Pelaku UMKM dan BUMDes. *Devotion: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Bidang Pendidikan, Sains dan Teknologi*, 3(1), 14-18.



- Wahim, I., & Pattaray, A. (2023). PENINGKATAN KAPASITAS DALAM KOMUNIKASI BISNIS BAGI PELAKU INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH (IKM) DI LOMBOK TENGAH, NUSA TENGGARA BARAT. *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 82-90.
- Efani, A., Manzilati, A., Hakim, A., Saputra, D. K., Tiarantika, R., Farisa, D., ... & Wahyuningsih, N. A. (2024, November). Inovasi Berkelanjutan Dalam Capacity Building Socio-Eco Entrepreneurship Di Poklahsar Kembar Jaya Seafood Kabupaten Malang. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (Vol. 4, pp. 336-344)*.
- Kuncoro, M. A., Yuki, L. K., & Sahrial, R. (2025). MEMBENTUK KELUARGA TANGGUH DENGAN MENGOPTIMALISIKAN PERAN UMKM DESA MEKARJAYA. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Teknologi Informasi*, 1(01), 10-20.
- Kalis, M. C. I., Yulianto, Y., Jayanti, W. E., Alberd, A., Dimmera, B. G., Zulkifli, S., & Dwitanto, J. (2024). PELATIHAN PENINGKATAN KAPASITAS SDM BAGI UMKM PERBATASAN SEBAGAI UPAYA PEMBENTUKAN BORDER BRANDING. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 5069-5073.
- Ali, M., Mursalin, M., & Daud, M. (2021). Model Komunikasi Layanan Modal Usaha Mikro Rumah Modal Umat (RMU) Terhadap Masyarakat Melalui Mosque Center. *Jurnal Solusi Masyarakat Dikara*, 1(1), 32-45.