

## Peningkatan Keterampilan Komunikasi Siswa Sekolah Kewirausahaan Cordova

Andreas Wahyu Gunawan P<sup>1)</sup>, Nico Lukito<sup>2)</sup>

Universitas Trisakti

Email: andreaswg@trisakti.ac.id

### ABSTRAK

Pasca pandemi, pelaku usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM) dituntut untuk meningkatkan kapasitas berkomunikasi dalam mengelola bisnis. Sekolah Kewirausahaan Cordova sebagai mitra pengembangan wirausaha muda menghadapi kendala keterampilan komunikasi, baik internal tim maupun dengan pelanggan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi siswa Sekolah Kewirausahaan Cordova melalui pelatihan teknik komunikasi efektif. Metode pelaksanaan meliputi penyuluhan, presentasi materi, diskusi, dan konsultasi kasus. Peserta sebanyak 22 orang mengikuti kegiatan pada 17 Desember 2023. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terkait perencanaan komunikasi, pemilihan saluran komunikasi, berbicara di depan umum, dan keterkaitan komunikasi dengan penentuan target pasar. Peserta juga menunjukkan antusiasme tinggi dalam sesi diskusi dan mengharapkan pendampingan lanjutan untuk mengaplikasikan strategi komunikasi. Kegiatan ini memberikan manfaat nyata dalam memperkuat kapasitas komunikasi pelaku UMKM, yang diharapkan berdampak pada peningkatan daya saing usaha pasca pandemi. Ke depan, program ini berpotensi dikembangkan melalui pendampingan berkelanjutan dan integrasi dengan program digitalisasi UMKM.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Kerjasama tim, survey, existing pelanggan

### ABSTRACT

*In the post-pandemic era, small and medium enterprises (SMEs) are required to strengthen communication skills to manage their businesses effectively. The Cordova School of Entrepreneurship, as a partner in developing young entrepreneurs, faces challenges in communication skills, both within teams and with customers. This community service program (PkM) aimed to enhance the communication skills of Cordova students through training in effective communication techniques. The implementation method included workshops, presentations, discussions, and case consultations. A total of 22 participants attended the program on December 17, 2023. The evaluation results indicate improved understanding of communication planning, channel selection, public speaking, and the linkage between communication strategies and target market determination. Participants demonstrated high enthusiasm during the discussions and expressed interest in further mentoring to apply communication strategies. This program provides tangible benefits in strengthening the communication capacity of SMEs, which is expected to improve their business competitiveness in the post-pandemic era. In the future, the program has the potential to be expanded through continuous mentoring and integration with SME digitalization initiatives.*

*Keywords: Communication, teamwork, survey, existing customers*

## **PENDAHULUAN**

Pasca pandemi COVID-19, pelaku usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM) menghadapi tantangan yang semakin kompleks dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Salah satu tantangan utama adalah keterampilan komunikasi, baik komunikasi internal dalam tim maupun komunikasi eksternal dengan pelanggan. Komunikasi yang efektif merupakan kunci dalam membangun relasi bisnis, meningkatkan daya saing, serta memperluas jaringan pasar. Namun, berdasarkan survei awal yang dilakukan di Sekolah Kewirausahaan Cordova, masih ditemukan sejumlah permasalahan dalam kemampuan siswa sebagai calon wirausaha muda, terutama dalam hal teknik komunikasi bisnis. Misalnya, banyak siswa belum terbiasa berbicara di depan umum, kesulitan memilih saluran komunikasi yang tepat, serta kurang memahami cara mengaitkan strategi komunikasi dengan target pasar.

Permasalahan ini menjadi penting karena di era digitalisasi, keterampilan komunikasi bukan hanya berkaitan dengan interaksi tatap muka, tetapi juga mencakup kemampuan memanfaatkan media sosial, aplikasi pesan, dan platform digital lainnya untuk memasarkan produk maupun membangun hubungan dengan pelanggan. Menurut Offerdal (2024), komunikasi strategis bagi UMKM harus dirancang fleksibel, menggabungkan komunikasi terencana dengan komunikasi improvisasi yang sesuai dengan situasi pasar. Hal ini menuntut pelaku UMKM, termasuk siswa Sekolah Kewirausahaan Cordova, untuk tidak hanya memahami teori komunikasi, tetapi juga menguasai keterampilan praktis dalam mengelola pesan, memilih saluran komunikasi, serta menyesuaikan gaya komunikasi dengan kebutuhan audiens.

Dalam literatur manajemen organisasi, Robbins dan Judge (2019) menekankan bahwa komunikasi efektif dapat berlangsung dalam berbagai bentuk: komunikasi top-down dari atasan kepada bawahan, komunikasi bottom-up dari bawahan kepada atasan, komunikasi lateral antar rekan kerja, hingga komunikasi dalam kelompok formal. Sementara itu, Mondy dan Martocchio (2016) menegaskan bahwa komunikasi yang baik akan meningkatkan koordinasi tim, membangun motivasi, serta memperkuat kolaborasi untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian, komunikasi yang tepat tidak hanya berdampak pada hubungan interpersonal, tetapi juga langsung memengaruhi kinerja bisnis.

Sekolah Kewirausahaan Cordova sendiri merupakan lembaga pendidikan yang berkomitmen mencetak wirausaha muda mandiri. Sejak berdiri, sekolah ini telah menghasilkan lulusan yang mampu mengembangkan usaha kecil dalam berbagai bidang, seperti kuliner dan kerajinan. Namun, dalam praktiknya, masih banyak siswa yang menghadapi hambatan dalam mengelola komunikasi bisnis. Hambatan ini dapat mengurangi potensi keberhasilan usaha mereka, khususnya dalam menghadapi persaingan pasca pandemi. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa kegiatan pelatihan yang dirancang khusus untuk meningkatkan keterampilan komunikasi siswa.

Tujuan utama dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah meningkatkan keterampilan komunikasi siswa Sekolah Kewirausahaan Cordova melalui serangkaian pelatihan praktis. Pelatihan ini diharapkan mampu membekali peserta dengan pemahaman mengenai perencanaan komunikasi, pemilihan saluran komunikasi yang sesuai, keterampilan berbicara di depan umum, serta kemampuan menghubungkan teknik komunikasi dengan strategi pemasaran dan target pasar. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga memberikan keterampilan aplikatif yang dapat langsung diterapkan dalam bisnis mereka.

Kebaruan (novelty) dari kegiatan ini terletak pada fokusnya yang menitikberatkan pada komunikasi sebagai bagian integral dari capacity building wirausaha muda. Sebagian besar program pembinaan UMKM biasanya menitikberatkan pada aspek manajemen keuangan, produksi, atau

pemasaran. Namun, aspek komunikasi kerap terabaikan, padahal komunikasi merupakan fondasi dari semua aktivitas bisnis. Inovasi kegiatan ini adalah menggabungkan pendekatan teoritis dengan praktik langsung melalui diskusi, konsultasi, dan studi kasus, sehingga siswa tidak hanya memahami konsep komunikasi, tetapi juga berlatih menggunakannya dalam konteks nyata.

Selain itu, kegiatan ini juga mendukung agenda pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menargetkan 30 juta UMKM menggunakan platform digital pada tahun 2024. Peningkatan keterampilan komunikasi, baik internal maupun eksternal, menjadi elemen penting dalam pencapaian target tersebut. Dengan pelatihan ini, siswa Sekolah Kewirausahaan Cordova diharapkan mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi bisnis yang lebih efektif, sehingga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha mereka.

Dengan latar belakang permasalahan, landasan teori, serta tujuan yang jelas, kegiatan PkM ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan wirausaha muda di Sekolah Kewirausahaan Cordova. Selain meningkatkan keterampilan komunikasi, kegiatan ini juga memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dan mitra masyarakat, serta membuka peluang keberlanjutan program melalui pendampingan lanjutan. Pada akhirnya, peningkatan keterampilan komunikasi ini diharapkan berdampak pada kinerja bisnis yang lebih baik dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi pasca pandemi.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan **pelatihan partisipatif** (*participatory training*), yaitu suatu metode yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan. Menurut Chambers (1994), pendekatan partisipatif memungkinkan peserta untuk tidak hanya menerima pengetahuan, tetapi juga berkontribusi dalam proses pembelajaran melalui pengalaman dan diskusi. Pendekatan ini dipandang sesuai karena siswa Sekolah Kewirausahaan Cordova telah memiliki pengalaman awal dalam menjalankan usaha, sehingga kegiatan PkM berfungsi sebagai wadah untuk memperkuat keterampilan komunikasi yang sudah ada.

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 17 Desember 2023 di Sekolah Kewirausahaan Cordova dengan melibatkan 22 peserta. Pelaksanaan dimulai dengan sesi pembukaan dan sambutan dari perwakilan mitra serta tim pelaksana dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti. Selanjutnya, peserta mengikuti pemaparan materi inti yang disampaikan oleh narasumber. Materi pertama berfokus pada teori dasar komunikasi bisnis, termasuk jenis-jenis komunikasi organisasi seperti *top-down communication*, *bottom-up communication*, *lateral communication*, dan komunikasi kelompok formal sebagaimana dikemukakan oleh Robbins dan Judge (2019). Materi kedua menekankan pada keterampilan praktis, yaitu perencanaan komunikasi, pemilihan saluran komunikasi, serta teknik berbicara di depan umum.

Setelah pemaparan materi, peserta diajak untuk mengikuti sesi diskusi kelompok dan tanya jawab. Diskusi ini bertujuan untuk menggali permasalahan komunikasi yang dihadapi masing-masing peserta dalam usaha mereka, sekaligus mencari solusi yang relevan dan aplikatif. Menurut Kolb (1984), pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) efektif untuk membangun keterampilan praktis karena peserta dapat merefleksikan pengalaman nyata, memformulasikan konsep baru, dan kemudian menguji penerapannya. Oleh karena itu, sesi diskusi dan studi kasus menjadi bagian penting dalam metode pelaksanaan PkM ini.

Selain itu, kegiatan ini juga memanfaatkan metode **konsultasi individual**, di mana peserta dapat berkonsultasi langsung dengan pemateri mengenai kendala spesifik yang dihadapi dalam menjalankan komunikasi bisnis. Metode ini didasarkan pada prinsip *problem-based learning*, yang menekankan pemecahan masalah nyata untuk menghasilkan solusi yang lebih kontekstual (Hmelo-Silver, 2004). Dengan demikian, kegiatan PkM tidak hanya bersifat ceramah satu arah, tetapi juga interaktif dan adaptif terhadap kebutuhan peserta.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui perbandingan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Instrumen evaluasi berupa kuesioner sederhana digunakan untuk menilai pemahaman terkait lima aspek utama, yaitu perencanaan komunikasi, pemilihan saluran komunikasi, keterampilan berbicara di depan umum, pemahaman saluran komunikasi, dan keterkaitan komunikasi dengan target pasar. Pendekatan evaluasi ini mengacu pada model Kirkpatrick (1996), yang menyatakan bahwa evaluasi pelatihan dapat dilakukan dengan menilai reaksi peserta, peningkatan pengetahuan, perubahan perilaku, serta dampak hasil dalam konteks kerja atau usaha.

Dengan metode partisipatif yang menggabungkan ceramah, diskusi, studi kasus, dan konsultasi individual, kegiatan PkM ini dirancang untuk memastikan peserta tidak hanya memahami konsep komunikasi, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara langsung dalam konteks usaha mereka. Pendekatan ini diharapkan memberikan dampak berkelanjutan dalam penguatan kapasitas komunikasi pelaku UMKM di Sekolah Kewirausahaan Cordova, sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan program pendampingan selanjutnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Sekolah Kewirausahaan Cordova menunjukkan hasil yang positif dan relevan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Sebanyak 22 peserta mengikuti pelatihan dengan antusias dan aktif terlibat dalam setiap sesi. Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan kuesioner pra dan pasca pelatihan, terlihat adanya peningkatan pemahaman peserta dalam berbagai aspek keterampilan komunikasi.

Hasil evaluasi ditunjukkan pada Tabel 1, yang menggambarkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Sebagai contoh, pemahaman tentang perencanaan komunikasi meningkat dari 40% sebelum pelatihan menjadi 60% setelah pelatihan. Pemahaman mengenai keterampilan berbicara di depan umum meningkat signifikan dari 30% menjadi 70%, sementara pemahaman tentang target pasar meningkat dari 20% menjadi 80%. Data ini menunjukkan bahwa metode partisipatif yang diterapkan—melalui kombinasi ceramah, diskusi, studi kasus, dan konsultasi individual—berdampak nyata terhadap peningkatan kapasitas komunikasi peserta.

**Tabel 1.**  
**Evaluasi: Hasil Kegiatan dalam Tingkat ketercapaian**  
**hasil Pemaparan Materi**

No.	Keterangan	Sebelum	Sesudah
1	Pemahaman tentang Perencanaan komunikasi	40%	60%
2	Pemahaman tentang pemilihan saluran komunikasi	50%	50%
3	Pemahaman tentang cara berbicara didepan umum	30%	70%
4	Pemahaman tentang saluran komunikasi	30%	70%
5	Pemahaman tentang Target Pasar	20%	80%
6	Pemahaman tentang mengkaitkan teknik komunikasi dengan target pasar	40%	60%

Temuan ini selaras dengan model pembelajaran berbasis pengalaman yang dikemukakan oleh Kolb (1984), di mana keterlibatan langsung dalam diskusi dan simulasi dapat memperkuat pemahaman serta keterampilan praktis. Lebih lanjut, hasil ini mendukung pandangan Kirkpatrick (1996) bahwa pelatihan yang efektif harus mampu menghasilkan perubahan pengetahuan (*learning*) sekaligus kesiapan untuk diterapkan dalam praktik nyata (*behavior*). Dalam konteks ini, siswa Sekolah Kewirausahaan Cordova

tidak hanya memahami teori komunikasi, tetapi juga memperoleh kesempatan untuk menghubungkannya dengan pengalaman bisnis mereka sendiri.

Selain peningkatan pengetahuan, diskusi dan konsultasi yang dilakukan mengungkap berbagai masalah yang dihadapi peserta, seperti kesulitan memilih saluran komunikasi digital yang tepat, kurangnya keterampilan meyakinkan pelanggan, dan keterbatasan dalam menghubungkan strategi komunikasi dengan target pasar. Melalui pendekatan *problem-based learning* (Hmelo-Silver, 2004), permasalahan ini dibahas secara interaktif sehingga peserta mendapatkan solusi yang aplikatif. Misalnya, beberapa peserta diarahkan untuk lebih intensif menggunakan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business sebagai sarana komunikasi pemasaran, sejalan dengan temuan terbaru bahwa platform digital memainkan peran penting dalam membangun hubungan pelanggan UMKM (Dwivedi et al., 2021).

Hasil pelatihan juga menunjukkan adanya perubahan sikap peserta. Banyak peserta menyatakan lebih percaya diri dalam berbicara di depan umum dan lebih siap menyampaikan nilai produk mereka kepada calon pelanggan. Menurut Kaur dan Sharma (2022), kepercayaan diri dalam komunikasi merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan wirausaha muda, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Hal ini memperkuat bukti bahwa kegiatan PkM tidak hanya berdampak pada aspek kognitif, tetapi juga aspek afektif peserta.

Dari sisi keberlanjutan, peserta mengharapkan adanya pendampingan lanjutan untuk mengaplikasikan strategi komunikasi secara lebih konsisten dalam praktik bisnis sehari-hari. Hal ini sejalan dengan pandangan Offerdal (2024) yang menekankan bahwa komunikasi strategis tidak cukup hanya direncanakan sekali, melainkan perlu diperkuat melalui proses berkelanjutan dan adaptif sesuai perubahan lingkungan. Oleh karena itu, program PkM ini dapat dilihat sebagai langkah awal yang perlu diintegrasikan dengan program pendampingan UMKM secara lebih sistematis, termasuk penguatan keterampilan komunikasi digital yang relevan dengan target pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan ini memperlihatkan bahwa metode partisipatif terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan komunikasi siswa Sekolah Kewirausahaan Cordova. Analisis data kuantitatif dari evaluasi pra dan pasca pelatihan serta temuan kualitatif dari diskusi mendukung kesimpulan bahwa pelatihan komunikasi memiliki dampak signifikan terhadap kesiapan wirausaha muda dalam mengembangkan bisnisnya. Dengan bekal keterampilan komunikasi yang lebih baik, peserta diharapkan mampu memperkuat daya saing usaha mereka, sekaligus memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan UMKM di era pasca pandemi.

## **SIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan di Sekolah Kewirausahaan Cordova berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan komunikasi peserta yang merupakan calon wirausaha muda. Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan signifikan pada aspek perencanaan komunikasi, keterampilan berbicara di depan umum, serta pemahaman mengenai target pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa metode pelatihan partisipatif yang menggabungkan ceramah, diskusi, studi kasus, dan konsultasi individual efektif dalam memperkuat kapasitas komunikasi peserta.

Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan ini juga membangun kepercayaan diri peserta dalam berinteraksi dengan pelanggan dan mitra bisnis. Hal ini penting karena komunikasi yang efektif tidak hanya berdampak pada hubungan internal dalam tim, tetapi juga menentukan keberhasilan strategi pemasaran dan daya saing usaha. Dengan keterampilan komunikasi yang lebih baik, siswa Sekolah

Kewirausahaan Cordova diharapkan mampu mengembangkan usaha mereka secara lebih profesional di era pasca pandemi.

Namun demikian, hasil evaluasi juga memperlihatkan bahwa pemahaman peserta terkait pemilihan saluran komunikasi belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Kondisi ini menegaskan perlunya pendampingan berkelanjutan, khususnya dalam pemanfaatan saluran komunikasi digital yang semakin dominan dalam ekosistem bisnis modern. Dengan demikian, keberlanjutan program PkM ini dapat diarahkan pada pengembangan modul komunikasi digital dan mentoring intensif yang terintegrasi dengan agenda pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kapasitas wirausaha muda dan memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dengan masyarakat. Ke depan, keberlanjutan program serupa akan menjadi penting untuk memastikan dampak jangka panjang terhadap peningkatan daya saing UMKM, sekaligus mendukung pencapaian target pemerintah dalam transformasi digital UMKM di Indonesia.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development*, 22(9), 1253–1268. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90003-5](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90003-5)
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Hmelo-Silver, C. E. (2004). Problem-based learning: What and how do students learn? *Educational Psychology Review*, 16(3), 235–266. <https://doi.org/10.1023/B:EDPR.0000034022.16470.f3>
- Kaur, G., & Sharma, S. (2022). Enhancing entrepreneurial success through communication competence: A study of young entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(5), 1013–1031. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2021-0167>
- Kirkpatrick, D. L. (1996). *Evaluating training programs: The four levels*. Berrett-Koehler.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- Kristaung, R. (2023). Digital transformation and communication strategy for SME resilience in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 11(2), 145–160. <https://doi.org/10.54099/jeb.v11i2.567>
- Mondy, R. W., & Martocchio, J. J. (2016). *Human resource management (14th ed.)*. Pearson.
- Offerdal, T. S. (2024). A limit to how much you can plan – Planned and improvised strategic communication during COVID-19. *Corporate Communication: An International Journal*, 29(1), 45–62. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-02-2023-0016>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior (18th ed.)*. Pearson.