

Pelatihan Keterampilan Komunikasi dan Pelayanan Pelanggan UMKM Desa Warnasari Untuk Meningkatkan Mutu dan Daya Saing

Zahra^{1*}, Popon Rabia Adawia², Asriani Natong³, Nurul Fitriani Fatonah⁴, Wati Rahayu⁵

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika, Bekasi, Indonesia

³Fakultas Teknik & Informatika, Program Studi Sistem Informasi Akuntansi, Universitas Bina Sarana Informatika, Bekasi, Indonesia

⁴Program Studi Perbankan Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Bisnis Islam Bina Essa Bandung, Bandung, Indonesia

⁵Program Studi Manajemen, STIE Gema Widya Bangsa, Bandung, Indonesia

Email: ^{1*}zahra.zzzr@bsi.ac.id, ²popon.adawia@bsi.ac.id, ³asriani.aog@bsi.ac.id, ⁴nurul.fitrianifatonah@gmail.com,

⁵rahayuwati559@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: zahra.zzzr@bsi.ac.id

Abstrak-Pelayanan pelanggan yang berkualitas dan komunikasi yang efektif merupakan kunci utama dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Artikel ini membahas pelaksanaan pelatihan keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan bagi pelaku UMKM di Desa Warnasari sebagai bagian dari program pemberdayaan masyarakat. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan mutu layanan, membangun hubungan pelanggan yang lebih baik, serta memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Metode yang digunakan meliputi pendekatan partisipatif melalui ceramah interaktif, simulasi, dan diskusi interaktif. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya komunikasi yang profesional dan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Dampak jangka pendek yang terlihat adalah perubahan sikap dalam menghadapi pelanggan, sementara dampak jangka panjang diharapkan berupa peningkatan loyalitas pelanggan dan pertumbuhan usaha. Pelatihan ini menjadi langkah strategis dalam menciptakan UMKM yang adaptif dan berdaya saing tinggi di tingkat lokal maupun regional.

Kata Kunci: UMKM, Komunikasi, Pelayanan Pelanggan, Pelatihan, Daya Saing, Desa Warnasari

Abstract-Qualified customer service and effective communication are the main keys in increasing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This article discusses the implementation of communication skills and customer service training for MSME actors in Desa Warnasari as part of a community empowerment program. The purpose of this activity is to improve service quality, build better customer relationships, and strengthen the position of MSMEs in facing market competition. The methods used include a participatory approach through interactive lectures, simulations, and interactive discussions. The results of the training show an increase in MSME actors' understanding of the importance of professional communication and customer satisfaction-oriented services. The visible short-term impact is a change in attitude towards customers, while the long-term impact is expected in the form of increased customer loyalty and business growth. This training is a strategic step in creating adaptive and highly competitive MSMEs at the local and regional levels.

Keywords: MSME, communication, customer service, training, competitiveness, Desa Warnasari

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam perekonomian nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Di tengah dinamika persaingan pasar yang semakin kompleks, kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada mutu layanan yang diberikan kepada pelanggan. Salah satu aspek penting yang sering diabaikan oleh pelaku UMKM adalah keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan yang efektif.

Pelayanan pelanggan yang prima serta komunikasi yang profesional menjadi faktor penentu dalam membangun kepercayaan, loyalitas, dan kepuasan konsumen. Dalam konteks UMKM di daerah perdesaan seperti Desa Warnasari, keterbatasan akses terhadap pelatihan formal dan kurangnya pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar pelayanan menjadi tantangan utama dalam peningkatan daya saing. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang tepat melalui program pelatihan yang mampu menjembatani kesenjangan keterampilan tersebut.

Adapun jumlah penduduk yang menjadi pelaku UMKM di Desa Warnasari adalah sebanyak 13 unit dengan jumlah pengurus dan anggota sebanyak 49 orang. 4 unit bergerak dalam industri material bahan bangunan dengan jumlah pengurus dan anggota sebanyak 18 orang. 1 unit berada pada industri kerajinan dengan jumlah pengurus dan anggota sebanyak 7 orang. 8 unit bergerak pada rumah makan dan restoran dengan jumlah pengurus dan anggota sebanyak 24 orang.

Kegiatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pelaksanaan pelatihan keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan bagi pelaku UMKM di Desa Warnasari. Fokus utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kompetensi pelaku usaha dalam menjalin relasi yang efektif dengan pelanggan, memahami kebutuhan konsumen, serta mengaplikasikan strategi pelayanan yang responsif dan profesional. Dengan pendekatan pelatihan yang partisipatif dan kontekstual, diharapkan tercipta perubahan perilaku pelayanan yang berdampak positif terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

2. KERANGKA TEORI

2.1 Keterampilan Komunikasi

Istilah komunikasi ini berasal dari bahasa Latin yakni *communicare* yang berarti menyebarluaskan atau memberitahukan. Dalam bahasa Inggris, istilah yang memiliki makna yang identik dengan *communicare* adalah *communication* yang boleh dimaknai sebagai suatu proses pengoperan lambang-lambang yang di mana mengandung arti. Dari istilah bahasa Inggris, *communication* inilah yang kemudian menjadi kata komunikasi yang bermakna sebagai suatu kegiatan untuk menyampaikan ide, opini, pikiran, dan gagasan dari seseorang kepada orang lain (Effendy, 2011).

Menurut DeVito (2013), komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih yang bertujuan membangun hubungan yang saling memahami dan mendukung. Dalam konteks UMKM, keterampilan ini penting untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Barnlund (1970) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses simultan yang melibatkan pengirim dan penerima sebagai pelaku aktif dalam menciptakan makna.

2.2 Pelayanan Pelanggan

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tercapai jika kinerja layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Model SERVQUAL menekankan lima dimensi utama kualitas layanan: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. UMKM yang memahami dan menerapkan dimensi ini dapat meningkatkan mutu layanan kepada pelanggan: *"Service quality can be measured through five dimensions, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles"* (Parasuraman et al., 1988).

2.3 Pemberdayaan UMKM dan Mutu Layanan

Zimmerer dan Scarborough (2008) menyatakan bahwa pelatihan dan pengembangan keterampilan merupakan kunci pemberdayaan UMKM untuk mampu bersaing dalam pasar yang kompetitif. Menurut Porter (1985), UMKM dapat memperoleh keunggulan bersaing melalui diferensiasi layanan yang lebih baik, termasuk dalam hal pelayanan pelanggan. Deming (1986) menyatakan bahwa peningkatan kualitas layanan harus dilakukan secara terus-menerus dengan keterlibatan semua pihak. Pelatihan merupakan bagian dari upaya menciptakan budaya mutu dalam organisasi, termasuk UMKM.

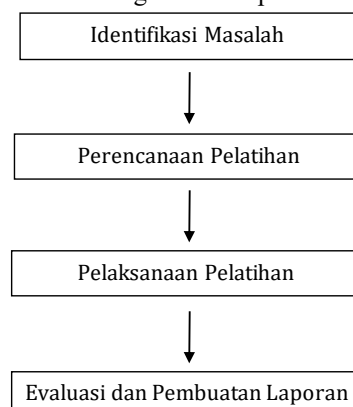
3. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan secara tatap muka di ruang kelas SDN Palayangan, Desa Warnasari, Pengalengan, Kabupaten Bandung dengan materi Pelatihan Bahasa Inggris untuk Pemandu Wisata.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

- Ceramah interaktif, metode ini digunakan untuk menyampaikan penjelasan kepada peserta mulai dari pengertian dan pentingnya keterampilan layanan pelanggan, keterampilan komunikasi yang efektif, dan cara berkomunikasi yang efektif dalam melayani pelanggan. Dalam materi yang diberikan, para peserta juga diberikan contoh komunikasi yang efektif yang dapat dipraktekkan oleh para peserta UMKM.
- Praktik Langsung (Role Play), metode ini diterapkan untuk memberikan kesempatan kepada para peserta untuk mencoba dan melakukan simulasi ketika para peserta melakukan komunikasi dengan para pelanggan. Ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan para pelaku UMKM.
- Tanya jawab dan diskusi, metode ini dilakukan untuk menggali persoalan-persoalan yang berhubungan dengan materi. Selain itu juga terkait kesulitan dan permasalahan yang sering dihadapi peserta ketika berkomunikasi sehari-hari, terutama ketika melayani pelanggan.

Alur model pelaksanaan kegiatan pelatihan akan digambarkan pada skema di bawah ini:



Gambar 1. Alur Skema Pelaksanaan Pelatihan

4. HASIL

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada Jumat, 13 Juni 2025 yang diikuti warga dan karang taruna Desa Warnasari, Pengalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.



Gambar 2. Peta Lokasi Pelaksanaan Abdimas, Desa Warnasari, Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat



Gambar 3. Lokasi Pelaksanaan Abdimas, Ruang Kelas SDN Palayangan, Desa Warnasari, Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat

Kegiatan dilaksanakan bertempat di Ruang Kelas SDN Palayangan, Desa Warnasari, Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. SDN Palayangan merupakan salah satu sekolah dasar yang ada di Desa Warnasari. Sekolah dengan jumlah siswa sebanyak 280 ini memiliki 7 kelas dan 1 perpustakaan.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelatihan dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahapan tersebut dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan mencari jalan keluar atau solusi terhadap permasalahan yang dihadapi, utamanya kepada keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan bagi para pelaku UMKM. Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk pemberian solusi dalam mengatasi permasalahan yang berhubungan dengan keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan bagi para pelaku UMKM di Desa Warnasari, Kabupaten Bandung sebagai berikut;

a. Tahap Persiapan

1. Melakukan rapat koordinasi dengan tim atau dengan panitia pelaksana abdimas.
2. Koordinasi dengan mitra yaitu Desa Warnasari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung.
3. Membuat proposal permohonan ijin kegiatan pengabdian masyarakat kepada Kepala Desa Warnasari.
4. Kunjungan awal ke Desa Warnasari.
5. Pengurusan administrasi (surat-menyurat).
6. Persiapan alat mulai dari membuat form absen dan sertifikat
7. Penyusunan bahan/materi pelatihan : slide Power point untuk kegiatan Pelatihan Keterampilan Komunikasi dan Pelayanan Pelanggan bagi UMKM di Desa Warnasari, Kabupaten Bandung.
8. Kegiatan Gladi bersih untuk panitia di hari H.

b. Tahap Pelaksanaan

Program Pengabdian kepada Masyarakat (P2M) merupakan kegiatan yang dilakukan baik oleh Lembaga, dosen, ataupun Mahasiswa/i Perguruan Tinggi yang berkolaborasi, yakni Universitas Bina Sarana Informatika, STEBI Bina Essa Bandung, dan STIE Gema Widya Bangsa.

Adapun secara rinci kegiatan dilaksanakan sebagai berikut;

1. Pembukaan oleh moderator.
2. Sambutan oleh Bapak Ki Aa Sugiharto, S.Ip., selaku Kepala Desa Warnasari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung.
3. Perkenalan dengan warga Desa Warnasari.
4. Ice breaking yang dilakukan oleh moderator.

5. Presentasi diawali dengan pengenalan tim dosen abdimas.
6. Memberikan sosialisasi tentang pentingnya keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan bagi para pelaku UMKM di Desa Warnasari, Kabupaten Bandung
7. Memberikan materi dalam bentuk ceramah dan demonstrasi tentang keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan. Materi yang diberikan merupakan penjelasan kepada peserta mulai dari pengertian dan pentingnya keterampilan layanan pelanggan, keterampilan komunikasi yang efektif, dan cara berkomunikasi yang efektif dalam melayani pelanggan. Dalam materi yang diberikan, para peserta juga diberikan contoh komunikasi yang efektif yang dapat dipraktikkan oleh para peserta UMKM.



Gambar 4. Penyampaian Materi oleh Dosen

8. **Praktik Dialog (Role Play)**
Metode ini diterapkan untuk memberikan kesempatan kepada para peserta untuk memahami, mencoba dan menerapkan komunikasi dan pelayanan kepada pelanggan. Ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM dalam berkomunikasi dan melayani pelanggan, sehingga dapat meningkatkan mutu dan daya saing. Pada metode ini, peserta diminta untuk berpasangan, dimana yang satu akan berlaku menjadi pelaku UMKM yang memasarkan produknya sementara yang satunya akan menjadi pembeli. Kegiatan praktek ini bertujuan untuk memahami dan merespon lawan bicara dengan cepat, tepat dan efektif.
9. **Tanya Jawab dan Diskusi**
Tanya jawab dan diskusi dalam pelatihan ini dilakukan untuk menggali persoalan-persoalan yang dihadapi para peserta yang berhubungan dengan materi ceramah. Selain itu juga terkait kelemahan dan permasalahan yang sering dihadapi peserta pelatihan.



Gambar 5. Sesi Tanya Jawab dan Diskusi

10. **Penutup**
Kegiatan penutup dilakukan dengan pemberian give away bagi peserta pelatihan, foto bersama dengan peserta pelatihan serta pembuatan laporan kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 6. Foto Bersama

c. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan melalui simulasi yang dilakukan selama pelatihan. Pada saat pelaksanaan praktik role play dimana para pelaku UMKM berkomunikasi dan melayani para pembeli, para pelaku UMKM mulai menerapkan apa yang terdapat dalam materi yang telah diberikan.

5. KESIMPULAN

Pelatihan keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan bagi pelaku UMKM di Desa Warnasari menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pendekatan edukatif-partisipatif dapat memberikan dampak positif terhadap kualitas layanan usaha. Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap pentingnya komunikasi yang efektif, sikap profesional dalam melayani pelanggan, serta kemampuan dalam mengelola interaksi konsumen secara lebih responsif. Hasil kegiatan ini mengindikasikan bahwa penguatan aspek non-teknis seperti keterampilan komunikasi dan pelayanan menjadi komponen penting dalam strategi peningkatan daya saing UMKM, terutama di wilayah perdesaan yang masih menghadapi berbagai keterbatasan. Dengan dukungan pelatihan yang berkelanjutan dan berbasis kebutuhan lokal, UMKM diharapkan mampu membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, program serupa perlu direplikasi dan dikembangkan secara lebih luas, serta diintegrasikan ke dalam kebijakan pemberdayaan UMKM di tingkat daerah maupun nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawia, P. R., Azizah, A., Endriastuty, Y., & Sugandhi, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen kereta api commuter line (Studi kasus commuter line arah Cikarang ke Jakarta Kota). *Sebatik*, 24(1), 87-95.
- Anggraini, D., Winarto, T., Purwaningtyas, T., Chalisyah, E., & Ardana, S. N. (2024). PELATIHAN KOMUNIKASI YANG EFEKTIF DALAM MENYELESAIKAN KONFLIK BAGI GURU SMK SURYACIPTA KARAWANG, JAWA BARAT. *Jurnal Abdimas Sosek (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(3), 35-39.
- Barnlund, D. C. (1970). A Transactional Model of Communication. In K. K. Sereno & C. D. Mortensen (Eds.), *Foundations of Communication Theory*. Harper & Row.
- Chalisyah, E., Natalia, I., Prihandono, P., Ridwan, M., Febriyanti, F., Himawan, I. S., & Indrawan, A. (2025). Pelatihan Keterampilan English For Business Untuk Pelaku UMKM Di Kabupaten Kuningan Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 27-38.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the Crisis*. MIT Center for Advanced Educational Services.
- DeVito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book* (13th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Liliweri, Alo. (2004). *Dasar Dasar Komunikasi*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Novita, D., Aerwanto, A., Arfian, M. H., Hanifah, H., Susanto, S., Purwati, S., & Rusmana, H. (2024). Personal Branding Strategi Untuk Memenangkan Pasar. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(2), 953-960.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Soyomukti, Nurani. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta : Ar-Ruzz Media.
- Sudrajat, D. (2019). Manfaat Komunikasi Pendidikan untuk Problem Solving dalam Perspektif Komunikasi Intrapersonal dan Psikoanalisa. *Jurnal Lentera Komunikasi*, 3(1).
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (5th ed.). Pearson Education.