

PELATIHAN *TRAINING OF TRAINER* UNTUK KOMPETENSI KOMUNIKASI PERSUASI BAGI PENGAJAR DAN PENDAMPING UMKM JAWA BARAT

Indra Novianto Adibayu Pamungkas¹, Miftahul Rozaq², Ilhamsyah³, Dini Salmiyah Fithrah Ali⁴

^{1,2,4} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

³ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia
*E-mail: miftahulrozaq@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Komunikasi persuasi memiliki peran vital dalam membantu pengajar dan pendamping Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Barat dalam mengatasi berbagai tantangan dan meningkatkan keberhasilan UMKM tersebut. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kurangnya keterampilan komunikasi persuasi dapat menjadi hambatan bagi pengajar dan pendamping UMKM dalam membujuk para pelaku UMKM untuk mengadopsi praktik bisnis yang lebih efektif dan inovatif. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi komunikasi persuasi bagi pengajar dan pendamping UMKM di Jawa Barat melalui pelatihan dan penerapan teknik komunikasi persuasi yang efektif. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini mencakup pelatihan interaktif, workshop, dan mentoring secara berkelanjutan, dengan fokus pada penguatan keterampilan berbicara empati, mendengarkan aktif, dan merancang pesan persuasif. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan dampak secara pengetahuan maupun keterampilan kepada para pengajar dan pendamping UMKM Jawa Barat. Keterampilan komunikasi persuasif untuk berbagai situasi training yang diantaranya; (1) *central route* (seperti, pendampingan personal), (2) *peripheral route* (seperti, seminar dan kelas umum), dan (3) *combinations route* (training dan workshop), yang dapat disesuaikan dengan kondisi pelatihan dan pendampingan.

Kata Kunci: *pengabdian masyarakat, komunikasi persuasi, pengajar, pendamping, UMKM, Jawa Barat.*

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran sentral dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Jawa Barat, sebagai pilar utama dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, para pelaku UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti persaingan global, perubahan pasar, dan keterbatasan sumber daya. Dalam menghadapi kompleksitas ini, peran pengajar dan pendamping UMKM sangat krusial dalam membantu para pelaku UMKM mencapai kesuksesan dan keberlanjutan usaha mereka (Rusmiarti, 2015).

Komunikasi persuasi telah terbukti menjadi keterampilan yang sangat penting bagi pengajar dan pendamping UMKM dalam membimbing dan membantu pelaku UMKM mengatasi berbagai permasalahan bisnis. Keterampilan komunikasi persuasi yang kuat memungkinkan para pengajar dan pendamping untuk mempengaruhi keyakinan dan sikap para pelaku UMKM, mendorong perubahan positif, dan mengadopsi praktik bisnis yang lebih efektif dan inovatif (Rogers, 2003; Antonioli & Della Torre, 2016). Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi komunikasi persuasi para pengajar dan pendamping UMKM di Jawa Barat masih perlu ditingkatkan guna lebih efektif membantu para

pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan bisnis yang kompleks (Hasbi, 2021; Idris et al., 2023; Ramadhan, 2022).

Berdasarkan permasalahan tersebut, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi komunikasi persuasi bagi pengajar dan pendamping UMKM di Jawa Barat. Melalui pendekatan pelatihan interaktif, workshop, dan mentoring berkelanjutan, hasil dari pelatihan fokus untuk memberikan keterampilan komunikasi persuasi yang efektif kepada para pengajar dan pendamping agar mereka mampu memberikan bimbingan dan dukungan yang lebih baik kepada para pelaku UMKM (Curtis, 2020).

Pengabdian masyarakat ini sejalan dengan visi pemerintah Jawa Barat dalam mengoptimalkan peran UMKM sebagai pendorong ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan meningkatkan kompetensi komunikasi persuasi para pengajar dan pendamping, UMKM dapat menjadi lebih adaptif, inovatif, dan mampu bersaing secara global, sehingga kontribusi mereka terhadap pertumbuhan ekonomi daerah semakin meningkat. Selain itu, pengabdian masyarakat ini juga mengedepankan prinsip kolaborasi aktif dengan pihak-pihak terkait, seperti lembaga pendidikan, komunitas UMKM, dan instansi pemerintah terkait, untuk mencapai tujuan yang lebih komprehensif. Dengan melibatkan para stakeholder ini, diharapkan hasil dari pengabdian masyarakat ini akan memiliki dampak yang lebih

luas dan berkelanjutan dalam memajukan UMKM di Jawa Barat.

Pemberdayaan masyarakat sasaran dalam program pengabdian masyarakat ini melibatkan aspek partisipatif aktif, dimana para peserta diajak untuk berkontribusi dalam proses pembelajaran dan membagikan pengalaman mereka dalam menghadapi berbagai situasi komunikasi yang menantang. Bukan hanya meningkatkan partisipatif aktif, tetapi juga memupuk rasa memiliki dan memperkuat ikatan antara para pengajar dan pendamping UMKM dalam komunitas. Dengan melibatkan aspek partisipatif para peserta dapat terlatih dalam situasi tertentu pada saat menjadi pengajar dan pendamping UMKM dan menerapkan strategi komunikasi persuasif yang dibutuhkan.

Selain pelatihan, program pengabdian masyarakat ini juga menawarkan pendampingan berkelanjutan bagi para pengajar dan pendamping UMKM. Melalui pendampingan ini, peserta akan mendapatkan kesempatan untuk menerapkan langsung keterampilan komunikasi persuasi yang telah mereka pelajari dalam lingkungan dunia nyata. Tim pendamping akan memberikan umpan balik konstruktif dan dukungan yang memadai untuk membantu para pengajar dan pendamping meningkatkan kualitas komunikasi persuasif mereka seiring berjalannya waktu. Pendampingan berkelanjutan ini bertujuan untuk memastikan bahwa keterampilan komunikasi persuasi yang telah dikuasai para pengajar dan pendamping dapat diimplementasikan dengan baik dalam mendukung para pelaku UMKM mencapai kesuksesan bisnis dan mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi.

2. Metodologi

Metode pelaksanaan kegiatan melalui tahapan pra-kegiatan, yaitu melakukan rapat koordinasi dengan mitra untuk menggali potensi dan permasalahan masyarakat sasaran. Kemudian dirumuskan bentuk kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan. Sesuai dengan permasalahan kemudian ditentukan masyarakat sasaran yaitu para Pengajar dan Pendamping UMKM Jawa Barat. Setelah rumusan kegiatan selesai tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari dosen Ilmu Komunikasi – Universitas Telkom memberikan pelatihan yang dibagi menjadi 2 sesi diantaranya:

1. Sesi 1 : TRAINING

Pada sesi pertama ini, pemateri memberikan pengertian mengenai *pitching*

2. Sesi 2 : WORKSHOP

Sesi kedua ini merupakan workshop yang berfokus pada *communication skill*

Mitra yang berpartisipasi pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah **Rumah Kreatif BUMN Bandung** yang berada pada naungan BUMN sehingga peserta/ masyarakat sasaran dalam program pengabdian masyarakat ini adalah para pengajar dan pendamping UMKM yang sudah tergabung dalam naungan Rumah Kreatif BUMN Bandung yang kemudian bersepakat untuk melakukan kolaborasi dengan program pengabdian masyarakat Universitas Telkom sebagai bentuk dukungan bersama dalam mendukung perkembangan UMKM di lapangan.

Pelaksanaan pelatihan berlangsung pada 24 Oktober pukul 09.00 sampai 12.00 WIB di ruang manterawu Lt. 2 Gedung Intata, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung. Selanjutnya, dilakukan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat dengan menggunakan respon melalui google form yang meliputi (1) kepuasan terhadap materi yang disampaikan narasumber (2) keberhasilan narasumber dalam menyampaikan materi (3) relevansi materi komunikasi persuasif dengan pengajar dan pendamping UMKM.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan skema pelatihan *Training of Trainer* (ToT) tentang kompetensi komunikasi persuasi bagi pengajar dan pendamping UMKM Jawa Barat telah sukses dilaksanakan. Pelatihan ini dilatarbelakangi oleh tantangan persaingan global, perubahan pasar, dan keterbatasan sumber daya para pelaku UMKM. Dengan kompleksitas permasalahan tersebut, maka peran pengajar dan pendamping UMKM dilapangan sangat krusial dalam membantu para pelaku UMKM mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

Acara pelatihan dibuka langsung oleh Dekan Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Ade Irma Susanty, Ph.D, dan pimpinan Rumah Kreatif BUMN, Supriatna S.Tr Kom yang berlangsung pada 24 Oktober 2023 pukul 09.00 sampai 12.00 WIB di ruang manterawu Lt. 2 Gedung Intata, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung. Kegiatan pelatihan diikuti oleh 40 orang peserta yang berada pada naungan Rumah Kreatif BUMN Bandung yang menjadi mitra kegiatan pengabdian masyarakat Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom.

Materi pelatihan disampaikan oleh Dr. Indra NA Pamungkas selaku Narasumber sekaligus ketua tim pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, dengan memberikan pemahaman mendalam kepada para peserta tentang strategi komunikasi persuasif melalui pesan motivasi saat memberikan pelatihan meliputi tiga *route* antara lain; (1) *central route* (seperti, pendampingan personal), (2) *peripheral route* (seperti, seminar dan kelas umum), dan (3) *combinations route* (training dan

workshop), yang dapat disesuaikan dengan kondisi pelatihan dan pendampingan.



Figure 1. Sesi Materi Oleh Narasumber

Selain itu terdapat sesi praktik dimana peserta dibagi menjadi beberapa kelompok yang akan berpartisipasi dalam simulasi dan peran pada saat melakukan presentasi, khususnya kemampuan komunikasi persuasif. Pada sesi praktik peserta mendapat tanggapan secara langsung tentang komunikasi persuasif saat melakukan presentasi, misalnya pendekatan empati, penguasaan bahasa tubuh, serta pesan-pesan persuasif yang disampaikan sehingga peserta dapat mengetahui apa yang perlu ditambah maupun dikurangi terhadap keterampilan presentasi yang dimiliki.



Figure 2. Sesi Interaktif

Pelatihan ini mendapat tanggapan positif dari peserta yang merasa puas dengan pendekatan interaktif dan praktis yang dilakukan narasumber dalam meningkatkan

keterampilan mereka sebagai pengajar dan pendamping UMKM. Hasil tanggapan peserta sebagai berikut:

Table 1. Hasil umpan balik peserta pada pelatihan training of trainer

No	Indikator Evaluasi	ST (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
1	Kepuasan pada materi oleh narasumber				80	20
2	Keberhasilan dalam penyampaian materi				80	20
3	Materi sesuai kebutuhan peserta				20	80
4	Durasi pelatihan relatif sesuai dan cukup				70	30
5	Peserta berharap kegiatan untuk dilanjutkan				10	90

Berdasarkan hasil umpan balik peserta pelatihan menunjukkan bahwa peserta pelatihan sangat antusias saat berpartisipasi dalam pelatihan. Dari jawaban yang diberikan oleh peserta pada kuesioner, rata-rata kepuasan mencapai angka 85%. Sedangkan beberapa peserta pada saat diakhir penampilan sesi praktik mengungkapkan bahwa peserta pelatihan dapat menerima pengetahuan baru tentang cara memberikan motivasi pada saat menjadi trainer untuk menerapkan strategi komunikasi persuasif kepada para UMKM. Selain itu menurut peserta, *best practice* dalam kegiatan pelatihan ini adalah sesi praktik presentasi dan monitoring pada setiap peserta baik secara penampilan maupun secara pesan persuasif yang disampaikan. Sedangkan, hal yang perlu ditingkatkan dalam pelatihan ini adalah keberlanjutan pelatihan, dan tahapan materi yang relevan misalnya

cara strategi komunikasi persuasif melalui konten digital untuk mempersiapkan trainer matang secara daring maupun luring.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelatihan yang telah dilaksanakan pada program pengabdian masyarakat dengan tema “Pelatihan *Training of Trainer* Untuk Kompetensi Komunikasi Persuasi Bagi Pengajar dan Pendamping UMKM Jawa Barat, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan dampak secara pengetahuan maupun keterampilan

kepada para pengajar dan pendamping UMKM Jawa Barat. Keterampilan komunikasi persuasif untuk berbagai situasi training yang diantaranya; (1) *central route* (seperti, pendampingan personal), (2) *peripheral route* (seperti, seminar dan kelas umum), dan (3) *combinations route* (training dan workshop), yang dapat disesuaikan dengan kondisi pelatihan dan pendampingan. Sedangkan berdasarkan beberapa saran yang diajukan untuk kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya adalah strategi komunikasi persuasif melalui konten digital untuk mempersiapkan trainer matang secara daring maupun luring.

5. Referensi

- Antonioli, D., & Della Torre, E. (2016). Innovation adoption and training activities in SMEs. *International Journal of Human Resource Management*, 27(3), 311–337. <https://doi.org/10.1080/09585192.2015.1042901>
- Curtis, M. (2020). Toward Understanding Secondary Teachers’ Decisions to Adopt Geospatial Technologies: An Examination of Everett Rogers’ Diffusion of Innovation Framework. *Journal of Geography*, 119(5), 147–158. <https://doi.org/10.1080/00221341.2020.1784252>
- Hasbi. (2021). *Transaksi E-Commerce Nasional Tertinggi di Jawa Barat, Total Senilai Rp15,02 Triliun*. Literasinews.Com. <https://literasinews.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-923079420/transaksi-e-commerce-nasional-tertinggi-di-jawa-barat-total-senilai-rp1502-triliun>
- Idris, B., Saridakis, G., & Johnstone, S. (2023). Training and performance in SMEs: Empirical evidence from large-scale data from the UK. *Journal of Small Business Management*, 61(2), 769–801. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1816431>
- Ramadhan, A. S. (2022). *Punya 35,1 Juta Pengguna Internet, Jawa Barat Dinilai Layak Sandang Predikat Digital Province*. Suarajabar.Id. <https://jabar.suara.com/read/2022/03/02/183623/punya-351-juta-pengguna-internet-jawa-barat-dinilai-layak-sandang-predikat-digital-province>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed). Free Press.
- Rusmiarti, D. A. (2015). Analysis of the Diffusion Innovation and the Development of Work Culture in Bureaucratic Organization. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, Vol 6(No 2), 85–100.