KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Masyarakat STIT Tanggamus
Volume 02, No. 02, September 2024, Hal. 58-63
ISSN: 3032-2707 (Online)
Website: http://jurnal.stittanggamus.ac.id/index.php/Khidmah

PENTINGNYA PERKEMBANGAN KOMUNIKASI PADA ERA MILENIAL TERHADAP KIAT UNTUK BERWIRAUSAHA

Dwi Oktavia[1], Roni Subhan[2]

[12]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember

Email: dwioktavia176@gmail.com[1]

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini diinisiasi oleh sekelompok pengusaha muda yang berada di Desa Stembel, yang masing-masing menjalankan usaha mikro dan kecil. Para pelaku industri ini fokus pada produksi tahu dan tempe dari kedelai, serta menyediakan jasa persewaan peralatan pernikahan. Pendekatan yang dilakukan UMKM ini cenderung pasif, mengandalkan pesanan konsumen dan mengabaikan potensi media sosial di era digital saat ini. Tujuan dari upaya ini adalah untuk merevolusi praktik bisnis para wirausahawan, mengalihkan mereka dari metode pemasaran tradisional ke pendekatan yang lebih kontemporer. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial sebagai sarana komunikasi, para pelaku usaha ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasarnya, meningkatkan margin keuntungan, mendongkrak volume penjualan, dan meminimalkan biaya pemasaran.

Kata Kunci: E-Marketing; Komunikasi; Media Sosial; Umkm

THE IMPORTANCE OF COMMUNICATION DEVELOPMENT IN THE MILLENNIAL ERA FOR TIPS FOR ENTREPRENEURSHIP

Abstract

Those involved in this community service initiative are a group of young entrepreneurs located in Stembel Village, who each run micro and small businesses. These industry players focus on the production of tofu and tempeh from soybeans, as well as providing wedding equipment rental services. The approach taken by these MSMEs tends to be passive, relying on consumer orders and ignoring the potential of social media in today's digital era. The aim of this effort is to revolutionize the entrepreneurs' business practices, shifting them from traditional marketing methods to a more contemporary approach. By harnessing the power of social media as a means of communication, these entrepreneurs are expected to expand their market reach, increase profit margins, boost sales volume, and minimize marketing costs.This community service initiative is a group of young entrepreneurs located in Stembel Village, each of whom runs a micro and small business. These industry players focus on the production of tofu and tempeh from soybeans, as well as providing wedding equipment rental services. The approach taken by these MSMEs tends to be passive, relying on consumer orders and ignoring the potential of social media in today's digital era. The aim of this effort is to revolutionize the entrepreneurs' business practices, shifting them from traditional marketing methods to a more contemporary approach. By harnessing the power of media.

Keywords: *Communication;EMarketing; UMKM; Social Media*

PENDAHULUAN

Dalam konteks status Indonesia sebagai negara berkembang, ruang lingkup kewirausahaan masih terbatas. Kurangnya informasi, pengetahuan, dan pendidikan menghambat pertumbuhan sektor perekonomian negara. Namun jika mempertimbangkan perspektif makroekonomi yang lebih luas, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) muncul sebagai sektor krusial dalam proses pemulihan perekonomian nasional. Penyerapan tenaga kerja oleh UKM berperan penting dalam menstimulasi produksi di berbagai bidang usaha. Pada akhirnya, kinerja UKM sangat dipengaruhi oleh keberadaan sumber daya manusia yang terampil, khususnya individu yang memiliki pengetahuan komprehensif, kemampuan komunikasi efektif yang diasah melalui pendidikan, pelatihan, dan pengalaman, serta mendapatkan pendampingan untuk menumbuhkan pola pikir kewirausahaan (Setiawan & Putro, 2021).

Komunikasi adalah proses menyampaikan pesan kepada orang lain untuk menginformasikan atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Proses ini juga mencakup interaksi gagasan dengan orang lain dan proses penciptaan. maksud dari ide atau pemikiran yang disampaikan, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Komunikasi bisnis, di sisi lain, adalah komunikasi yang digunakan untuk mempromosikan produk, layanan, atau organisasi dengan tujuan membangun kemitraan, sumber daya intelektual, dan meningkatkan nilai perusahaan. Komunikasi bisnis mencakup pengetahuan di dalam dan di luar perusahaan.

Kemampuan komunikasi yang baik adalah komponen penting dari keberhasilan seorang wirausaha, yang mencakup hampir 17% dari kinerja (Rakib, 2010). Kinerja usaha kecil dipengaruhi oleh proses pembekalan wirausaha. Wirausaha memerlukan pengetahuan yang sangat penting untuk menemukan peluang bisnis, membangun jaringan bisnis, dan menentukan strategi bisnis yang tepat. Pengetahuan ini dapat diperoleh melalui proses bimbingan dari senior atau melalui pengalaman langsung dalam menjalankan bisnis mereka sendiri. Berani mengambil risiko, proaktif, disiplin, berkomitmen tinggi, kejujuran, kreatif, dan inovatif; mandiri; rajin; tepat waktu dan tidak pemalas; selalu ceria dan pandai bergaul; suka menolong pelanggan; serius, memiliki rasa tanggung jawab, dan memiliki rasa memiliki.

Komunikasi bisnis adalah proses pertukaran pesan atau informasi untuk mencapai produk kerja yang efektif dan efisien dalam sistem dan struktur organisasi. Informasi dalam komunikasi bisnis tidak hanya harus informatif tetapi juga "persuasif" agar orang lain dapat memahaminya dan dipercayainya, sehingga tindakan dan aktivitas dapat dilakukan.

Dalam era digital atau era informasi saat ini, ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang dengan cepat. Perkembangan ini memiliki efek yang semakin terbuka karena informasi tersebar di seluruh dunia, melampaui batas waktu, tempat, dan ruang. Berbagai aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh teknologi seperti informasi dan komunikasi, yang mengubah cara hidup dan aktivitas manusia sehari-hari. Generasi saat ini telah dibawa ke dunia literasi digital sebagai hasil dari kemajuan teknologi dan informasi. Era digital telah menjadi bagian integral dari masyarakat modern, terutama di bidang pendidikan. Kondisi inilah yang membuat masyarakat, terutama mahasiswa, lebih cepat dan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk mencari berbagai informasi. Mampu mengatasi keterbatasan waktu dan ruang juga merupakan manfaat teknologi informasi (Yustanti & Novita, 2019).

Copyright © 2024, KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Masyarakat STIT Tanggamus

Menurut Nurdin (2019), generasi milenial memainkan peran penting dalam mengubah cara orang berkomunikasi di dunia maya. Menurut Črešnar & Jevšenak (2019), generasi yang lahir antara tahun 1980 dan 2005 dikenal sebagai generasi milenial. Generasi ini berfokus pada prinsip kebebasan dan keterbukaan. Realitas ini terjadi karena kepribadian mereka yang berkembang dalam lipatan teknologi informasi sejak lahir. Mereka berbeda dengan generasi yang dilahirkan antara tahun 1965 dan 1980 karena mereka lahir di tengah perkembangan teknologi informasi berbasis media cetak, meskipun dengan keterbatasannya. Generasi milenial tumbuh dalam lingkungan teknologi informasi berbasis internet, dan penggunaan media sosial berbasis web atau internet sangat populer (Autry & Berge, 2011).

Kepribadian generasi milenial ini membentuk pola komunikasi sosial di era milenial yang ditandai dengan adanya karakter kebebasan dalam berpendapat, keterbukaan dalam komunikasi, kesehariannya selalu menggunakan media online, memiliki kreativitas, inovatif, produktif, informatif, responsif, memiliki akun media sosial yang banyak, telpon android lebih diutamakan, dan komunikasi berbasis media digital (A. Said et al., 2018), menginginkan kemandirian, fleksibel, dan menginnginkan keseimbangan antara tantangan dengan hasil yang diharapkan (Meng et al., 2017).

Komunikasi dapat meningkatkan tingkat literasi berbicara kita untuk melatih serta memberikan edukasi terhadap masyarakat luas akan pentingnya komunikasi yang baik ini juga tentunya mendorong diri kita untuk melatih bicara kita untuk menumbuhkan suau usaha untuk kita menjadi seorang wirausahawan. Banyak apabila diteliti melalui terjun langsung kedalam lokasi yang sebenarya yang mereka menjadi wirausaha akan tetapi mereka kurang memahami cara komunikasi yang baik oleh sebab itu disini sebagai peneliti membuat program penyuluhan tetang pentingnya komunikasi dalam penunjang suatu keberhasilan dalam berwirausaha.

Komunikasi yang baik dan benar tentunya akan memberikan dampak yang besar bagi hidup seorang wirausahawan, karena suatu usaha tentunya juga sangat didukung oleh cara kita berkomunikasi yang baik dan benar agar mereka mampu mempunyai prinsip bahwa komunikasi itu diperlukan ketika kita akan menjadi seorang wirausahawan.

Dari kondisi yang ada, para peserta wirausaha perlu dibekali dengan berbagai pelatihan yang akan meningkatkan keterampilan dalam berwirausaha. Pelatihan komunikasi efektif menjadi salah satu keterampilan yang dibutuhkan berguna untuk pengembangan keterampilan berwirausaha. Komunikasi efektif mampu menghasilkan perubahan sikap pada seseorang dalam proses mengembangkan ketrampilan berwirausaha (Sari, 2016).

METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini direncanakan dengan membentuk kelompok pendampingan yang disesuaikan dengan target kegiatan di bidang kewirausahaan, khususnya berfokus pada kompetensi komunikasi efektif. Tabel 1 menampilkan langkah-langkah Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh para peneliti.

Tabel 1. Jadwal Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1	Rapat ke-1 Rencana Kegiatan	**28 Maret 2024**

Copyright © 2024, KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Masyarakat STIT Tanggamus

2	Komunikasi Kepada Perangkat Setempat	**11-12 April 2024**
3	Survey	**13-14 April 2024**
4	Memberikan Edukasi Komunikasi berwirausaha	**22 April 2024**

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dengan memberikan pelatihan secara offline. Lokasi kegiatan dilakukan di Stembel, Kecamatan Gambiran, Banyuwangi. Sasaran dari pelatihan ini adalah para pengusaha muda dari berbagai usaha kecil yang masih aktif menjalankan usahanya. Usaha-usaha tersebut mengalami fluktuasi, dan mereka melakukan berbagai strategi untuk menjaga agar usahanya tetap bertahan di pasar.

Untuk membangun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sukses, pelatihan ini memberikan arahan mengenai pentingnya pengembangan komunikasi di era milenial untuk kesuksesan berwirausaha. Melalui pelatihan ini, diharapkan para wirausahawan muda dari Desa Stembel, Gambiran, Banyuwangi, yang bergerak di bidang wirausaha, dapat membangun komunikasi yang efektif dengan para pelanggannya. Jika para wirausahawan muda ini dapat membangun komunikasi yang efektif dengan pelanggan mereka, mereka dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan penerimaan, dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara offline pada hari Senin, 22 April 2024, yang berlangsung selama kurang lebih 2,5 jam. Para peserta merupakan wirausahawan muda yang berasal dari desa Stembel, Gambiran, Kabupaten Banyuwangi, yang aktif berwirausaha. Melalui program pelatihan ini, diharapkan para wirausahawan mendapatkan wawasan tentang komunikasi yang efektif. Pada akhirnya, komunikasi yang efektif akan memungkinkan mereka untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan atau calon pelanggan, yang mengarah pada peningkatan produksi dan penjualan, dan kemudian, kesejahteraan ekonomi para pengusaha di desa Stembel, Gambiran, Kabupaten Banyuwangi akan meningkat.

Komunikasi yang efektif adalah proses yang menghasilkan perubahan perilaku, persepsi, dan pemahaman antara komunikator dan penerima, yang ditandai dengan kriteria seperti memilih kata-kata yang tepat, memiliki kekuatan dalam komunikasi, memahami produk, dan menggunakan bahasa pemasaran. Komunikasi yang efektif dalam proses penjualan harus memenuhi kriteria 7C: Kelengkapan, Keringkasan, Pertimbangan, Konkret, Kejelasan, Kesopanan, dan Ketepatan (Djugorahargo, 2018). Ketika berkomunikasi, seseorang harus terampil dalam mengekspresikan diri, mau mendengarkan secara aktif, dan memperhatikan isyarat nonverbal seperti cara berpakaian, kontak mata, ekspresi wajah, postur tubuh, suara, tulisan, senyuman, jabat tangan, mengingat nama, dan ketulusan (Nurrohim & Anatan, 2009).

Fungsi komunikasi dalam kewirausahaan adalah untuk meningkatkan pemasaran produk, meningkatkan kualitas produk, membina kerja sama, meningkatkan kualitas kepemimpinan, meningkatkan citra wirausaha, membangun relasi, dan menyelesaikan masalah. Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi bisnis termasuk persepsi, kredibilitas, kesesuaian, akurasi, dan kontrol. Terdapat dua jenis

Copyright © 2024, KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Masyarakat STIT Tanggamus

komunikasi yaitu komunikasi horizontal yang bertujuan untuk menjalin interaksi yang baik antara rekan kerja, dan komunikasi vertikal yang melibatkan penyebaran informasi dari atasan ke bawahan dan sebaliknya (Redaksi Mekari Jurnal, 2018).

Dalam melakukan komunikasi bisnis, produsen memiliki tujuan tertentu. Tujuan tersebut antara lain untuk memberikan informasi, persuasi, dan kolaborasi (Sari et al., 2018). Tujuan-tujuan tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan penerimaan, dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan perusahaan. Setelah mengikuti kegiatan ini, peserta mendapatkan wawasan bahwa untuk mencapai tujuan bisnisnya, wirausahawan harus mengelola bisnisnya secara efektif. Para wirausahawan harus selalu kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produknya. Selain itu, menciptakan wirausahawan yang memiliki kemampuan komunikasi dalam berwirausaha sangatlah penting. Komunikasi yang efektif memungkinkan pelanggan untuk merasa puas dengan produk. Teknologi yang digunakan oleh pengusaha harus disesuaikan dengan perkembangan zaman, seperti menggunakan digital marketing. Misalnya, berjualan secara online memungkinkan orang dari seluruh dunia mengetahui produk yang dipasarkan. Para peserta pada akhirnya mendapatkan motivasi dan semangat untuk berwirausaha dengan menguasai keterampilan komunikasi yang efektif, yang dapat mendorong produksi, penjualan, dan keuntungan bagi para pengusaha.

SIMPULAN

Para wirausahawan muda dari Desa Stembel, Banyuwangi, Jawa Timur, dapat meningkatkan kemampuan soft skill mereka dalam berkomunikasi agar dapat secara efektif menavigasi lingkungan bisnis saat ini dan di masa depan. Dengan mengembangkan kemampuan komunikasi mereka melalui media sosial, mereka dapat melakukan komunikasi aktif dengan siapa saja, di mana saja, dan kapan saja, sehingga menjadi lebih mudah dan cepat. Peningkatan soft skill komunikasi dalam kewirausahaan dapat mengarah pada peningkatan produksi dan penjualan, penerimaan yang lebih baik, peningkatan keuntungan, dan pada akhirnya, peningkatan kesejahteraan bagi para wirausahawan ini.

Kedepannya, para peneliti dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dapat terus melakukan pembinaan dan pengembangan soft skill komunikasi yang efektif bagi para wirausahawan muda di Desa Stembel untuk meningkatkan penjualan dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

Autry Jr, A. J., & Berge, Z. (2011). Digital natives and digital immigrants: getting to know each other. *Industrial and commercial training*, *43*(7), 460-466.

Črešnar, R., & Jevšenak, S. (2019). The millennials' effect: How can their personal values shape the future business environment of industry 4.0? Naše Gospodarstvo/Our Economy, 65 (1), 57–65.

Nurdin, I. (2019). Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku aparatur dan komunikasi birokrasi dalam pelayanan publik).

Redaksi Mekari Jurnal. (2018). Pentingnya Komunikasi Bisnis untuk Keberhasilan Usaha. Jurnal entrepreneur. Tersedia di: https://www.jurnal.id/id/blog/2018-pentingnya-komunikasi-bisnis-yangbaik-untuk-keberhasilan-usaha/

Copyright © 2024, KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Masyarakat STIT Tanggamus

Sani, S. A. & Nawawi, Z. M. (2022). Pengaruh Matakuliah Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha. ManBiz: Journal of Management and Business, 1(2), 66–74.

Yustanti, I., & Novita, D. (2019, February). Pemanfaatan e-learning bagi para pendidik di era digital 4.0 utilization of e-learning for educators in digital era 4.0. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*.

Copyright © 2024, KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Masyarakat STIT Tanggamus