

Pentingnya Public Speaking Dan Negoisasi Bisnis Bagi UMKM Desa Wage Kecamatan Taman-Sidoarjo

Noerchoidah¹, Nurdina², Yuli Kurnia Firdausia³, Moch. Munir Rachman⁴, R Bambang D W⁵

^{1,4}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

^{2,3,5} Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail: noerchoidah@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan UMKMi di Indonesia sebagai salah satu faktor yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Banyak faktor yang menjadi permasalahan dalam peningkatkan UMKM salah satunya yaitu kemampuan berkomunikasi yang menjadi sarana membangun kerja sama dan memperluas jaringan yaitu *public speaking* dalam promosi produk dan kemampuan bernegosiasi. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, bahwa *public speaking* dan negosiasi sangat penting bagi perkembangan dan peningkatan kinerja UMKM. Metode yang digunakan untuk penyampaian materi yaitu metode ceramah yang diberikan dalam penyuluhan dan pendampingan. Alur kegiatan terstruktur mulai dari observasi, persiapan, penyuluhan, pendampingan, dan evaluasi. Materi yang disampaikan tentang *public speaking* dan kemampuan bernegosiasi. Hasil yang diperoleh dari pengabdian masyarakat menunjukkan antusiasme peserta yang cukup baik. Selain itu, pelatihan keterampilan *public speaking* dan negosiasi juga berdampak positif pada kepercayaan diri dan motivasi para pelaku UMKM. Mereka merasa lebih percaya diri dalam mempresentasikan produk atau layanan mereka di depan publik, dan kemampuan negosiasi yang cukup baik dengan pihak konsumen yang dapat membantu dalam memperluas jaringan bisnis dan memperoleh peluang baru.

Kata Kunci: *Public Speaking, Negoisasi, UMKM*

ABSTRACT

The development of MSMEs in Indonesia is one of the factors that contribute to economic growth and employment. Many factors are problems in improving MSMEs, one of which is communication skills which are a means of building cooperation and expanding networks, namely public speaking in product promotion and negotiation skills. Based on the problems faced, public speaking and negotiation are very important for the development and improvement of MSME performance. The method used to deliver the material is the lecture method given in counseling and mentoring. The flow of activities is structured starting from observation, preparation, counseling, mentoring, and evaluation. The material presented is about public speaking and negotiation skills. The results obtained from community service show the participants' enthusiasm is quite good. Apart from that, public speaking and negotiation skills training also have a positive impact on the self-confidence and motivation of MSME players. They feel more confident in presenting their products or services in public and have good negotiation skills with

consumers which can help them expand their business network and obtain new opportunities.

Keywords: *Public Speaking, Negotiations, MSMEs*

LATAR BELAKANG

Pertumbuhan ekonomi pada bidang usaha ekonomi mikro di Indonesia memberikan dampak yang cukup signifikan pada Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional sangat besar. Berdasarkan siaran pers Kementerian Koordinator bidang perekonomian Republik Indonesia tahun 2022 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berkontribusi sebesar kurang lebih 60,5 % dari PDB dan sebanyak 96,9 % pada penyerapan tenaga kerja. Selaras dengan pendapat Harahap et al. (2020) menyampaikan bahwa keberadaan UMKM dapat menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas hidup, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Oleh karenanya, berbagai upaya dilakukan oleh para pemilik dan *stakeholder* untuk terus meningkatkan kinerja UMKM.

Pada masa Pandemi Covid 19 banyak UMKM yang mengalami keterpurukan. Namun mulai bergerak lagi pada tahun 2022. Kebijakan pemerintah untuk membantu membangun UMKM yaitu memberikan bantuan, intensitas pajak, relaksasi dan restrukturisasi kredit, perluasan pembiayaan, penyediaan penyangga produk serta membutuhkan beragam program pelatihan yang dapat meningkatkan potensi ekonomi yang dimiliki, antara lain adalah pelatihan promosi bisnis (Angraeni et al., 2021). Upaya untuk mendorong perkembangan UMKM harus disertai dengan perkembangan kemampuan UMKM dalam bersaing di pasar lokal dan global. Perkembangan jejaring, kerja sama, dan pemasaran produk harus menjadi salah satu upaya yang dilakukan oleh UMKM untuk dapat berkembang. Hal ini membuat kemampuan berkomunikasi menjadi hal penting untuk dimiliki oleh pelaku UMKM.

Masih minimnya keterampilan komunikasi ini membuat pelaku UMKM sering menolak peluang beberapa jenis bantuan pengembangan usaha dari kelurahan. Salah satu alasan adalah takut atau tidak percaya diri jika harus menyusun proposal, harus presentasi, harus diwawancarai, atau harus melaporkan secara lisan maupun tulisan. Minim komunikasi juga berdampak pemasaran tidak optimal karena terkendala minimnya jaringan usaha dan minimnya akses media massa. Kemampuan berkomunikasi dapat dilakukan pada bidang *public speaking*. *Public speaking* diperlukan bagi pelaku UMKM khususnya dalam meningkatkan cara berkomunikasi dalam hal peningkatan kinerja. Moehariono (2014) mengungkapkan bahwa kinerja merupakan penggambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi. Pelatihan *public speaking* merupakan salah satu langkah untuk meningkatkan eksistensi UMKM yang sedang dijalankan (Kirana et al., 2023).

Promosi sangat diperlukan bagi pelaku UMKM untuk menghasilkan hasil yang maksimal. Promosi suatu produk dapat meningkatkan hasil pendapatan bagi para pelaku usaha karena memiliki jangkauan yang lebih luas dan daya saing untuk diketahui oleh masyarakat (Wardiah et al., 2020). Banyak media yang dapat dikembangkan untuk melakukan promosi. Salah satunya yaitu melalui media digital. Media digital sangat bermanfaat bagi kegiatan promosi suatu produk. Promosi suatu produk dapat berjalan maksimal dengan adanya suatu pendekatan yang baik terhadap konsumen, salah satunya yaitu *public speaking*. *Public speaking* juga sangat diperhatikan meskipun promosi yang dilakukan secara *online*. Hal tersebut untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk yang akan dipasarkan.

Kemampuan berbicara di depan umum dapat membantu pelaku UMKM dalam mempromosikan produk atau layanan mereka, memperluas jaringan bisnis, dan memperkuat citra merek. Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki keterampilan *public speaking* yang baik, dan hal ini dapat berdampak negatif pada performa usaha mereka. Kemampuan *Public speaking* yang baik maka diharapkan para pelaku UMKM di Desa Wage Kecamatan Taman Sidoarjo dapat meningkatkan kinerjanya untuk dapat memasarkan produknya bukan hanya pada pasar lokal tapi bisa menembus pasar ekspor.

Selain ketrampilan *public speaking* terdapat faktor lain yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja bisnis yaitu kemampuan bernegosiasi pelaku UMKM. Kegiatan bisnis tidak terlepas dari berbagai kepentingan yang melibatkan banyak pihak, untuk itu dibutuhkan media sebagai tempat penyampaian kepentingan, dan negosiasi merupakan salah satu wadah yang tepat untuk mengomunikasikan keinginan kita (Tazkiya et al., 2021). Dalam negosiasi terjadi antara dua pihak dengan latar belakang yang sama yang memberikan pengaruh positif yang didapat pelaku UMKM, seperti: terjalinnya hubungan yang baik dengan konsumen, bertambahnya mitra kerja (Hamdan et al., 2015). Negosiasi bisnis adalah negosiasi yang ditujukan untuk menunjang proses keberhasilan bisnis. Negosiasi bisnis merupakan cara penjual dan pembeli mencapai kemenangan. Pendapat Sutisna (2001) menyampaikan negosiasi bisnis ini ditelaah pada aspek menawarkan produk dan jasa oleh pengusaha yang banyak digunakan pada personal selling (penjualan pribadi), karena pada penjualan pribadi yang memerlukan banyak pengetahuan dan keterampilan negosiasi. Penjualan secara personal selling dalam pelaksanaannya terjadi interaksi sosial dan saling pengaruh sehingga negosiasi memiliki peran penting. Tujuan utama dari negosiasi itu adalah untuk mendapatkan kesepakatan yang dinilai saling menguntungkan, menyelesaikan masalah dan mendapatkan solusi serta untuk mendapatkan kondisi yang saling menguntungkan bagi setiap pihak yang bernegosiasi.

Kondisi Desa Wage Kecamatan Taman Sidoarjo memiliki berbagai jenis usaha yang diproduksi oleh UMKM seperti: makanan, pakaian, hijab, dan *laundry*. Pengelolaan usaha masih banyak yang dilakukan secara tradisional. Di lapangan masih banyak kendala terkait kurang optimalnya pengelolaan usaha sehingga berdampak belum tercapainya peningkatan kinerja UMKM yang dilaksanakan. Banyak faktor yang menjadi permasalahan dalam peningkatkan UMKM dimasyarakat salah satunya seperti melakukan *public speaking* yang baik. Banyak hal yang menjadi permasalahan selama ini

dalam pengembangan operasional usaha mereka yang didasari kurangnya kemampuan dalam *public speaking* atau berkomunikasi dengan baik dalam mendukung usaha pemasaran. Selain itu kendala lain yang ditemukan adalah masih rendahnya kemampuan negosiasi para pelaku UMKM di Desa Wage Kecamatan Taman Sidoarjo.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, bahwa *public speaking* dan kemampuan negosiasi sangat penting bagi perkembangan dan peningkatan UMKM. Oleh karena itu, tim Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Adi Buana Surabaya melakukan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan terkait keterampilan *public speaking* dan negosiasi bagi pelaku UMKM yang ada di Desa Wage Kecamatan Taman Sidoarjo, sehingga dapat meningkatkan UMKM yang sedang atau yang akan dilaksanakan.

METODE PELAKSANAAN

Tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat melaksanakan kegiatan di Desa Wage Kecamatan Taman Sidoarjo pada tanggal 14 November 2023. Pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat dihadiri dengan jumlah peserta 40 orang sebagai pelaku UMKM. Uraian kegiatan pelaksanaan sebagai berikut:

1. Observasi

Tahap awal yang dilakukan mengadakan observasi untuk melakukan wawancara pada beberapa pelaku UMKM untuk menggali permasalahan yang sedang dihadapi pelaku UMKM di Desa Wage Kecamatan Taman Sidoarjo dan dikaji untuk membantu meningkatkan bisnis UMKM.

2. Proses Persiapan

Tahap selanjutnya pembentukan tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Kebutuhan yang disiapkan dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat, yaitu materi yang disampaikan, *pretest* dan *Post-test*, daftar hadir peserta. Kelengkapan kebutuhan pendukung yang dipersiapkan yaitu surat ijin, undangan untuk peserta, spanduk kegiatan, proyektor, laptop, pengeras suara dan *screen* proyektor.

3. Penyuluhan

Kegiatan penyuluhan dilakukan dengan cara ceramah dan praktik kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya *public speaking* dan kemampuan bernegosiasi untuk mendorong keberhasilan bisnis.

4. Pendampingan

Memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM di Desa Wage Kecamatan Taman-Sidoarjo. Pendampingan dilakukan sebagai cara untuk mengetahui keberhasilan dari program Pengabdian Kepada Masyarakat, kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM serta membantu memberikan solusi permasalahan. Pendampingan dilakukan melalui praktik bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan cara bernegosiasi dalam mengembangkan bisnis UMKM.

5. Evaluasi Pelaksanaan

Kegiatan evaluasi dilakukan diskusi tentang perubahan pemahaman pelaku UMKM berkaitan dengan kemampuan *public speaking* dan bernegosiasi setelah diberikan pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan Balai Desa Wage Kecamatan Taman-Sidoarjo. Kegiatan dilaksanakan secara luring yang dihadiri peserta pelaku UMKM.

Proses persiapan

Kegiatan terlaksana mulai dari persiapan, tim PKM dan peserta mengisi daftar kehadiran untuk dokumentasi arsip. Adanya rangkaian kegiatan tersebut sangat penting dalam sebuah kegiatan. Sebelum pemaparan materi peserta diarahkan untuk mengisi *pretest* untuk mengetahui pemahaman awal peserta. Sebagai pembanding untuk mengetahui ketercapaian dan kesuksesan kegiatan penelitian maka dilakukan sebuah *test* kembali pada akhir kegiatan. Kegiatan penelitian yang telah dilakukan memiliki efektifitas yang baik.



Gambar 1 Pengisian daftar hadir peserta

Kegiatan penyuluhan.

Kegiatan penyuluhan diberikan dalam bentuk mengenalkan keterampilan *public speaking* yang dalam pemahaman maupun praktiknya masih awam bagi masyarakat. Keterampilan *public speaking* dan negosiasi bersifat *soft skill*, masyarakat perlu dibangun kesadaran akan peran dan fungsi dalam mendukung keberhasilan pengembangan usaha UMKM. Materi tentang *public speaking* dan negosiasi disampaikan oleh tim dosen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sesuai dengan waktu kegiatan yang ditentukan.



Gambar 2 kegiatan penyuluhan *public speaking* dan negosiasi

Pendampingan

Pelaksanaan pendampingan Tim PKM Universitas PGRI Adi Buana Surabaya kepada mitra pelaku UMKM di Desa Kecamatan Taman- Sidoarjo tentang bagaimana cara berbicara di tempat umum dan cara bernegosiasi antara penjual dan pembeli untuk mendapatkan kemenangan hasil dalam mengembangkan hasil UMKM.

Evaluasi Pelaksanaan

Tanggapan pelaku UMKM cukup antusias terbukti adanya respon positif dalam menanggapi kegiatan tersebut dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Namun selalu ada kendala dalam pelaksanaan kegiatan meski kendala tidak terlalu berarti. Misalnya dalam pelaksanaan kegiatan tidak tepat waktu karena banyak peserta yang hadir sesuai tidak sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Hasil evaluasi dengan sebaran *pretest* dan *Post-test* pada peserta menunjukkan adanya perubahan pemahaman yang lebih baik. Pelatihan ini tidak hanya membantu pelaku UMKM dalam mempromosikan produk atau layanan mereka, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi mereka. Pelaku UMKM merasa lebih percaya diri dalam mempresentasikan produk atau layanan mereka di depan publik dan membantu dalam memperluas jaringan bisnis untuk memperoleh peluang baru.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu tridarma perguruan tinggi dan menjadi sumbangsih dari Universitas PGRI Adi Buana Surabaya kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM khususnya di Desa Wage Kecamatan Taman-Sidoarjo dengan memberikan kecakapan berbicara di depan umum dan kemampuan melakukan negosiasi. Hasil kegiatan ini memiliki keefektifan yang baik. Hal tersebut ditandai dengan adanya hasil pretest serta

Post-test yang dilakukan. Hasil pretest menunjukkan pengetahuan serta keterampilan dalam *public speaking* secara digital dan negoisasi yang masih kurang dan hasil *Post-test* mendapatkan hasil yang meningkat. Kegiatan ini telah membuka wawasan sebanyak-banyaknya bagi pelaku UMKM dalam peningkatan usahanya.

Perlu adanya kegiatan berkelanjutan dari tim PKM untuk senantiasa mengupayakan agar pelaksanaan kegiatan PKM dapat memberi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat melibatkan banyak pihak dan mendapat dukungan dari kampus Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Kepala Desa beserta staf kelurahan dan Pelaku UMKM di Desa Wage Kecamatan Taman-Sidoarjo. Tim PKM Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen mengucapkan terima kasih kepada LPPM yang sudah membantu dan memfasilitasi PKM sehingga dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtiyas, N. M. A. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi. *Journal of Government and Politics*, 3(1), 47–65.
- Hamdan, Y., Ratnasari, A., & Hirzi, A. T. (2015). Kemampuan Negosiasi Pengusaha Dalam Meningkatkan Kesepakatan Bisnis. *MIMBAR, Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 31(1), 21. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v31i1.854>
- Harahap, E. F., Luviana, L., & Huda, N. (2020). Tinjauan Defisit Fiskal, Ekspor, Impor Dan Jumlah Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 151. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.4907>
- Kirana, N. K., Sudayanti, D., & Ginanjar, S. E. (2023). Keterampilan Public Speaking dalam Peningkatan Performa UMKM di Kecamatan Rancasari Kota Bandung. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(3), 779–786. <https://doi.org/10.54082/jamsi.736>
- Moehariono. (2014). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Rajawali Pers.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Tazkiya, A., Aldiansyah, M., Sonia, G., & Saparingga, H. S. (2021). Meraih Keberhasilan Negosiasi Bisnis Melalui Keterampilan Berkomunikasi. *Jurnal Sosial Sains*, 1(5), 345–358. <https://doi.org/10.36418/sosains.v1i5.74>
- Wardiah, I., Subandi, S., Kusitini, S., & Noor, M. H. (2020). Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Rumahan Keripik Singkong. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 17. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.847>