
Peningkatan Kompetensi Materi Komunikasi Bisnis Bagi Guru Bisnis Daring dan Pemasaran Jawa Timur

Tri Sudarwanto, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Dwi Yuli Rakhmawati, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Hapsari Shinta Citra Puspita Dewi, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Erta, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Putri Hestiningrum, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Febrika Yogie Hermanto, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Abstract:

This Program aims to improve the competence and abilities of teachers at the Online Business and Marketing Subject Teacher Consultation (MGMP) in Surabaya in the field of business communication. The method of implementing the activities is through training and mentoring. The era of competitive digital transformation makes the demands of the times grow rapidly. Problems that often occur are always related to the communication that will be faced. If business communication is inappropriate or has errors, it will negatively impact a company or organization. It's time to build better business communication than before because in it you will find effective forms of communication in the business world and various forms of promotion that create great opportunities in doing business. In the economic aspect, this business communication training will make it possible to find effective business communication, so that it can become a source of income in improving the economic condition of teachers.

Keywords: Competency improvement, MGMP, Business Communication

Abstrak:

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan kompetensi dan kemampuan para guru pada Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Bisnis Daring dan Pemasaran di Surabaya dalam bidang Komunikasi bisnis. Metode pelaksanaan kegiatan PKM yaitu melalui pelatihan dan pendampingan. Era transformasi digital kompetitif membuat tuntutan zaman semakin berkembang pesat. Persoalan yang sering terjadi selalu berkaitan dengan komunikasi yang akan di hadapi. Jika komunikasi bisnis tidak sesuai atau mengalami kesalahan, akan menimbulkan dampak yang sangat merugikan bagi sebuah perusahaan atau organisasi. Sudah saatnya membangun komunikasi bisnis yang lebih baik dari sebelumnya karena di dalamnya akan mengetahui bentuk komunikasi yang efektif dalam dunia perbisnisan dan bentuk promosi yang variatif sehingga memunculkan peluang besar dalam berbisnis. Dalam aspek ekonomi, pelatihan Komunikasi bisnis ini akan menjadikan dapat menemukan komunikasi bisnis yang efektif, sehingga dapat menjadi salah satu sumber pendapatan dalam meningkatkan kondisi perekonomian guru.

Kata Kunci: Peningkatan kompetensi, MGMP, Komunikasi Bisnis

trisudarwanto@unesa.ac.id

PENDAHULUAN

Menyongsong kurikulum prototype merdeka belajar akan terdapat pembiasaan model pembelajaran yang baru, dimana guru dan siswa saling kolabratif menciptakan pembelajaran yang saling berkaitan dengan praktik di kehidupan sehari-hari, Untuk SMK jurusan pemasaran perlunya memahami pentingnya sebuah komunikasi bisnis yang nanti akan di implementasikan dalam praktik merdeka belajar, yang outputnya siswa dapat 1) menghasilkan produk barang/jasa, 2) memasarkan, 3) management penjualan yang baik.

Peran penting terhadap perubahan kurikulum merdeka belajar ini menuntut banyak guru akan beradaptasi dengan model pembelajaran yang baru. Perkembangan kurikulum baru bukan menjadi halangan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan Musyawarah Guru Mata Pelajaran agar lebih variatif dan inovatif sehingga mudah untuk di terapkan oleh siswa dalam kondisi nyata. Komunikasi Bisnis berbeda dengan komunikasi personal ataupun dalam bentuk komunikasi lain. Menurut (Rosenbalt, 1995) yang dimaksud Komunikasi bisnis merupakan pertukaran antar ide, opini, informasi, instruksi, dan sejenisnya melalui simbol dan tanda untuk mencapai tujuan bisnis. Komunikasi bisnis menjadi berbeda dengan komunikasi lain karena adanya perbedaan dengan isi atau pesan yang akan disampaikan. Bentuk komunikasi bisnis merupakan pesan yang dikirim dan diterima sebagai tujuan resmi dalam berkegiatan bisnis dan pengelolaan organisasi (Priyatna & Ardianto, 2008).

Era transformasi digital kompetitif membuat tuntutan zaman semakin berkembang pesat. Persoalan yang sering terjadi selalu berkaitan dengan komunikasi yang akan di hadapi. Jika komunikasi bisnis tidak sesuai atau mengalami kesalahan, akan menimbulkan dampak yang sangat merugikan bagi sebuah perusahaan atau organisasi. Komunikasi bisnis yang baik akan berdampak terhadap keyakinan konsumen untuk memahami, dan membeli produk yang ditawarkan tersebut (Priyatna & Ardianto, 2008).

Bentuk komunikasi bisnis pada umumnya berkaitan dengan sebuah promosi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dari perusahaan atau oraganisasi terhadap konsumen dengan tujuan agar saling menguntungkan satu sama lain (Kotler & Keller, 2009). Pesan yang tersampaikan dengan baik akan berdampak langsung dengan keberlangsungan sebuah perusahaan agar bertahan dan mengembangkan perusahaan untuk lebih besar dan kompetibel bersaing dengan perusahaan lain. Komunikasi bisnis perlu sekali diatur atau dirancang agar sebuah produk atau jasa dapat tersampaikan oleh konsumen dengan baik (Rosenblatt, 1997).

Manfaat materi komunikasi bisnis sangatlah banyak, Menurut (Syam, 2018) Terdapat fungsi dan tujuan komunikasi bisnis dalam organisasi yaitu informative, pengendalian, persuasive, dan integrative. Fungsi tersebut sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang sudah di tetapkan oleh perusahaan. Komunikasi sangat berperan sekali terhadap perusahaan untuk bisa bertahan dari segala kondisi dan dapat bertahan. Pentingnya peran komunikasi bisnis membuat modal paling bagik pada tahap awal untuk memperbaiki cara yang terbaik dalam komunikasi pada konsumen.

Konsumen memiliki peran yang sangat penting terhadap sebuah bisnis Karena

sebagai pengguna produk atau jasa. Komunikasi bisnis sangat penting perannya untuk bisnis pemula dimana pengenalan produk harus bisa mengetahui bentuk-bentuk komunikasi yang efektif untuk mengenalkan sebuah produk baru. Pengenalan produk baru ini akan membuat citra positif bagi sebuah perusahaan dan organisasi yang baik. Komunikasi bisnis akan memunculkan wirausahawan untuk maju dan dapat bersaing di era kompetitif, manfaatnya akan berdampak langsung bagi guru dan siswa jika diterapkan dengan baik

Pandemi ini banyak sekali orang yang kehilangan pekerjaan, peran penting komunikasi bisnis ini dapat memotivasi Guru-guru (MGMP) Musyawarah Guru Mata pelajaran Pemasaran di Jawa Timur untuk mengembangkan pembelajaran dan memunculkan generasi wirausahawan sukses dan bisa beradaptasi di pasca pandemic ini. Pasca pandemic sudah saatnya membangun komunikasi bisnis yang lebih baik dari sebelumnya karena di dalamnya akan mengetahui bentuk komunikasi yang efektif dalam dunia perbisnisan dan bentuk promosi yang variatif sehingga memunculkan peluang besar dalam berbisnis. Aspek ekonomi, pelatihan Komunikasi bisnis ini akan menjadikan dapat menemukan komunikasi bisnis yang efektif, sehingga dapat menjadi salah satu sumber pendapatan dalam meningkatkan kondisi perekonomian guru.

Dalam analisis situasi sebelumnya sudah dijelaskan permasalahan dan kebutuhan yang diperlukan oleh Guru Pemasaran, dimana Komunikasi Bisnis merupakan mata pelajaran yang benar-benar baru, baik dari sisi pengetahuan maupun dari sisi keterampilan. Para guru bidang keahlian pemasaran selama ini hanya mempunyai pengetahuan dan keterampilan pemasaran langsung (*direct selling*), sedangkan pengetahuan dan keterampilan terkait komunikasi bisnis yang masih kurang. Sehingga guru mengalami kesulitan dalam pelaksanaan kegiatan belajar mengajar disekolah. Peningkatan kompetensi materi komunikasi Bisnis sangat perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan kualitas pembelajaran yang pada akhirnya menghasilkan siswa yang kompeten dalam bidang pemasaran serta memahami untuk menjadi pelaku bisnis yang terampil dan handal.

METODE KEGIATAN

Untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh guru-guru dalam Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Bisnis Daring dan Pemasaran di Surabaya, maka tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, mengadakan PKM dengan memberikan pelatihan yang diberikan kepada guru untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan kompetensi para guru terkait materi Komunikasi bisnis, pelatihan dilaksanakan untuk guru pemasaran di wilayah Surabaya dalam hal ini Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Pemasaran pada tanggal 10 September 2022 di Auditorium FEB Gedung G6 lantai 3. Dengan jumlah peserta sebanyak 44 Guru MGMP BDP Jawa Timur.

Metode Pelaksanaan PKM Peningkatan Kompetensi Komunikasi Bisnis Bagi Guru MGMP Bisnis Daring dan Pemasaran Di Jawa Timur, adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan PKM

No	Jenis Kegiatan	Aktivitas	Indikator keberhasilan
1	Persiapan dan koordinasi dengan Mitra	Pertemuan antara tim PKM dengan mitra membahas tentang permasalahan yang dihadapi mitra, solusi dari tim PKM, kebutuhan pelatihan dan Jadwal Pelaksanaan Pelatihan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terlaksananya kegiatan koordinasi dan wawancara dengan mitra 2. Kesepakatan pelaksanaan pelatihan 3. Tersusunnya jadwal rencana kegiatan pelatihan 4. Kesepakatan peserta pelatihan
2	Penyusunan Modul Pelatihan	Pertemuan tim PKM Menyusun modul/handout sesuai dengan kebutuhan mitra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi berjalan dengan baik 2. Tersusunnya modul/handout dalam bentuk Powerpoint untuk setiap materi
3	Pelatihan	a. Pembukaan	Kegiatan terlaksana sesuai jadwal yang telah direncanakan
		b. Materi Merancang strategi Komunikasi Bisnis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kehadiran peserta pelatihan (guru) selama pelaksanaan kegiatan 2. Adanya diskusi interaktif antara peserta dan narasumber selama kegiatan berlangsung 3. Peserta memahami Merancang strategi Komunikasi Bisnis
		c. Diskusi dan Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya diskusi interaktif tentang acara 2. Adanya hasil rekapitulasi data kehadiran dan data keefektifan acara pelatihan
4	Pendampingan dan Review Hasil	Pendampingan dilakukan oleh Tim PKM terkait perbaikan hasil pelatihan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kegiatan diskusi interaktif antara peserta dengan pendamping
5	Evaluasi	Komunikasi dengan perwakilan mitra, dan penyebaran angket respon kepada seluruh peserta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya masukan dan saran dari peserta terkait pelaksanaan acara

Obyek Pelatihan ditujukan kepada Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Bisnis Daring dan Pemasaran di Surabaya dalam bidang komunikasi bisnis. Atas dasar efektifitas dan efisiensi pelatihan, dan juga mematuhi protokol Kesehatan maka

pelaksanaan kegiatan dilaksanakan secara online melalui zoom dengan 30 orang Guru sebagai peserta.

Pelatihan dilaksanakan pada 10 September 2022 dengan mengikutsertakan 4 Narasumber yang berasal dari dalam anggota PKM dan juga mengajak mahasiswa untuk membantu dalam pelaksanaan kegiatan PKM. Durasi pelaksanaan pelatihan selama 2 hari tatap muka, dan dilanjutkan kegiatan pendampingan selama 2 Minggu melalui WhatsApp Grup Peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan dan Koordinasi dengan Mitra

Pada tahap awal tim PKM melakukan koordinasi dengan mitra membahas tentang permasalahan yang dihadapi mitra, solusi dari tim PKM, kebutuhan pelatihan dan Jadwal Pelaksanaan Pelatihan. Solusi yang dapat ditawarkan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dialami oleh guru MGMP BDP di Jawa Timur adalah dengan mengadakan pelatihan Komunikasi Bisnis. Pada tahap ini juga telah disepakati jadwal pelaksanaan pelatihan.

Penyusunan Materi Pelatihan

Setelah diketahui kebutuhan dan jadwal pelaksanaan PKM, selanjutnya dilakukan Pertemuan tim PKM untuk Menyusun modul/handout sesuai dengan kebutuhan mitra. Dalam kegiatan ini koordinasi berhasil dilakukan dengan baik dan Tersusunnya modul/handout dalam bentuk Powerpoint untuk setiap materi yaitu materi tentang: 1) Strategi Komunikasi bisnis, 2) Tahapan Komunikasi Bisnis 3) Implementasi Komunikasi Bisnis Online

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Tim PKM telah melaksanakan pelatihan secara Offline kepada guru MGMP BDP di Jawa Timur pada tanggal 10 September 2022. Pelatihan diikuti oleh 45 guru anggota MGMP BDP Se Jawa Timur, dengan lokasi pelatihan di FEB Unesa. Terdapat 1) Strategi Bisnis Online Melalui Media Marketplace, 2) Pemasaran Digital melalui *Marketplace*, 3) Implementasi Bisnis Online dengan menggunakan/memanfaatkan *Marketplace*.



Gambar 1. Foto Pelaksanaan Pelatihan

Pendampingan dan Hasil Review

Pendampingan dilakukan oleh Tim PKM terhadap guru-guru MGMP Bisnis Daring untuk membahas terkait review dan perbaikan dari hasil kegiatan yang di kumpulkan oleh peserta. Adapun hasil review tersebut akan dijadikan sebagai bahan masukan dan evaluasi kegiatan PKM ini.

Evaluasi Kegiatan PKM

Tahapan terakhir dari kegiatan PKM ini adalah evaluasi, dari pelaksanaan secara keseluruhan berjalan dengan lancar. Dimana target peserta tercapai yaitu 45 peserta dari anggota guru MGMP BDP Jawa Timur mengikuti pelatihan yang direncanakan. Secara manfaat para peserta juga memberikan tanggapan yang positif dan mengharapkan adanya kegiatan seperti ini lagi. Dimana ada kelanjutan kegiatan webinar atau pelatihan mengenai bisnis online materi lainnya.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sudah dilaksanakan adalah sebagai berikut: 1) kegiatan PKM ini berjalan lancar sesuai dengan rencana karena mendapatkan dukungan dan antusias tinggi dari guru-guru MGMP Bisnis Daring dan Pemasaran Jawa Timur. 2) Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman peserta pelatihan tentang Komunikasi bisnis. 3) Peserta mampu meningkatkan kompetensi dalam mengajarkan Komunikasi Bisnis secara tepat, terarah dan kekinian kepada siswa, sehingga dapat membekali siswa.

Dari hasil evaluasi yang sudah dilakukan, diperoleh saran sebagai berikut: 1) Perlunya anggota MGMP Bisnis Daring dan Pemasaran Jawa Timur lebih memperdalam dalam materi komunikasi bisnis sehingga akan menambah pengetahuan dan pengalaman dalam proses belajar yang akan sangat membantu dalam mengajar peserta didiknya. 2) Kegiatan lanjutan berupa pelatihan dan workshop komunikasi bisnis diselenggarakan secara periodik sehingga dapat meningkatkan kemampuan hardskill guru pembelajar

dalam melaksanakan proses pembelajaran. 3) Pelatihan dilaksanakan secara offline atau luring sehingga pelaksanaan dapat berjalan dengan lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Priyatna, S., & Ardianto, E. (2008). *Tujuh Pilar Strategi Komunikasi Bisnis, Komunikasi Bisnis*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Rosenbalt, B. (1995). *Communication in business*. New Jersey: prentice hall, inc. Engelwood cliffs.
- Rosenblatt, S. (1997). *Business Communication*. New Jersey: Prentice Hall.
- Syam, N. W. (2018). *Model-Model Komunikasi: Perspektif Pohon Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.