

Pelatihan Penggunaan Komunikasi Efektif Guna Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Pengembangan Jiwa Wirausaha Siswa SMK N I Sambu)

Siti Saudah¹, Bernadetta Eko Putranti², Suprih Ambawani³

¹Program Studi Teknik Industri Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

²Program Studi Teknik Mesin Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

³Program Studi Teknologi Mesin Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Suprih Ambawani

E-mail: suprihambawani@akprind.ac.id

Abstrak

Keterampilan komunikasi efektif sangat penting bagi siswa sebagai bagian dari soft skill dalam berwirausaha, terutama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelaku usaha atau praktisi di bidangnya dapat memberikan edukasi tentang penggunaan komunikasi efektif melalui pelatihan, sehingga mereka dapat memberikan kepuasan baik bagi pelanggan maupun dalam pemasaran. PkM ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dalam berkomunikasi secara efektif. Metode yang digunakan: 1. Pemberian pre-test sebelum PkM untuk mengetahui pemahaman peserta tentang komunikasi efektif, 2. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. 3. Pemberian Post-test pasca PkM untuk mengetahui pemahaman peserta setelah dilakukan pendampingan tentang cara berkomunikasi yang efektif. Hasil PkM menunjukkan bahwa setelah dilakukan pendampingan peserta mampu berkomunikasi dengan efektif dalam memberikan informasi dan berinteraksi kepada pelanggan, yang sebelumnya dilakukan secara apa adanya karena belum mengetahui teknik komunikasi efektif.

Kata kunci - komunikasi, efektif, kepuasan, pelanggan, wirausaha

Abstract

Effective communication skills are essential for students as part of their soft skills in entrepreneurship, particularly for enhancing customer satisfaction. Business operators or practitioners can educate them on effective communication through training, enabling them to give customer satisfaction and improve marketing efforts. This community service program (PkM) aims to provide training on effective communication. The methods used include: 1) Conducting pre-tests before the program to assess participants' initial understanding of effective communication, 2) Providing training and mentoring on effective communication techniques, and 3) Conducting post-tests after training to evaluate participants' comprehension of effective communication techniques. The results of the community service program (PkM) showed that after receiving training and mentoring on effective communication techniques, participants were able to communicate effectively and interact well with customers, which was not previously done due to a lack of knowledge in effective communication techniques.

Keywords- communication, effective, satisfaction, customer, entrepreneurship

PENDAHULUAN

SMK N 1 Sambli adalah salah satu satuan pendidikan dengan jenjang SMK di Catur, Kecamatan. Sambli, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Dalam menjalankan kegiatannya, SMK NEGERI 1 Sambli berada di bawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. SMK N 1 Sambli beralamat di Wonotoro, Catur, Sambli, Boyolali, Catur, Kecamatan Sambli, Kabupaten. Boyolali, Jawa Tengah, dengan kode pos 57376. SMK N 1 Sambli memiliki akreditasi B, berdasarkan sertifikat 032/BAN-SM/SK/2019.

Website sekolah dapat dibuka melalui url <http://smknegeri1sambli.sch.id>. Sedangkan email, dapat dikirimkan ke smkn1sambli.boyolali@gmail.com. Gambar 2 menunjukkan laman website SMK N 1 Sambli. Namun laman tersebut masih banyak yang kosong dan perlu diperbaiki.

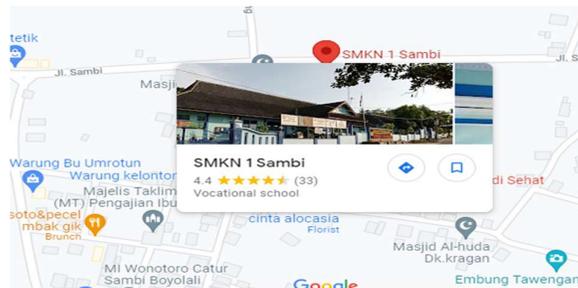


Gambar 1.
SMK N 1 Sambli



Gambar 2.
Website SMKN I Sambli

Program studi yang ada di SMK N 1 Sambli meliputi program studi Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO), Teknik dan Bisnis Sepeda Motor (TBSM), Tata Busana, Farmasi, dan Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ). Gambar 3 menunjukkan Map lokasi SMK N 1 Sambli dengan alamat di <http://surl.li/aqgsk>.



Gambar 3.
Peta lokasi SMK N 1 Boyolali

Sebagian besar Siswa di SMK N I Sambli, Boyolali merupakan siswa putra yang diharapkan akan menjadi pelaku usaha atau praktisi di bidangnya, sehingga dengan mengadakan pelatihan penggunaan komunikasi efektif guna meningkatkan pelanggan akan memberikan edukasi dalam berkomunikasi yang efektif guna usaha memberikan kepuasan baik bagi pelanggan maupun pemasaran pada Jasa Perbaikan Chasis dan Pemindah Tenaga.

Kendala yang dihadapi oleh para siswa dalam belajar berwirausaha adalah belum memiliki keterampilan berkomunikasi yang efektif, baik untuk melakukan pemasaran (mencari konsumen), memberi kepuasan pelanggan. Selain itu, mereka juga baru belajar untuk berwirausaha. Oleh karena

itu, perlu diadakan pelatihan kepada para siswa SMK I Sambu, Boyolali dengan tema “Penggunaan Komunikasi Efektif Guna Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Dalam rangka mengembangkan *soft skill* siswa terutama dalam komunikasi efektif sebagai bentuk kompetensi yang harus dimiliki siswa, maka diselenggarakan pelatihan dengan materi tersebut diharapkan dapat membantu siswa di SMK I Sambu khususnya “Komunikasi Efektif”. Hal ini merupakan salah satu solusi untuk memberikan keterampilan dalam hal kemampuan komunikasi.

METODE

Metode yang dipakai dalam pelaksanaan kegiatan PkM ini adalah memberikan materi pelatihan siswa kelas XI program studi Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) kelas A dan B di SMK N 1 Sambu Boyolali Jawa Tengah, secara luring.



Gambar 4.
Proses Pelatihan



Gambar 5.
Peserta Pelatihan

Adapun rincian metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi:

1. Pemberian *pre-test* sebelum pelatihan dimulai

Pada tahap awal diberikan *pretest* sebelum pelatihan dimulai dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman tentang “komunikasi efektif”, seperti cara berkomunikasi dengan pelanggan agar terpenuhi kepuasan, komunikasi pemasaran, maupun komunikasi dalam menyelesaikan masalah dengan pelanggan/konsumen dalam berwirausaha.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan untuk memberikan pemahaman dalam “Komunikasi Efektif” kepada siswa kelas XI program studi Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) kelas A dan B. Pemberian materi dengan cara: ceramah, tanya jawab, dan Praktik komunikasi. Siswa ada yang berperan sebagai wirausahawan dan sebagian sebagai pelanggan dalam bentuk demonstrasi.

3. Pemberian *Post-test* pasca Pelatihan

Pemberian *posttest* setelah kegiatan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana siswa dapat memahami materi yang diberikan dan pengaruh pelatihan bagi siswa dalam mengembangkan *soft skill* khususnya “Komunikasi Efektif” guna memberikan kepuasan kepada pelanggan pada Jasa Perbaikan Chasis dan Pemindah Tenaga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pelatihan ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pemahaman cara berkomunikasi efektif dan dampak bagi siswa dalam praktik komunikasi dengan konsumen khususnya pelanggan. Hasil pelatihan ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman, berlatih dan praktik dalam komunikasi efektif sesuai dengan ketentuan atau formula yang ada. Pada tahap awal pelatihan, tim memberikan 4 pertanyaan kepada siswa, yaitu:

1. Apakah Anda tahu dan mengerti apa itu komunikasi efektif?
2. Apakah manfaat komunikasi efektif terhadap kepuasan pelanggan dan pemasaran bagi wirausahawan?

3. Apakah Anda memahami bahwa komunikasi yang tidak efektif akan mengurangi informasi yang diberikan?
4. Apakah Anda memerlukan pelatihan terkait cara komunikasi efektif guna memenuhi kepuasan pelanggan?

Pertanyaan tersebut diberikan kepada 46 siswa yang hadir. Adapun responden adalah siswa kelas XI program studi Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) kelas A dan B dan hasil dari *pretest* adalah sebagai berikut: dari pertanyaan *pertama*, sebanyak 16 siswa responden menjawab mengerti definisi komunikasi efektif dan sisanya 30 siswa menjawab tidak tahu. Hal ini menunjukkan bahwa siswa SMK I Sambu sebagian besar belum memahami tentang komunikasi efektif. Sementara pertanyaan *kedua*, dapat dilihat bahwa 9 siswa menjawab mengerti bahwa komunikasi efektif sangat bermanfaat bagi pelanggan, sedangkan 37 siswa menjawab tidak tahu dan tidak mengerti manfaat komunikasi efektif bagi kepuasan pelanggan. Pertanyaan *ketiga* dapat dilihat 13 siswa menjawab komunikasi yang tidak efektif akan mempengaruhi informasi kepada pelanggan dan sisanya 33 menjawab tidak tahu, sedangkan untuk pertanyaan *keempat* 46 siswa menjawab bahwa komunikasi efektif sangat bermanfaat dan perlu diberikan dalam pelatihan guna mengembangkan *soft skill* bagi siswa terutama yang mempunyai jiwa wirausaha.

Hasil ini menunjukkan bahwa: siswa kelas XI program studi Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) SMP N I Sambu sebagai besar belum memahami Pentingnya komunikasi Efektif bagi kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dipahami karena siswa SMK belum banyak dikenalkan jiwa wirausaha dan kompetensi yang harus dimiliki. Dapat dimengerti bahwa pengetahuan tentang pentingnya komunikasi efektif memang diperlukan keterampilan khusus sehingga mendapatkan hasil yang maksimal. Hasil *pretest* ini menunjukkan bahwa siswa SMK I Sambu sebagian besar belum memahami manfaat, pengaruh dan cara berkomunikasi efektif dan layanan prima untuk menghadapi pelanggan.

Materi yang diberikan berupa penjelasan tentang: Apa pengertian komunikasi efektif, komponen penting dalam komunikasi efektif dan aplikasi komunikasi efektif dalam pelayanan prima.

Pelatihan ditekankan pada siswa dalam hal ini guna mengembangkan jiwa kewirausahaan saat lulus sekolah. Pelatihan Penggunaan Komunikasi Efektif meliputi: 1) Apa pengertian Komunikasi Efektif? 2) Mengapa perlu komunikasi efektif pada pelanggan? 3) Bagaimana cara berkomunikasi yang efektif? 4) Bagaimana prinsip dan komponen komunikasi efektif? 5) Contoh berkomunikasi yang efektif.



Gambar 6.
Pelaksanaan Pelatihan

Hal ini dijelaskan bahwa: Kepuasan pelanggan/konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran pelanggan. Kualitas produk dan jasa sangat berpengaruh untuk menarik konsumen yang berpeluang berkemungkinan besar pelanggan akan percaya dengan membutuhkan perusahaan (loyalitas).

Menurut (Lovelock & Wirtz, 2011) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Ada lima dimensi kualitas pelayanan jasa menurut (Tjiptono & Chandra, 2011). Kualitas pelayanan yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy, dimensi tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kelima dimensi ini yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan di suatu perusahaan.

Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

1. Pelayanan

Pelayanan yang baik harus mendengarkan keluhan atau masukan pelanggan supaya memberi jalan keluar yang tertuju dan produk atau jasa semakin diminati para pelanggan.

2. Kualitas Produk/jasa

Kualitas produk/jasa sangat penting, karena merupakan representasi (*ekspektasi*) konsumen dengan apa yang produsen buat. Hal ini yang membuat kepercayaan (*loyalitas*) datang untuk tetap membeli produk/menggunakan jasa.

3. Harga

Patokan harga menjadi sangat penting dalam bisnis, karena setiap harga yang ditawarkan ke konsumen akan mempengaruhi konsumen menggunakan jasa atau produk yang akan konsumen merasa puas dengan layanan tersebut.

4. Promosi dan Strategi Pemasaran yang Tepat

Promosi merupakan bagian yang penting dalam memberikan informasi untuk menawarkan produk/jasa. Kegiatan ini berfungsi untuk mempengaruhi konsumen menggunakan jasa atau produk yang akan konsumen merasa puas.

Cara Mengoptimalkan Kepuasan Pelanggan

Persaingan bisnis semakin bermunculan dengan berlomba-lomba mencari ide yang inovatif untuk mendapatkan keuntungan. Adapun beberapa cara untuk mempertahankan pelanggan supaya tetap setia dan mengikuti perkembangan bisnis diantaranya:

1. Cepat Tanggap Menanggapi Masalah dan Ramah pada Konsumen

Sikap dan perilaku ramah merupakan budaya yang dijunjung tinggi sehingga antara pengguna jasa dengan yang pelayan jasa merasa saling dihargai.

2. Membangun Hubungan Saling Menguntungkan

Untuk mewujudkan hubungan saling menguntungkan dapat dilakukan dengan cara memberikan program promosi kepada pelanggan untuk mengapresiasi telah berlangganan jasa.

3. Berikan *Reward Loyalty*

Untuk mengapresiasi kerjasama bisnis bersama pelanggan perlu memberikan reward, misalnya memberikan voucher diskon supaya konsumen merasa senang dan tetap berlangganan.

4. Menangani Keluhan Pelanggan

Komunikasi memegang peranan penting dalam hal ini, karena komunikasi yang tidak baik/efektif akan menghambat. Untuk mewujudkan hal ini perlu menangani masalah dengan baik, dengarkan keluhan pelanggan dan jika salah harus bersedia meminta maaf, karena jika tidak maka reputasi akan turun.

5. Bersikap Ramah

Menyiapkan SOP tentang tata karma: harus ramah terhadap pelanggan agar tidak kehilangan pelanggan, karena mempertahankan pelayanan terbaik menjadikan nilai tambah yang sangat penting dan utamakan kenyamanan untuk para pelanggan.

Pentingnya penggunaan komunikasi yang efektif guna meningkatkan kepuasan pelanggan dalam berwirausaha, untuk itu maka perlu adanya penyiapan *soft skill* bagi jiwa wirausaha bagi siswa SMK N I di Sambu. Setelah pemberian materi komunikasi efektif, kemudian akan dilakukan pengukuran hasil pelatihan ini. Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan *posttest* kepada peserta pelatihan.



Gambar 7.
Pelaksanaan *Post-test*

Selanjutnya dilakukan pengukuran hasil PkM dengan memberikan *posttest* kepada peserta pelatihan, sesudah kegiatan pelatihan PkM. Kepada siswa SMK N I Sambu, diberikan lima pertanyaan, yaitu:

1. Apakah anda dapat memahami materi pelatihan dengan baik?
2. Apakah anda mendapat manfaat yang signifikan setelah mendapat pelatihan?
3. Apakah saat ini anda mengerti bagaimana sebaiknya menggunakan komunikasi efektif guna meningkatkan kepuasan pelanggan?
4. Apakah sekarang anda telah memahami dampak jika tidak melakukan komunikasi efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

Pertanyaan tersebut diberikan kepada siswa SMK N I Sambu yang telah mendapatkan materi pelatihan, diperoleh jawaban sebagai berikut: Hasil dari pertanyaan pertama, apakah materi penyuluhan PkM dapat dipahami oleh peserta pelatihan, maka sebanyak 41 orang menjawab paham, sedangkan 5 orang menjawab tidak paham sedangkan untuk pertanyaan kedua apakah peserta mendapat manfaat yang signifikan setelah mendapat penyuluhan, maka sebanyak 42 orang menjawab mendapat manfaat yang signifikan dan sisanya 4 orang menjawab tidak. Sementara untuk pertanyaan ketiga, apakah peserta mengerti bagaimana sebaiknya cara Komunikasi efektif agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan maka diperoleh jawaban, 40 orang menjawab mengerti dan sisanya 6 orang menjawab belum mengerti. Sedangkan pada pertanyaan keempat apakah sekarang peserta telah memahami bahwa berkomunikasi dengan efektif perlu adanya mengikuti aturan-aturan tertentu, maka sebanyak 45 orang menjawab memahami, dan hanya 1 orang yang menjawab belum memahami. Pada pertanyaan.

Dari hasil *pretest* dan *posttest*, dapat dilihat bahwa, ada perbedaan pemahaman cara berkomunikasi dalam menghadapi pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa dengan komunikasi yang baik dan efektif dalam menghadapi pelanggan belum dipahami dan diimplementasikan dengan baik. Setelah dilakukan pelatihan peserta lebih memahami cara berkomunikasi efektif dalam menghadapi pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.



Gambar 8.
Penyerahan Cenderamata kepada mitra PkM

KESIMPULAN

Berdasarkan evaluasi kegiatan PkM kepada siswa kelas XI program studi TKRO SMK N 1 Sambu, Boyolali, Jawa Tengah ini dapat disimpulkan bahwa selama pelaksanaan PkM, peserta dapat memahami dan menerapkan cara berkomunikasi efektif dengan baik. Pelaksanaan kegiatan PkM sangat bermanfaat dalam upaya untuk meningkatkan *soft skill* siswa guna menumbuhkan jiwa wirausaha. Pelaksanaan kegiatan PkM perlu ditingkatkan di masyarakat agar semakin banyak masyarakat yang mendapatkan manfaat dari kegiatan kampus Universitas AKPRIND Indonesia.

Banyak hal yang bisa dilakukan sebagai kelanjutan kegiatan PkM terkait manfaat pengembangan *soft skill* siswa di SMK N 1 Sambu terutama bagi keseluruhan siswa kelas 12 karena harus mempunyai keterampilan tambahan selain materi pelajaran di sekolah, misalnya bagaimana memberikan informasi yang baik dan menarik serta mudah dipahami oleh masyarakat pada umumnya. Pelatihan ini bisa meningkatkan pengetahuan komunikasi secara luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas AKPRIND Indonesia yang telah memberi dukungan dana terhadap kegiatan PkM ini dan kepada Kepala Sekolah SMK Negeri I Sambu, Boyolali, Jawa Tengah, yang telah membantu terselenggaranya kegiatan PkM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2021). Pengertian Kepuasan Pelanggan: Faktor, Indikator dan Optimalisasinya. <https://www.gamedia.com/literasi/kepuasan-pelanggan/> (diunduh 20 November 2021)
- Lauw, Jessica dan Yohanes Sondang Kunto. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1): h:1-7
- Lovelock, Cristopher, and Jochen Wirtz. (2011). *Service Marketing, People, Technology, Strategy*. New Jersey.
- LPPM IST AKPRIND Yogyakarta. (2017). *Panduan Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat*.
- Santoso, Yoan P, Eris Dianawati dan Endi Sarwoko. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Parkir. *Jurnal Universitas Kanjuruhan Malang. Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen ISSN 2337- 563X*. <http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id>
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2011). *Service Quality and Satisfaction* (edisi 3). Yogyakarta: Andi Offset.