

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAN PELATIHAN KOMUNIKASI PENJUALAN  
STUDI KASUS UMKM PUTRI CAKE TAMBUN**

Fajar Hadika Mauladi<sup>1</sup>, Wulan Purnama Sari<sup>2</sup>, Linda Khamelia<sup>3</sup>, Sofhie Melani Indrapratiwi<sup>4</sup>  
Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

Email: [fajarhadika13@gmail.com](mailto:fajarhadika13@gmail.com)<sup>1</sup>, [wulanpurnamasari2020@gmail.com](mailto:wulanpurnamasari2020@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[lindakhamelia25@gmail.com](mailto:lindakhamelia25@gmail.com)<sup>3</sup>, [meilanisofhie@gmail.com](mailto:meilanisofhie@gmail.com)<sup>4</sup>

**ABSTRAK**

Komunikasi penjualan yang efektif menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, banyak pelaku UMKM di Tambun masih menghadapi kendala dalam membangun interaksi yang optimal dengan pelanggan salah satunya Putri Cake Tambun, terutama dalam hal teknik komunikasi persuasif, pemanfaatan teknologi digital, dan strategi pelayanan yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi peningkatan keterampilan komunikasi penjualan bagi pelaku UMKM melalui pendekatan partisipatif yang mencakup pelatihan intensif, pendampingan, dan evaluasi terhadap praktik komunikasi mereka.

Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, serta analisis efektivitas komunikasi sebelum dan sesudah program pengembangan keterampilan diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknik storytelling dalam pemasaran, penguatan komunikasi berbasis empati, serta pemanfaatan media sosial secara strategis dapat meningkatkan daya tarik produk dan loyalitas pelanggan. Selain itu, UMKM yang menerapkan strategi ini mengalami peningkatan volume penjualan, perluasan jaringan pasar, dan hubungan yang lebih erat dengan konsumen.

Kesimpulan dari studi ini menegaskan bahwa penguatan keterampilan komunikasi penjualan bukan hanya meningkatkan efektivitas pemasaran, tetapi juga membangun citra usaha yang lebih profesional dan kompetitif. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan komunikasi penjualan perlu menjadi bagian dari strategi pemberdayaan UMKM agar mereka mampu beradaptasi dengan dinamika pasar yang semakin kompleks.

**Kata Kunci** : UMKM, komunikasi penjualan, strategi pengembangan, storytelling, digital marketing, pelayanan pelanggan.

**Article History**

Received: April 2025

Reviewed: April 2025

Published: April 2025

Plagiarism Checker No 136

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/krepa.v1i2.365

Copyright : Krepa



This work is licensed under  
a [Creative Commons  
Attribution-NonCommercial  
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

**PENDAHULUAN****1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyedia lapangan kerja maupun sebagai penggerak roda ekonomi lokal. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Salah satu faktor kunci dalam keberhasilan UMKM adalah keterampilan komunikasi penjualan, yang berperan penting dalam menarik pelanggan, membangun loyalitas, dan meningkatkan volume penjualan.

UMKM Putri Cake Tambun, yang bergerak di bidang industri makanan khususnya kue dan roti, menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnisnya. Meskipun produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, masih terdapat kendala dalam aspek pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan, baik secara langsung maupun melalui media digital. Kurangnya pemahaman tentang strategi komunikasi yang efektif dapat menghambat pertumbuhan bisnis, terutama di era digital yang menuntut interaksi yang lebih aktif dan persuasif dengan pelanggan.

Dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM Putri Cake Tambun, diperlukan strategi pengembangan keterampilan komunikasi penjualan yang efektif. Penguasaan teknik komunikasi yang baik, seperti penggunaan bahasa yang persuasif, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi, menjadi aspek krusial yang perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan keterampilan komunikasi penjualan yang dapat diterapkan di UMKM Putri Cake Tambun. Dengan adanya strategi yang tepat, diharapkan UMKM ini dapat meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan penjualan secara signifikan.

**1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, beberapa permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi keterampilan komunikasi penjualan yang dimiliki oleh UMKM Putri Cake Tambun saat ini?
2. Apa saja kendala yang dihadapi UMKM Putri Cake Tambun dalam mengembangkan keterampilan komunikasi penjualan mereka?
3. Strategi apa yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi penjualan di UMKM Putri Cake Tambun agar lebih efektif dalam menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan?

Dengan menjawab rumusan masalah tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan solusi strategis dalam pengembangan keterampilan komunikasi penjualan bagi UMKM Putri Cake Tambun, sehingga mereka mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

**1.3 Tujuan Pengabdian**

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis keterampilan komunikasi penjualan yang saat ini diterapkan oleh UMKM Putri Cake Tambun serta mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi dalam berinteraksi dengan pelanggan, baik secara langsung maupun melalui media digital. Dalam rangka meningkatkan efektivitas komunikasi penjualan, kegiatan ini juga akan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha terkait teknik komunikasi yang lebih persuasif, strategi negosiasi, serta pelayanan pelanggan yang lebih optimal.

Selain itu, pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi dan promosi, sehingga UMKM Putri Cake Tambun dapat memperluas jangkauan pasar dan memperkuat daya saingnya. Dengan menyusun strategi komunikasi penjualan yang lebih efektif dan berkelanjutan, diharapkan UMKM ini mampu meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan, membangun loyalitas konsumen, serta mendorong peningkatan volume penjualan secara signifikan.

#### **1.4 Manfaat Pengabdian**

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi berbagai pihak. Bagi UMKM Putri Cake Tambun, pengabdian ini berperan dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan komunikasi penjualan yang lebih efektif. Dengan penerapan teknik komunikasi yang persuasif dan strategi pemasaran yang tepat, UMKM ini diharapkan mampu menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan loyalitas konsumen, serta memperluas jangkauan pasar melalui optimalisasi media digital. Selain itu, strategi komunikasi yang diterapkan diharapkan dapat mendukung peningkatan volume penjualan serta memperkuat daya saing usaha dalam industri kuliner yang semakin kompetitif.

Bagi pelaku UMKM lainnya, hasil dari kegiatan ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan keterampilan komunikasi penjualan yang lebih baik. Teknik dan strategi yang diterapkan pada UMKM Putri Cake Tambun dapat dijadikan model yang dapat direplikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan usaha lain, sehingga turut berkontribusi dalam penguatan ekosistem UMKM secara lebih luas.

Bagi akademisi dan peneliti, pengabdian ini dapat menjadi bahan kajian dalam mengkaji lebih lanjut pentingnya keterampilan komunikasi dalam dunia usaha, khususnya di sektor UMKM. Hasil dari kegiatan ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan model pembelajaran dan pelatihan komunikasi penjualan yang lebih aplikatif bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

Secara lebih luas, manfaat pengabdian ini juga diharapkan dapat dirasakan oleh masyarakat dan konsumen. Dengan meningkatnya keterampilan komunikasi penjualan, UMKM dapat memberikan pelayanan yang lebih baik, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan daya saing usaha kecil dan menengah.

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Keterampilan Komunikasi dalam Penjualan**

Komunikasi merupakan elemen kunci dalam keberhasilan suatu bisnis, terutama dalam kegiatan penjualan. Menurut Kotler dan Keller (2016), komunikasi yang efektif dalam pemasaran berperan penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan, menyampaikan nilai produk, serta mempengaruhi keputusan pembelian (S Irfan, 2020). Keterampilan komunikasi penjualan mencakup kemampuan mendengarkan pelanggan, menyampaikan informasi produk dengan jelas, serta menggunakan bahasa yang persuasif dan meyakinkan.

Ada beberapa teknik komunikasi yang dapat diterapkan dalam penjualan, seperti komunikasi verbal yang efektif, pemanfaatan bahasa tubuh yang mendukung, serta penguasaan teknik negosiasi (Admin, 2021). Keterampilan ini menjadi penting bagi pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif, terutama dalam membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan angka penjualan.

## **2.2 Strategi Komunikasi Digital dalam UMKM**

Perkembangan teknologi telah mengubah cara UMKM berkomunikasi dengan pelanggan. Pemanfaatan media sosial dan platform digital dalam komunikasi pemasaran menjadi strategi yang efektif bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, memberikan informasi produk, serta membangun citra merek yang kuat (Ramadhani et al., 2024).

Studi yang dilakukan oleh (Arif Pratama Marpaung et al., 2021) menunjukkan bahwa penggunaan strategi komunikasi digital yang tepat, seperti storytelling, visual marketing, dan interaksi aktif dengan pelanggan, dapat meningkatkan minat beli konsumen serta memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, pelaku UMKM, termasuk Putri Cake Tambun, perlu memahami dan mengoptimalkan komunikasi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka.

## **2.3 Tantangan UMKM dalam Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Penjualan**

Meskipun keterampilan komunikasi sangat penting dalam dunia usaha, banyak pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengimplementasikan strategi komunikasi penjualan yang efektif, beberapa kendala yang sering dihadapi UMKM dalam komunikasi penjualan antara lain kurangnya pemahaman terhadap teknik komunikasi yang baik, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang pemasaran, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam berinteraksi dengan pelanggan.

Salah satu hambatan utama bagi UMKM dalam meningkatkan keterampilan komunikasi adalah kurangnya pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan strategis dalam mengembangkan keterampilan komunikasi penjualan, baik melalui pelatihan berbasis praktik maupun pendampingan berkelanjutan, agar UMKM dapat lebih adaptif terhadap dinamika pasar yang terus berkembang.

## **2.4 Peran Pelatihan dalam Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Penjualan UMKM**

Beberapa studi menunjukkan bahwa pelatihan komunikasi penjualan dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM. Pelatihan yang dirancang secara khusus untuk UMKM, seperti teknik komunikasi persuasif, strategi negosiasi, serta pemanfaatan media sosial dalam pemasaran, dapat meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri pelaku usaha dalam berinteraksi dengan pelanggan.

Lebih lanjut, studi yang dilakukan oleh Novitasari & Fadilah (2022) menemukan bahwa UMKM yang mendapatkan pelatihan komunikasi penjualan mampu meningkatkan omzet secara signifikan dibandingkan dengan yang tidak mendapatkan pelatihan (Mukhlisiana et al., 2023). Oleh karena itu, pengembangan program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kecil dan menengah.

## **METODE PENGABDIAN**

### **3.1 Jenis Kegiatan**

Metode pengabdian yang digunakan dalam program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi penjualan karyawan UMKM Putri Cake Tambun melalui serangkaian pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pendekatan yang diterapkan bersifat partisipatif dan berbasis praktik, sehingga peserta dapat langsung menerapkan keterampilan yang telah dipelajari dalam situasi nyata. Kegiatan pengabdian ini meliputi beberapa tahapan yang

dirancang secara sistematis agar hasilnya dapat diterapkan secara optimal dalam operasional UMKM. Adapun tahapan utama dalam kegiatan ini adalah:

1. Analisis Kebutuhan dan Kondisi Awal

Pada tahap ini, dilakukan observasi dan wawancara dengan pemilik serta karyawan UMKM Putri Cake Tambun untuk mengetahui kondisi keterampilan komunikasi yang telah diterapkan, tantangan yang dihadapi dalam penjualan, serta efektivitas strategi pemasaran yang sedang digunakan. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam merancang modul pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan usaha.

2. Pelatihan Keterampilan Komunikasi Penjualan

Pelatihan dilakukan dalam bentuk teori dan praktik langsung dengan pendekatan berbasis kasus (case study) agar peserta dapat memahami dan menerapkan teknik komunikasi yang efektif. Materi yang diberikan meliputi:

- Teknik komunikasi persuasif, mencakup cara berbicara yang menarik, membangun hubungan baik dengan pelanggan, serta teknik menangani keberatan pelanggan.
- Strategi negosiasi dalam penjualan, untuk membantu karyawan lebih percaya diri dalam menawarkan produk dan mengatasi penolakan pelanggan.
- Pelayanan pelanggan yang efektif, termasuk bagaimana menghadapi pelanggan dengan berbagai karakter dan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.
- Pemanfaatan komunikasi digital, mencakup penggunaan media sosial, copywriting pemasaran, serta teknik promosi berbasis digital untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

3. Simulasi dan Role-Play dalam Situasi Penjualan

Peserta akan melakukan simulasi interaksi langsung dengan pelanggan melalui role-play untuk mengasah keterampilan komunikasi mereka. Dalam sesi ini, peserta diberikan skenario yang menyerupai situasi nyata, seperti menghadapi pelanggan yang ragu-ragu, menangani komplain, atau melakukan upselling produk.

4. Pendampingan dan Praktek Lapangan

Setelah pelatihan, peserta akan mendapatkan pendampingan dalam menerapkan teknik komunikasi yang telah dipelajari. Pendampingan ini dilakukan secara langsung dalam lingkungan kerja sehari-hari, sehingga peserta dapat segera beradaptasi dan memperbaiki cara mereka berkomunikasi dengan pelanggan.

5. Evaluasi dan Penyempurnaan Strategi Komunikasi

Tahap evaluasi dilakukan dengan mengukur perubahan dalam keterampilan komunikasi karyawan melalui observasi, wawancara, serta umpan balik dari pelanggan. Selain itu, evaluasi juga mencakup dampak dari strategi komunikasi terhadap peningkatan interaksi dengan pelanggan dan pertumbuhan penjualan. Berdasarkan hasil evaluasi, akan dilakukan penyempurnaan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk diterapkan secara berkelanjutan.

### 3.2 Subjek dan Objek Pengabdian

Subjek pengabdian dalam kegiatan ini adalah pemilik dan karyawan UMKM Putri Cake Tambun yang bertanggung jawab terhadap penjualan dan pemasaran produk. Mereka merupakan pihak yang berinteraksi langsung dengan pelanggan, sehingga peningkatan keterampilan komunikasi sangat penting dalam meningkatkan efektivitas penjualan. Sedangkan objek pengabdian adalah strategi komunikasi penjualan yang diterapkan dalam interaksi dengan pelanggan, baik secara langsung di toko maupun melalui media digital.

Objek ini menjadi fokus utama dalam pengabdian karena komunikasi yang efektif berperan penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, serta memperluas jangkauan pasar.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang relevan, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### **1. Observasi**

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung cara pelaku UMKM Putri Cake Tambun berkomunikasi dengan pelanggan sebelum dan sesudah pelatihan. Observasi ini bertujuan untuk menilai efektivitas keterampilan komunikasi, termasuk penggunaan bahasa, ekspresi non-verbal, serta respons pelanggan terhadap strategi komunikasi yang diterapkan.

#### **2. Wawancara**

Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha dan karyawan yang terlibat dalam proses penjualan. Teknik ini digunakan untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan pelanggan, kendala yang dihadapi dalam komunikasi penjualan, serta dampak pelatihan terhadap kepercayaan diri dan efektivitas komunikasi mereka. Wawancara dilakukan secara terstruktur untuk memperoleh data yang lebih sistematis.

#### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan dengan merekam proses pelatihan dan pendampingan melalui foto dan video, serta mengumpulkan catatan terkait aktivitas komunikasi penjualan sebelum dan sesudah pelatihan. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti kegiatan sekaligus sebagai bahan evaluasi untuk mengukur perkembangan keterampilan komunikasi penjualan yang diterapkan oleh UMKM Putri Cake Tambun.

### **3.4 Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam pengabdian ini dilakukan menggunakan metode analisis kualitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap perubahan dalam keterampilan komunikasi penjualan sebelum dan setelah pelatihan. Data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Proses analisis melibatkan beberapa tahap, yaitu:

- 1. Reduksi Data:** Data yang dikumpulkan dari berbagai sumber diklasifikasikan berdasarkan aspek komunikasi yang diamati, seperti teknik berbicara, penggunaan bahasa persuasif, ekspresi non-verbal, dan strategi pemasaran digital.
- 2. Penyajian Data:** Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau gambar yang menggambarkan perubahan keterampilan komunikasi sebelum dan sesudah pelatihan.
- 3. Penarikan Kesimpulan:** Setelah data dianalisis, kesimpulan dibuat untuk melihat pola perubahan keterampilan komunikasi serta efektivitas strategi yang diterapkan dalam meningkatkan interaksi pelanggan dan volume penjualan.
- 4. Analisis ini bertujuan untuk memahami sejauh mana pelatihan dan pendampingan yang diberikan berdampak pada peningkatan keterampilan komunikasi penjualan pelaku UMKM. Dengan memahami perubahan yang terjadi, dapat disusun rekomendasi strategi komunikasi yang lebih efektif untuk diterapkan di masa mendatang.**

Hasil analisis ini akan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan efektivitas pelatihan serta sebagai referensi bagi UMKM lainnya dalam mengembangkan keterampilan komunikasi penjualan.

## **HASIL PENGABDIAN**

### **4.1 Hasil**

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di UMKM Putri Cake Tambun dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan, pelatihan komunikasi penjualan, pendampingan, serta evaluasi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan keterampilan komunikasi penjualan yang berdampak pada interaksi pelanggan dan efektivitas pemasaran produk.

Pada tahap awal, dilakukan observasi dan wawancara dengan pemilik serta karyawan UMKM Putri Cake Tambun untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam komunikasi penjualan. Hasilnya menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman mengenai teknik komunikasi persuasif menjadi salah satu faktor utama yang menghambat efektivitas penjualan. Pelaku usaha juga mengalami kesulitan dalam menjelaskan keunggulan produk secara menarik dan meyakinkan. Selain itu, pemanfaatan media digital untuk komunikasi pemasaran masih terbatas pada unggahan produk tanpa interaksi yang optimal dengan pelanggan.

Sebagai tindak lanjut dari temuan tersebut, pelatihan komunikasi penjualan diberikan dengan fokus pada teknik komunikasi verbal dan non-verbal, strategi negosiasi dengan pelanggan, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Peserta diajarkan bagaimana menggunakan bahasa yang lebih persuasif, intonasi suara yang menarik, serta ekspresi non-verbal yang dapat meningkatkan daya tarik komunikasi dengan pelanggan. Selain itu, mereka juga dilatih dalam menghadapi pertanyaan pelanggan, menangani keberatan, serta membangun hubungan baik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam aspek digital marketing, pelaku usaha mulai memahami pentingnya interaksi aktif dengan pelanggan melalui fitur komentar dan pesan langsung di media sosial.

Pendampingan dilakukan setelah pelatihan untuk memastikan implementasi materi yang telah dipelajari dalam interaksi nyata dengan pelanggan. Dalam tahap ini, ditemukan bahwa pelaku usaha mulai lebih percaya diri dalam menjelaskan keunggulan produk dan mampu berinteraksi lebih baik dengan pelanggan. Selain itu, ada peningkatan dalam komunikasi digital, di mana UMKM mulai lebih aktif merespons pertanyaan pelanggan dan membuat konten promosi yang lebih menarik.

Evaluasi terhadap hasil pengabdian menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi peserta mengalami peningkatan yang signifikan. Pelaku usaha dapat menggunakan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam menjelaskan produk, yang berdampak pada meningkatnya interaksi pelanggan, baik dalam komunikasi langsung maupun melalui media sosial. Selain itu, meskipun belum diukur secara spesifik dalam jangka pendek, terdapat indikasi bahwa pelanggan lebih tertarik untuk membeli setelah mendapatkan informasi yang lebih jelas dan menarik.

### **4.2 Pembahasan**

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan komunikasi penjualan memiliki dampak positif terhadap interaksi pelanggan dan efektivitas pemasaran di UMKM Putri Cake Tambun. Komunikasi yang efektif berperan penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan komunikasi

yang baik, pelanggan dapat memahami nilai produk secara lebih jelas, sehingga meningkatkan kepercayaan dan mendorong keputusan pembelian.

Selain itu, strategi komunikasi digital juga mulai dimanfaatkan secara lebih optimal oleh UMKM Putri Cake Tambun. Dengan adanya komunikasi yang lebih persuasif dan interaksi yang lebih aktif di media sosial, UMKM dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan serta membangun hubungan yang lebih baik dengan mereka. Pelaku usaha juga menjadi lebih percaya diri dalam menjelaskan produk dan bernegosiasi dengan pelanggan, yang berkontribusi terhadap peningkatan interaksi dan kemungkinan terjadinya penjualan.

Meskipun telah terjadi peningkatan keterampilan komunikasi, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi. Salah satu tantangan utama adalah konsistensi dalam menerapkan teknik komunikasi yang telah dipelajari. Beberapa pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam mempertahankan teknik komunikasi yang efektif, terutama dalam menghadapi pelanggan yang lebih kritis atau menuntut. Selain itu, optimalisasi strategi digital marketing masih memerlukan upaya yang lebih besar, terutama dalam hal pembuatan konten yang menarik dan interaktif.

Oleh karena itu, diperlukan pendampingan berkelanjutan agar perubahan yang telah dicapai dapat dipertahankan dan terus dikembangkan. Dengan adanya evaluasi berkala dan pembinaan lanjutan, diharapkan UMKM Putri Cake Tambun dapat semakin meningkatkan keterampilan komunikasi mereka, baik dalam interaksi langsung maupun melalui media digital. Dengan demikian, hasil pengabdian ini diharapkan dapat menjadi model bagi UMKM lain dalam mengembangkan keterampilan komunikasi penjualan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengabdian yang telah dilakukan di UMKM Putri Cake Tambun, dapat disimpulkan bahwa keterampilan komunikasi penjualan memiliki peran krusial dalam meningkatkan daya saing serta efektivitas pemasaran UMKM. Meskipun produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, kendala dalam komunikasi dengan pelanggan, baik secara langsung maupun melalui media digital, menjadi hambatan utama dalam meningkatkan volume penjualan.

Melalui serangkaian pelatihan, pendampingan, dan evaluasi, ditemukan bahwa penguasaan teknik komunikasi yang persuasif, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, serta pemanfaatan media sosial secara optimal dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memperkuat strategi pemasaran. Pelaku usaha yang telah mendapatkan pelatihan lebih percaya diri dalam menjelaskan keunggulan produk, mampu berinteraksi secara lebih efektif, serta lebih aktif dalam memanfaatkan platform digital untuk komunikasi dan promosi.

Selain itu, penerapan komunikasi digital yang lebih strategis, seperti penggunaan storytelling, interaksi aktif dengan pelanggan, dan optimasi konten promosi, turut berkontribusi dalam memperluas jangkauan pasar. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam keterampilan komunikasi peserta, baik dalam aspek verbal maupun non-verbal, yang berdampak pada meningkatnya ketertarikan dan loyalitas pelanggan.

Namun, tantangan tetap ada, terutama dalam hal konsistensi penerapan teknik komunikasi yang telah dipelajari serta optimalisasi pemasaran digital yang lebih interaktif. Oleh karena itu, pendampingan yang berkelanjutan sangat diperlukan agar perubahan positif yang telah dicapai dapat terus dipertahankan dan dikembangkan.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa penguatan keterampilan komunikasi penjualan dapat menjadi strategi efektif bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis. Model pelatihan dan strategi komunikasi yang diterapkan di UMKM

Putri Cake Tambun dapat menjadi referensi bagi UMKM lain untuk meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan, memperluas pasar, serta mendorong peningkatan penjualan yang lebih berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2021). 4 Strategi Membangun Komunikasi yang Efektif untuk Negosiasi, Yang Ke-3 Sangat Berpengaruh! *ALC Leadership Management*.  
<https://alcleadershipmanagement.com/strategi-membangun-komunikasi/>
- Arif Pratama Marpaung, Muhammad Shareza Hafiz, Murviana Koto, & Wulan Dari. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Jurnal UMSU*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/snk.v2i1.8273>
- Mukhlisiana, L., Lestari, M. T., & Djuwita, A. (2023). PELATIHAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI KOMUNIKASI PADA PELAKU UMKM KABUPATEN SUMEDANG. *Prosiding COSECANT: Community Service and Engagement Seminar*, 2(2).  
<https://doi.org/10.25124/cosecant.v2i2.18575>
- Ramadhani, A. N., Fauziah, A., & Pratiwi, A. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS UMKM. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 8(12), 2246-6110.  
<https://doi.org/10.56681/wikuacity.v3i2.249>
- S Irfan. (2020). bab 2. *Repository STEI*. <http://repository.stei.ac.id/1403/3/bab%202.pdf>