

Meningkatkan *Soft Skill* Komunikasi Pemasaran yang Efektif pada Desa Rancasumur Kec. Kopo Kab. Serang

Ade Yusuf¹, Aris Ariyanto², Ivantan³

^{1,2,3}Universitas Pamulang

E-mail: dosen02604@unpam.ac.id¹, dosen02492@unpam.ac.id², dosen02504@unpam.ac.id³

Diterima 22/Maret/2024 | Direvisi 15/Mei/2024 | Disetujui 2/Juni/2024

Abstract

This service activity aims to provide training in improving effective marketing communication soft skills in Rancasumur Village Jl. Maja, Kopo District, Serang Regency. Activities will be held on April 20 and 21 2024 at the Rancasumur Village Hall. The results of the activity show that before the implementation of PKM, the participants, namely Village Apparatus, RW, RT, PKK women and Posyandu women still lacked basic knowledge about soft skills and marketing communications, but after the activity was carried out, the participants in this PKM activity had sufficient knowledge. it is better for them to practice by communicating with each other, especially in marketing the products they have. The activity method used was to discuss with the participants, namely Village Apparatus, RW, RT, PKK women and Posyandu women in Rancasumur Village, Kopo subdistrict, Serang Regency, as well as conducting questions and answers and holding simulations related to making and marketing their products.

Keywords: *Soft Skills, Marketing Communications*

Abstrak

Kegiatan Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dalam meningkatkan *soft skill* komunikasi pemasaran yang efektif pada Desa Rancasumur Jl. Maja Kecamatan Kopo Kabupaten Serang. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 20 dan 21 April 2024 di Balai Desa Rancasumur. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum pelaksanaan PKM, para peserta yaitu Aparatur Desa, RW, RT, Ibu-ibu PKK dan Ibu-ibu Posyandu masih kurang tentang pengetahuan dasar tentang *soft skill* dan komunikasi pemasaran, namun setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan peserta kegiatan PKM ini memiliki pengetahuan yang lebih baik mereka dapat mempraktekan dengan saling berkomunikasi khususnya dalam memasarkan produk-produk yang mereka miliki. Metode kegiatan yang digunakan adalah berdiskusi bersama kepada para peserta yaitu Aparatur Desa, RW, RT, Ibu-ibu PKK dan Ibu-ibu Posyandu Desa Rancasumur kecamatan Kopo Kabupaten Serang, serta melakukan tanya jawab serta mengadakan simulasi terkait membuat dalam memasarkan produknya.

Kata Kunci: *Soft Skill, Komunikasi Pemasaran*

1. PENDAHULUAN

Soft skills sebagai kemampuan seseorang untuk memotivasi diri dan menggunakan inisiatifnya, mempunyai pemahaman tentang apa yang dibutuhkan untuk dilakukan dan dapat dilakukan dengan baik, berguna untuk mengatasi persoalan kecil yang muncul secara tiba-tiba dan terus dapat bertahan apabila problem tersebut belum terselesaikan. Meskipun soft skills merupakan karakter yang melekat pada diri seseorang dan butuh kerja keras untuk mengubahnya namun soft skills bukan sesuatu yang stagnan, kemampuan ini dapat dioptimalkan dengan pelatihan dan diasah dengan pengalaman kerja. Konsep soft skill merupakan pengembangan dari konsep yang selama ini dikenal dengan istilah kecerdasan emosional (*emotional intelligence*).

Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen melalui berbagai media, dengan harapan mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Kennedy (2006), komunikasi pemasaran adalah aplikasi komunikasi yang bertujuan untuk membentuk kegiatan pemasaran suatu perusahaan dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi guna memberikan informasi kepada konsumen agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Komunikasi pemasaran bertujuan untuk menyampaikan pesan

pada konsumen dengan menggunakan berbagai media, dengan harapan agar kegiatan tersebut dapat mencapai tujuan yang telah dikehendaki.

Rancasumur merupakan sebuah desa yang terletak di Jalan Maja kecamatan Kopo, Kabupaten Serang, Provinsi Banten, Indonesia. Yang dipimpin oleh seorang kepala desa bernama Ahmad Wahyudin Nasyar, S.E., M.M. yang sebagian warga memang merupakan pegawai, namun ibu-ibu dari isteri yang suaminya bekerja sebagai karyawan ada yang sebagai pelaku UMKM. sehingga potensi yang dimiliki bagi Warga Desa rancasumur ini sangat baik jika mereka mendapatkan bantuan berupa pengetahuan yang dapat membantu menyebarluaskan informasi produk usahanya yang ditujukan untuk meningkatkan omset penjualan dengan memberikan pengetahuan tentang *soft skill* dan komunikasi pemasaran yang efektif agar masyarakat disana dapat memasarkan produknya dengan lebih baik. Langkah-langkah yang tepat sebelum pengambilan keputusan akan membantu memudahkan kita mengetahui kelebihan serta kekurangan usaha tersebut, serta memberikan alternatif solusi jika sewaktu waktu menemui kendala di tengah jalan.

Adapun tujuan dan sasaran dari pengabdian kepada masyarakat dengan tema Meningkatkan *Soft Skill* Komunikasi Pemasaran Yang Efektif pada Perangkat Desa, RT, RW, PKK dan Kader Posyandu Rancasumur Kec. Kopo Kab. serang adalah Memberikan edukasi mengenai cara meningkatkan pengetahuan dasar dan *soft skill* kepada Warga Rancasumur, Memberikan edukasi mengenai cara meningkatkan komunikasi pemasaran yang efektif kepada Warga Rancasumur.

Soft skills adalah kunci menuju hidup yang lebih baik, sahabat lebih banyak, sukses lebih besar, kebahagiaan yang lebih luas, tidak punya nilai, kecuali diterapkan dalam kehidupan sehari-hari baru bernilai. Kemampuan komunikasi pemasaran kini sangat diperlukan oleh seorang wirausaha, karena dengan kemampuan mengemas sebuah strategi pesan dan konsep pemasaran yang menarik, akan mudah untuk menyasar pasar dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Soft skill bisa saja dipelajari, akan tetapi tidak dengan cara belajar formal layaknya di bangku sekolah atau perkuliahan. Hal itu dapat dipelajari dengan lebih banyak melakukan komunikasi atau berinteraksi dengan individu lain, serta dengan melatih kepekaan sosial. Dengan begitu, individu itu dapat menerapkannya pada perilaku yang nantinya akan berpengaruh pada kemampuan *soft skill*. *Soft skill* mewakili kombinasi dinamis dari keterampilan kognitif dan meta-cognitive, keterampilan interpersonal, intelektual dan praktis. *Soft skill* membantu orang untuk beradaptasi dan berperilaku positif sehingga mereka dapat menghadapi tantangan profesional dan kehidupan sehari-hari mereka secara efektif.' Dalam hal ini, *soft skill* berhubungan dengan berbagai kualitas dan kompetensi interpersonal dan sosial, dapat dialihkan di seluruh sektor ekonomi dan industri (Haribowo, 2022).

Komunikasi pemasaran yang efektif, yaitu lebih mendekat pada konsumen, menyasar target yang tepat, menggunakan media yang tepat sebagai perantara penyampai informasi ke konsumen, dan memberikan tawaran yang menarik kepada konsumen. Gorlevskaya (2016). Menurut Kotler dan Keller (2016:27) pemasaran merupakan kegiatan yang mengatur sebuah lembaga dan sebuah proses yang dapat menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan serta bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan dan masyarakat pada umumnya. Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan melalui penawaran dan mereka bebas menukarkan produk dan jasa.

Dalam bauran komunikasi pemasaran yang efektif terdapat delapan model komunikasi utama yaitu: iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut, penjualan personal.

2. METODE

Kegiatan ini dimulai dari 1) Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan. Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang kondisi geografis dan kondisi masyarakat di daerah tempat kegiatan. Informasi tersebut berupa lokasi, permasalahan yang dihadapi dalam

pada lokasi tersebut. 2) Persiapan Sarana dan Prasarana. Kegiatan ini dimaksudkan untuk merencanakan kebutuhan baik sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dengan tetap memperhatikan kebutuhan masyarakat secara umum dan khusus demi tercapainya target pengabdian kepada masyarakat. Sarana dan prasarana yang dimaksud berupa proyektor, spanduk dan lain-lain. 3) Pelaksanaan Kegiatan, Setelah melakukan survey dan persiapan sarana dan prasarana maka pelaksanaan kegiatan dilaksanakan oleh pengusul beserta anggota. 4). Monitoring dan Evaluasi. Kegiatan ini dimaksudkan untuk meninjau perkembangan aktualisasi peserta terhadap kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya dengan harapan dapat dilaksanakan sesuai dengan teori yang telah di peroleh melalui kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi juga bertujuan untuk memahami pola pemahaman anggota dan masyarakat terhadap informasi atau pengetahuan baru yang diperoleh dari pelaksana kegiatan.

Metode dalam pelaksanaan pelatihan adalah cara yang digunakan untuk mengimplementasikan rencana yang sudah disusun dalam kegiatan nyata agar tujuan yang telah disusun tercapai secara optimal. Metode pelatihan yang digunakan pada saat proses pelatihan berlangsung adalah 1) Metode ceramah merupakan metode yang sampai saat ini sering digunakan oleh setiap pelatih. 2) Metode Demonstrasi merupakan salah satu metode yang cukup efektif dalam proses pelatihan, karena dapat membantu peserta untuk meningkatkan menciptakan ide produk bisnis online. 3) Dokumentasi adalah suatu metode untuk mencari data variabel yang berupa catatan-catatan penting, buku, sebagainya.

Metode pelaksanaan yang digunakan pada program kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat. Dalam kegiatan ini, metode yang digunakan adalah metode penjelasan, *sharing*, tanya jawab, diskusi dan praktek. Pada metode penjelasan, setiap instruktur menyampaikan materi terkait dan membuat tampilan visual berupa slide power point yang ditampilkan ke layar dengan alat LCD proyektor. Pada metode praktek, peserta akan diajarkan dan praktek langsung cara berkomunikasi yang baik dan benar secara efektif yang bisa dipahami oleh khalayak banyak.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan ini antara lain: 1) Peserta yang hadir sebanyak 30 orang yang terdiri dari oleh Perangkat Desa, RT, RW, PKK dan Kader Posyandu, mahasiswa dan dosen Universitas Pamulang, Tangerang Selatan. 2) Kegiatan berjalan secara baik dan lancar. Kegiatan dimulai dengan pembukaan, Sambutan dari Dosen (Ketua) pelaksana, Sambutan Kepala Desa Rancasumur Bapak Ahmad Wahyudin Nasyar, S.E., M.M, dan dilanjutkan dengan penyuluhan dan materi terkait bagaimana cara meningkatkan soft skill komunikasi pemasaran yang efektif. 3) Penyampaian materi disampaikan melalui ceramah, diskusi dan tanya jawab. Banyaknya peserta yang antusias untuk bertanya, berdiskusi sehingga menjadikan para narasumber lebih bersemangat lagi untuk memberikan penyuluhan. Selain itu kegiatan juga diselingi dengan game atau ice breaking kepada peserta, pemberian dorprize, serta kenang-kenangan dari panitia pelaksana, dilanjutkan dengan doa, dan diakhiri dengan foto bersama.

Pembahasan dalam kegiatan ini adalah, *Soft skill* membantu orang untuk beradaptasi dan berperilaku positif sehingga mereka dapat menghadapi tantangan profesional dan kehidupan sehari-hari mereka secara efektif.' Dalam hal ini, *soft skill* berhubungan dengan berbagai kualitas dan kompetensi interpersonal dan sosial, dapat dialihkan di seluruh sektor ekonomi dan industry. Adapun kemampuan *soft skill* mencakup pada hal-hal sebagai berikut: 1) Kecerdasan Emosi (*Emotional Intelligence*), 2) Kepemimpinan (*Leadership*), 3) Komunikasi (*Communication*) 4) Berpikir Kritis (*Critical Thinking*), 5) Penyelesaian Masalah (*Problem Solving*) 6) Menyelesaikan Konflik (*Conflict Resolution*), 6) Manajemen Waktu (*Time Management*), 7) Keterampilan Manajemen (*Management Skill*), 8) Keterampilan Berbisnis (*Business Skill*), 9) Negosiasi (*Negotiation*) 10) Kerja Sama (*Teamwork*) 11) Bekerja di Bawah Tekanan (*Working under Pressure*) 12) Mengatasi Individu yang Sulit (*Handling Difficult People*).



Gambar 1. Sambutan dari Kepala Desa dan pemberian Materi oleh Nara Sumber.

Keterampilan berkomunikasi, keterampilan emosional, keterampilan bahasa, keterampilan berkelompok, memiliki etika dan moral, santun, dan keterampilan spriritual. *Soft skills* adalah kunci menuju hidup yang lebih baik, sahabat lebih banyak, sukses lebih besar, kebahagiaan yang lebih luas, tidak punya nilai, kecuali diterapkan dalam kehidupan sehari-hari baru bernilai. *Soft skills* yang dimiliki oleh setiap orang dengan jumlah dan kadar yang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh kebiasaan berfikir, berkata, bertindak dan bersikap ataupun sifat-sifat penting untuk mendukung perilaku optimis. *Soft skills sebagai* kemampuan seseorang untuk memotivasi diri dan menggunakan inisiatifnya, mempunyai pemahaman tentang apa yang dibutuhkan untuk dilakukan dan dapat dilakukan dengan baik, berguna untuk mengatasi persoalan kecil yang muncul secara tiba-tiba dan terus dapat bertahan bila problem tersebut belum terselesaikan, dengan demikian, *soft skills* merupakan kekuatan diri untuk berubah ataupun untuk mengatasi berbagai persoalan kerja.



Gambar 2. Foto Bersama dengan peserta dan Para Sumber

Mengapa pentingnya *soft skill* berkomunikasi pemasaran diperlukan di era modern ini antara lain: 1) Meningkatkan kualitas pelayanan konsumen. 2) Meningkatkan loyalitas konsumen dan klien. 3) Meningkatkan penjualan. 4) Meningkatkan retensi karyawan. 5) Mendorong diversitas budaya di tempat kerja

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pengembangan dan meningkatkan *soft skill* serta komunikasi pemasaran yang efektif pada warga Desa Rancasumur Kecamatan Kopo Kabupaten Serang sangat diperlukan di era globalisasi ini untuk meningkatkan pendapatan jasa dan memperluas pangsa pasar. Kemampuan berkomunikasi merupakan aspek yang penting dalam pendidikan modern saat ini. Banyak lembaga-lembaga swasta yang menawarkan jasa mereka dalam memberikan pelatihan berkomunikasi demi kebutuhan dalam dunia kerja. Metode ini dapat dijadikan sebagai salah satu cara dalam pengembangan kemampuan komunikasi para aparatur desa, RT, RW dan warga namun hal tersebut tidaklah cukup dalam membantu mereka dalam mengembangkan *skill* komunikasi mereka secara efektif. Adapun program kerja yang dilakukan yaitu; 1) Memberikan pemahaman dan pelatihan mengenai *soft skill* di bidang penjualan produk. 2) Pembuatan media sosial bagi pemilik usaha untuk mempromosikan produknya

DAFTAR PUSTAKA.

- Alma, Buchari (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung, Alfabeta
- Arief, A. S., Purba, S., Butarbutar, M., Hasyim, H., Simarmata, H. M. P., Purba, B., Muliatie, Y. E., Shabrina, N., Sudarso, A., & Gandasari, D. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi Bisnis*.
- Ariyanto, A. (2021:10). Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Sejak Dini. *Entrepreneurial Mindsets & Skill*, 1. Insan Cendekia Mandiri
- Ariyanto, A., & Capriati, Z. F. (2022). Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Umkm Anggota Majelis Taklim An-Nisaa. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 2(1), 22-25.
- Ariyanto, A., Prasada, D., Oktavianti, N., & Wijayanti, K. D. (2022). Edukasi Bagaimana Menjadi Wirausaha Di Babakan Kelapa Dua Kecamatan Setu Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 1(2), 31-37.
- Ariyanto, A., Purnama, A., Sudarsono, A., Wijayanti, K. D., & Faisal, M. (2020). Pelatihan Public Speaking Dan Digital Marketing Di Masa Pandemic Covid-19 Pada Komunitas Ix Pondok Aren Tangerang Selatan. *Dedikasi Pkm*, 2(1), 68-74.
- Ariyanto, A., Sudarsono, A., Ivantan, I., Akbar, M. F., & Munarsih, M. (2020). *Pengembangan Potensi Destinasi Wisata Curug Angkreng melalui Media Sosial di Kp. Cimuncang, Desa Karangnunggal, Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat*. BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, 2(2), 95-99
- Haribowo, R. (2022). *Buku Ajar Soft Skill dan Kepemimpinan*. Nas Media Pustaka.
- Herman, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Herri Susanto, S. S. (2015). *Communication Skills" Sukses Komunikasi, Presentasi dan Berkarier!"*. Deepublish.
- <https://glints.com/id/lowongan/soft-skill/>
- <https://www.gramedia.com/best-seller/soft-skill/>
- <https://www.kitalulus.com/blog/bisnis/komunikasi-pemasaran-adalah/>
- [https://www.researchgate.net/publication/358137708 Membangun Komunikasi Pemasaran yang Efektif](https://www.researchgate.net/publication/358137708_Membangun_Komunikasi_Pemasaran_yang_Efektif)
- Kustini, H. (2017). *Communication Skill*. Deepublish.
- Nengsi Rahma Ayu, Sartika Didi (2022). *Pelatihan Soft Skill Komunikasi untuk Meningkatkan Peluang Kerja Mahasiswa sebagai Calon Tenaga Kerja Baru*. Jurnal Ibrah (PKM) Volume 1 No.3 pp 65-76

Sailah, Ilah. (2008). *Pengembangan Softskill di Perguruan Tinggi*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi.

Yusuf. A, Liawati, Nelsi Mitri (2022). *Strategi Pemasaran Di Media Sosial Pada Majelis Ta'lim An Nissa Di Kemang Bogor*. Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen (PKM) Volume 3 No.3 p. 108-111