

Komunikasi Efektif dalam Pemasaran pada Siswa SMK Negeri 1 Makassar

Resekiani Mas Bakar¹, Rahmawati Syam², Abd. Wahid³, Nuriftital Jannah⁴,
Nining Riani Turu⁵

^{1 2 3 4 5}Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar. Indonesia

Email: resekiani_masbakar@unm.ac.id¹ rahmawatsyam@unm.ac.id² wahid7sinjai@gmail.com³
nuriftitaljannah2804@gmail.com⁴ ningrhanii02@gmail.com⁵

ABSTRACT

The data shows that most of the unemployed come from graduates of Vocational High Schools (SMK). Unemployment of SMK graduates is caused by a gap between the quality of SMK graduates and the quality required by the world of work. The failure of graduates to be absorbed by the world of work is caused by a lack of soft skills, personality and social abilities. One of the soft skills needed is effective communication skills. Communication skills in this activity are carried out in the form of training. Effective communication training in marketing was given to one of the partners from PT. Sinar Sosro namely SMK Negeri 1 Makassar. The purpose of the training is to provide knowledge and skills related to effective communication in Marketing, so that it is more easily absorbed in the world of work. The training was attended by 60 class X students of SMK Negeri 1 Makassar. After being given material on effective communication, it was followed by a simulation session as a sales and customer. Participants in the training activities showed high enthusiasm for the series of training activities carried out, seen from the seriousness of the participants in listening to the debriefing material and their activeness in asking relevant questions as well as motivation in participating in the simulation process.

Keywords: *Effective Communication; Training; Marketing; SMK Negeri 1 Makassar.*

ABSTRAK

Data mencatat bahwa pengangguran terbanyak berasal dari lulusan Sekolah Menengah Kejuruan. Pengangguran lulusan SMK diakibatkan oleh adanya kesenjangan antara kualitas lulusan SMK dengan kualitas yang dibutuhkan oleh dunia kerja. Kegagalan lulusan terserap dunia kerja disebabkan oleh kurangnya kemampuan soft skill, kepribadian, dan sosial. Softskill yang dibutuhkan salah satunya adalah kemampuan komunikasi yang efektif. Kemampuan komunikasi pada kegiatan ini dilakukan dalam bentuk pemberian pelatihan. Pelatihan komunikasi efektif dalam pemasaran diberikan kepada salah satu mitra dari PT. Sinar Sosro yaitu SMK Negeri 1 Makassar. Tujuan dari pelatihan yang dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan terkait komunikasi efektif dalam Pemasaran, sehingga lebih mudah terserap dalam dunia kerja. Pelatihan diikuti oleh 60 orang siswa SMK Negeri 1 Makassar kelas X. Setelah diberikan materi mengenai komunikasi efektif, dilanjutkan dengan sesi simulasi sebagai sales dan customer. Peserta kegiatan pelatihan menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap serangkaian aktivitas pelatihan yang dilaksanakan, dilihat dari keseriusan peserta dalam menyimak materi pembekalan dan keaktifan peserta dalam mengajukan beberapa pertanyaan yang relevan serta motivasi dalam mengikuti proses simulasi.

Kata kunci: *Komunikasi efektif; Pelatihan; Pemasaran; SMK Negeri 1 Makassar.*



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License
CC-BY-NC-4.0 ©2023 by author (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

PENDAHULUAN

PT. Sinar Sosro merupakan perusahaan yang bergerak dibidang beverage yaitu minuman teh siap minum dalam kemasan botol yang pertama di Indonesia bahkan di dunia. Sebagai kantor penjualan Wilayah Kalimantan Sulawesi Maluku Papua membutuhkan sales untuk pemasaran produk. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan tim HRD (HumanResource Department), terdapat beberapa kendala dalam mendapatkan karyawan, seperti kurangnya pelamar kerja pada posisi sales, rendahnya kompetensi yang dimiliki kandidat.

Permasalahan kurangnya pelamar kerja merupakan sebuah ketimpangan antara kebutuhan industri dengan jumlah pengangguran atau angka kebutuhan kerja yang masih tinggi di Indonesia. Berdasarkan data pengangguran terbanyak di Indonesia berasal dari lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), yaitu 9,60% (CNN Indonesia, 2023). Wijaya & Utami (2020) mengungkapkan bahwa kondisi ini tidak sesuai dengan PP No. 17 tahun 2010 yang menyatakan bahwa tujuan pendidikan kejuruan adalah untuk menciptakan lulusan yang siap bekerja. Pengangguran lulusan SMK diakibatkan oleh adanya kesenjangan antara kualitas lulusan SMK dengan kualitas yang dibutuhkan oleh dunia kerja (Wijaya & Utami, 2020). Keikutsertaan pelatihan juga dapat berpengaruh terhadap pengangguran lulusan SMK, karena pelatihan kerja mampu meningkatkan keterampilan.

Kegagalan lulusan terserap dunia kerja disebabkan oleh kurangnya kemampuan *soft skill*, kepribadian, dan sosial. Kemampuan *hard skill* hanya dibutuhkan 20%, sedangkan *softskill* 80%. Tuntutan dunia kerja, ditekankan bahwa kemampuan komunikasi, memecahkan masalah, mengambil putusan, dan kerja sama dalam tim merupakan atribut *employability skills* yang dibutuhkan pencari kerja dalam memasuki dunia kerja. Pengajaran model dan teori komunikasi perlu dikaitkan dengan dunia kerja agar siswa mampu mengaplikasikan keahlian komunikasi saat terjun ke dunia kerja (Wijayanti, dkk, 2021). Siswa SMK jurusan pemasaran dituntut untuk memiliki skill komunikasi pemasaran yang efektif. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan target pasar atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan (Mardiyanto & Giyarti, 2019).

Resekiani Mas Bakar | Rahmawati Syam | Abd. Wahid | Nuriftital Jannah | Nining Riani Turu

Pentingnya pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk persiapan memasuki dunia kerja organisasi dapat menjadi aset penting di dalam perusahaan yang nantinya pada masa yang akan datang dapat menjadi pendukung terhadap kemajuan organisasi. Pemberian pelatihan sangat diperlukan untuk pengembangan SDM sebagai bekal dalam persiapan kerja. 2021). Maka dari itu, program pelatihan komunikasi efektif dalam pemasaran diberikan kepada siswa SMK Negeri 1 Makassar Jurusan Pemasaran sebagai mitra dari PT. Sinar Sosro, untuk mempersiapkan mereka menjadi tenaga sales yang mumpuni sesuai kebutuhan perusahaan, dan bekerja sesuai kejuruan yang mereka pilih.

METODE

Jayadiningrat dan Ati (2018) menjelaskan bahwa pemecahan atau penyelesaian masalah adalah bagian dari proses berpikir. Hal ini sering dianggap proses paling kompleks di antara semua fungsi kecerdasan, pemecahan masalah diartikan sebagai proses kognitif tingkat tinggi yang memerlukan modulasi dan kontrol lebih dari keterampilan-keterampilan rutin atau dasar. kegiatan pelatihan ini dilakukan sebagai bentuk pemecahan masalah, keresahan, dan hambatan psikologis yang dialami oleh siswa SMK Negeri 1 Makassar yang akan melakukan praktek kerja di lapangan sebagai *sales*. Menjadi *sales* bagi siswa SMK Negeri 1 Makassar jurusan pemasaran merupakan hal yang tidak mudah, sehingga muncul berbagai permasalahan psikologis yang dialami SMK Negeri 1 Makassar dalam praktik pemasaran langsung di lapangan. dari berbagai masalah yang diidentifikasi kemudian ditarik suatu solusi.

Agarina & Karim (2019) menjelaskan bahwa pelatihan merupakan pertemuan untuk membahas suatu masalah yang dilakukan secara ilmiah. Agarina & Karim (2019) menjelaskan fungsi pelatihan yaitu untuk menyampaikan suatu gagasan ataupun sesuatu yang baru kepada para peserta pelatihan dan berharap para peserta dapat memperoleh ilmu dan nantinya dapat dikembangkan lagi untuk menyelesaikan masalah. Adapun tahapan dalam persiapan pelatihan ini adalah menentukan tema dan menyusun materi berdasarkan masalah yang telah ditetapkan. Proses pelatihan pada kegiatan ini meliputi serangkaian aktivitas yaitu penyampaian materi dengan metode ceramah dan sesi tanya jawab antara peserta dan fasilitator dan diakhiri dengan simulasi bagi peserta.

Penyampaian materi pelatihan menggunakan metode ceramah. Bahan materi yang disampaikan pada kegiatan pelatihan ini yaitu dengan menggunakan media aplikasi microsoft

Resekiani Mas Bakar | Rahmawati Syam | Abd. Wahid | Nuriftital Jannah | Nining Riani Turu

power point. Adapun materi yang dipresentasikan oleh fasilitator yaitu (1) komunikasi efektif, (2) Komunikasi pemasaran (3) Tujuan komunikasi pemasaran, (4) Tahapan personal selling, (5) Model perilaku konsumen. Sesi tanya jawab dilakukan pada saat penyampaian materi dan setelah penyampaian materi. Diakhir materi diberikan sesi simulasi peserta oeh dua peserta yang berperan sebagai *sales* dan *customer*.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat membekali siswa SMK Negeri 1 Makassar agar siap secara psikologis dalam melaksanakan praktek kerja menjadi seorang sales penjualan di luar lingkungan sekolah. Pelatihan ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada mahasiswa mengenai permasalahan psikologis yang akan ditemui di selama praktek penjualan yang dimana salah satunya adalah komunikasi efektif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada tahapan pelaksanaan langkah awal yang dilakukan adalah mengidentifikasi masalah. identifikasi masalah dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada siswa SMK Negeri 1 Makassar, dilakukan analisis permasalahan kepada siswa kelas pemasaran dan perusahaan dalam mempersiapkan karyawan. Tahapan yang dilakukan yaitu observasi dan wawancara, dan menyusun hasil wawancara. Dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan didapatkan beberapa permasalahan diantaranya komunikasi yang kurang efektif dalam pemasaran, kesiapan kerja pada mitra, dan kurangnya pengetahuan. Data yang didapatkan dijadikan dasar dalam melakukan intervensi pada pihak SMK Negeri 1 Makassar. Dari data yang telah ditemukan, perusahaan dan mitra sepakat dalam memberikan program pembekalan yang berupa Pelatihan untuk menjadi bekal pada siswa SMK Negeri 1 Makassar agar memiliki persiapan dalam menghadapi Praktek penjualan dan persiapan menghadapi dunia kerja. Penyusunan program pelatihan ini memiliki dua tahapan, yaitu menentukan tema pelatihan dan melaksanakan pelatihan di sekolah SMK Negeri 1 Makassar.

Tema yang diangkat dalam pelatihan ini adalah “*Building skill effective communication for selling*”. Setelah menentukan tema, selanjutnya menyusun materi yang menjadi acuan dalam melaksanakan dalam melaksanakan pelatihan yang dilakukan yang memuat terkait pengetahuan,

Resekiani Mas Bakar | Rahmawati Syam | Abd. Wahid | Nuriftital Jannah | Nining Riani Turu

keterampilan, dan sikap pada peserta pelatihan. Pelatihan dilaksanakan secara luring di aula SMK Negeri 1 Makassar. Adapun materi pertama pelatihan mengenai definisi komunikasi efektif, unsur komunikasi, komunikasi pemasaran, tujuan komunikasi pemasaran, konsep komunikasi pemasaran, tahapan personal selling, dan aksi dalam pemasaran. Materi kedua terkait teknik memasarkan produk yang efektif. Adapun materi kedua berisi mengenai tenaga penjual yang berhasil, skill/keterampilan dalam menjual, dan dampak komunikasi dalam menjual.

Pembahasan

Pelatihan diikuti oleh 60 peserta yaitu siswa SMK Negeri 1 Makassar kelas X. Setelah diberikan materi mengenai komunikasi efektif dua siswa diminta untuk melakukan simulasi dalam menjual. Terdapat dua siswa yang melakukan simulasi dan berperan sebagai *sales* dan *customer*. Setelah simulasi dilakukan peserta yang lain diharapkan memberikan masukan terkait kelebihan dan kekurangan simulasi sebagai *sales* yang telah dilakukan. Peserta yang lainnya sangat semangat dalam memberikan tanggapan terkait simulasi yang telah dilakukan berdasarkan materi yang telah diberikan, salah satu contoh tanggapan dari setiap peserta yaitu, *sales* perlu berbicara secara lembut terhadap customer agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan, *sales* penjual tidak boleh mendesak customer. Peserta kegiatan pelatihan menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap serangkaian aktivitas pelatihan yang dilaksanakan, dilihat dari keseriusan peserta dalam menyimak materi pembekalan dan keaktifan peserta dalam mengajukan beberapa pertanyaan yang relevan.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari kegiatan pelatihan komunikasi efektif dalam pemasaran pada siswa SMK Negeri 1 Makassar ini yaitu:

1. Pelaksanaan kegiatan pelatihan berlangsung sesuai dengan rencana yang telah dibuat dan disusun dengan jadwal yang telah ditetapkan.
2. Peserta menunjukkan respon positif selama kegiatan pelatihan berlangsung. Dalam pemberian materi fasilitator memberikan games untuk lebih membangkitkan semangat dalam menerima materi.
3. Peserta yang terlibat mengajukan pertanyaan kepada pemateri dengan baik dan relevan dengan topik pembahasan yang berlangsung dengan interaktif. Materi yang disajikan dengan metode yang menarik membuat peserta menangkap materi dan memahami terkait komunikasi efektif dalam pemasaran.
4. Simulasi atau *roleplay* yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman peserta terkait dengan materi yang telah disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarina, M., & Karim, A. S. (2019). Rancang Bangun Sistem Informasi Kegiatan Pelatihan Nasional Berbasis Web Pada Institut Informatics Dan Bisnis Darmajaya. *Jurnal Sistem Informasi dan Telematika (Telekomunikasi, Multimedia dan Informatika)*, 10(1).
- Apriliana, S. D., & Nawangsari, E. R. (2021). Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (sdm) berbasis kompetensi. *Forum Ekonomi*, 23(4). 804-812.
- Jayadiningrat, M.G., & Ati, E.K (2018). Peningkatan keterampilan memecahkan masalah melalui model pembelajaran problem based learning (PBL) pada mata pelajaran Kimia. *Jurnal pendidikan kimia indonesia*. 2(1).
- Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).
- Wijayanti, S. H., Utami, N., Putri, B. K. N., & Mantiri, S. M. (2021). Penilaian diri kompetensi komunikasi pencari kerja dalam memasuki dunia kerja. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(2).
- Wijaya, M. O., & Utami, E. D. (2021, November). Determinan Pengangguran Lulusan SMK di Indonesia Tahun 2020. *Pelatihan Nasional Official Statistics*, 2021(1). 801-810.