



## **Penguatan Kompetensi Relasi Bisnis melalui Pendekatan Komunikasi Efektif REACH Generasi Muda dan Pelaku Usaha**

**<sup>1</sup>Ahnaf\*, <sup>2</sup>Diah Nadiatul Jannah**

<sup>1</sup>Institut Teknologi Sepuluh Nopember

<sup>2</sup>Universitas Negeri Makassar

Email: ahnaf.z125@gmail.com<sup>1</sup>, diah.nadiatul@unm.ac.id<sup>2</sup>

\*Corresponding author: ahnaf.z125@gmail.com

### **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi generasi muda dan pelaku usaha dalam membangun relasi bisnis melalui pendekatan komunikasi efektif REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble*). Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk webinar melalui program *QuBisa Goes To Campus X Universitas Widya Mandira Kupang* dengan tema “Bagaimana Membangun Relasi untuk Menjalankan Bisnis”. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui ceramah, diskusi interaktif, sharing pengalaman, dan studi kasus sederhana. Materi yang diberikan berfokus pada pentingnya relasi bisnis, tantangan komunikasi di era digital, serta penerapan komunikasi efektif dalam membangun networking dan hubungan profesional. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh peningkatan pemahaman mengenai pentingnya komunikasi interpersonal dan relasi bisnis dalam pengembangan usaha maupun karier profesional. Peserta juga menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung, khususnya pada sesi diskusi dan tanya jawab. Pendekatan komunikasi efektif REACH dinilai mampu membantu peserta memahami strategi komunikasi profesional secara lebih sederhana, aplikatif, dan relevan dengan kebutuhan dunia bisnis saat ini. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi komunikasi, rasa percaya diri, serta kemampuan networking peserta dalam membangun hubungan profesional yang lebih efektif dan berkelanjutan.

**Kata Kunci: komunikasi efektif, relasi bisnis, REACH, generasi muda, networking**

### **ABTRACT**

*This community service activity aimed to strengthen the competencies of young generations and business actors in building business relationships through the REACH effective communication approach (Respect, Empathy, Audible, Clarity, and Humble). The activity was conducted in the form of a webinar through the QuBisa Goes To Campus X Universitas Widya Mandira Kupang program with the theme “How to Build Relationships for Running a Business”. The implementation methods included lectures, interactive discussions, experience sharing, and simple case studies. The materials focused on the importance of business relationships, communication challenges in the digital era, and the implementation of effective communication in building networking and professional relationships. The results showed that participants experienced increased understanding regarding the importance of interpersonal communication and business relations in business development and professional careers. Participants also demonstrated high enthusiasm during the activity, especially in discussion and question-and-answer sessions. The REACH communication approach was considered capable of helping participants understand professional communication strategies in a simpler, more practical, and relevant way according to current business needs. This activity had a positive impact on improving participants' communication competencies, self-confidence, and networking skills in building more effective and sustainable professional relationships.*

**Keywords: effective communication, business relations, REACH, young generation, networking**

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan globalisasi dan transformasi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola komunikasi dan aktivitas bisnis masyarakat. Kemajuan teknologi informasi menjadikan persaingan bisnis semakin terbuka dan kompetitif, sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis (Kotler & Keller, 2016). Dalam kondisi

tersebut, keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam membangun komunikasi dan relasi bisnis yang efektif dengan berbagai pihak (Hasan, 2020). Relasi bisnis menjadi salah satu faktor strategis yang dapat mendukung pengembangan usaha, memperluas jaringan pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menciptakan peluang kerja sama yang berkelanjutan (Suryana, 2017). Perkembangan teknologi digital juga mendorong perubahan perilaku komunikasi bisnis di masyarakat. Media sosial, *platform* digital, dan perkembangan teknologi komunikasi memberikan peluang yang besar bagi generasi muda dan pelaku usaha untuk memperluas jaringan bisnis secara lebih cepat dan luas (Azzahra et.al., 2026). Pemanfaatan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga menjadi media untuk membangun hubungan dengan pelanggan, memperkuat *branding*, serta menciptakan interaksi bisnis yang lebih personal dan berkelanjutan (Nurmala et al., 2025). Selain itu, komunikasi digital yang efektif dapat membantu pelaku usaha mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital (Christian, 2023).

Generasi muda saat ini memiliki peluang yang besar untuk terlibat dalam dunia kewirausahaan dan industri kreatif. Kemudahan akses teknologi serta meningkatnya penggunaan media sosial mendorong lahirnya berbagai usaha berbasis digital yang dijalankan oleh generasi muda (Kurniadi, 2025). Namun demikian, perkembangan teknologi juga memunculkan tantangan baru dalam membangun komunikasi interpersonal dan relasi bisnis yang berkualitas. Interaksi yang cenderung dilakukan melalui media digital menyebabkan sebagian individu mengalami kesulitan dalam membangun kedekatan emosional, komunikasi interpersonal, dan *networking* profesional secara efektif (Mulyana, 2015). Kemampuan membangun relasi bisnis merupakan salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki oleh generasi muda dan pelaku usaha. Relasi bisnis tidak hanya dimaknai sebagai hubungan profesional untuk kepentingan ekonomi, tetapi juga sebagai proses membangun kepercayaan, kolaborasi, dan komunikasi yang saling menguntungkan antara individu maupun kelompok (Robbins & Judge, 2019). Dalam praktik bisnis modern, *networking* menjadi modal sosial yang dapat membantu individu memperoleh peluang kerja sama, akses informasi, pengembangan usaha, hingga peningkatan reputasi profesional (Alamsyah et al., 2024). Oleh karena itu, kemampuan membangun relasi menjadi bagian penting dalam penguatan kompetensi bisnis masyarakat.

Masih banyak generasi muda dan pelaku usaha yang mengalami kendala dalam membangun relasi bisnis secara optimal. Permasalahan yang umum ditemukan antara lain kurangnya kemampuan komunikasi interpersonal, rendahnya keterampilan *networking*, komunikasi yang terlalu formal dan kaku, serta kecenderungan lebih fokus pada aktivitas penjualan dibanding membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mitra usaha (Effendy, 2018). Selain itu, rendahnya kemampuan mendengar dan memahami kebutuhan lawan bicara juga menjadi hambatan dalam menciptakan hubungan bisnis yang harmonis dan profesional (Tubbs & Moss, 2012). Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi efektif menjadi aspek yang sangat penting dalam pengembangan kompetensi bisnis masyarakat. Komunikasi efektif tidak hanya berkaitan dengan kemampuan berbicara, tetapi juga kemampuan memahami orang lain, menyampaikan pesan dengan jelas, membangun rasa nyaman, serta menciptakan hubungan interpersonal yang positif (DeVito, 2016). Dalam konteks bisnis, komunikasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperkuat loyalitas mitra kerja, serta membantu proses negosiasi dan kolaborasi secara lebih efektif (Liliweri, 2017). Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa komunikasi bisnis yang baik memiliki pengaruh terhadap peningkatan performa dan perkembangan UMKM, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif (Christiana et al., 2022).

Perkembangan ekonomi digital juga menuntut pelaku usaha untuk memiliki kemampuan komunikasi pemasaran yang lebih adaptif dan interaktif. Strategi komunikasi yang tepat dapat membantu pelaku usaha membangun *engagement* dengan pelanggan serta menciptakan hubungan bisnis yang lebih kuat (Simamora dan Evyanto, 2025). Selain itu, penggunaan media sosial secara efektif dapat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kinerja usaha secara signifikan (Karmila, 2023).

Dengan demikian, kemampuan komunikasi dan relasi bisnis menjadi kebutuhan penting bagi generasi muda dan pelaku usaha di era digital saat ini.

Salah satu pendekatan komunikasi efektif yang dapat diterapkan dalam membangun relasi bisnis adalah metode REACH yang terdiri dari *Respect*, *Empathy*, *Audible*, *Clarity*, dan *Humble*. Konsep ini menekankan pentingnya sikap menghargai, memahami kebutuhan orang lain, menyampaikan pesan secara jelas, serta membangun komunikasi yang rendah hati dan profesional (Tubbs & Moss, 2012). Prinsip *Respect* mengajarkan pentingnya menghargai waktu, pendapat, dan keberadaan orang lain dalam komunikasi bisnis. *Empathy* membantu individu memahami kondisi dan kebutuhan lawan bicara sehingga tercipta hubungan yang lebih dekat dan nyaman. *Audible* menekankan kemampuan menyampaikan pesan agar mudah diterima dan dipahami, sedangkan *Clarity* berfokus pada kejelasan informasi untuk mengurangi potensi miskomunikasi. Sementara itu, *Humble* menanamkan sikap rendah hati, terbuka terhadap kritik, dan tidak merasa paling benar dalam berinteraksi dengan orang lain.

Pendekatan REACH dinilai relevan diterapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat karena mampu membantu peserta meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal sekaligus memperkuat keterampilan membangun relasi bisnis. Peningkatan *soft skill* komunikasi menjadi kebutuhan penting bagi generasi muda dan pelaku usaha agar mampu bersaing dan beradaptasi di tengah perkembangan dunia bisnis modern (Robbins & Judge, 2019). Selain itu, kemampuan *networking* dan komunikasi profesional juga menjadi modal sosial yang dapat mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan (Hasan, 2020).

Sebagai upaya menjawab permasalahan tersebut, Universitas Katolik Widya Mandira bekerja sama dengan PT Qubisa Anugerah Indonesia menyelenggarakan webinar “Membangun Relasi untuk Menjalankan Bisnis” sebagai bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman generasi muda dan pelaku usaha mengenai pentingnya komunikasi efektif dalam membangun relasi bisnis melalui pendekatan REACH. Materi yang diberikan mencakup pentingnya relasi bisnis, tantangan komunikasi di era modern, penerapan prinsip REACH dalam komunikasi profesional, serta strategi praktis membangun *networking* dan hubungan bisnis yang berkelanjutan.

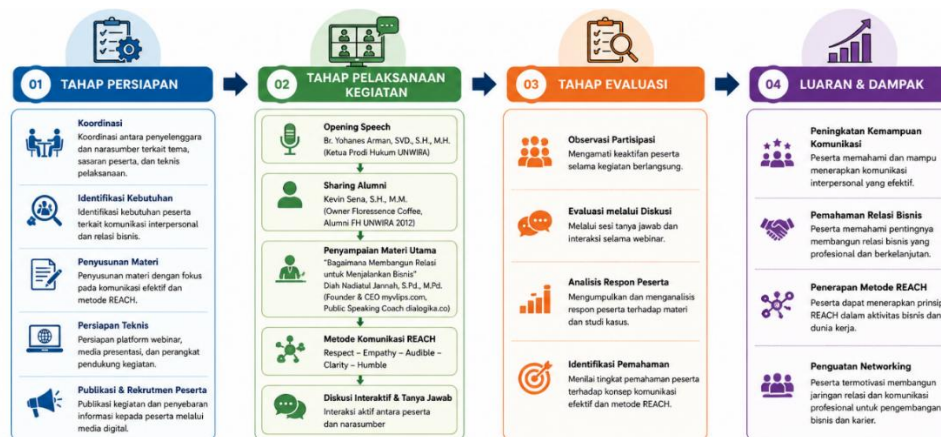
Pelaksanaan kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi peserta dalam membangun hubungan profesional, memperluas jejaring bisnis, serta meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal dalam dunia usaha. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana edukasi bagi generasi muda dan pelaku usaha agar memahami bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjual produk, tetapi juga oleh kualitas komunikasi dan hubungan yang dibangun dengan orang lain (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, penguatan kompetensi komunikasi melalui pendekatan REACH diharapkan dapat mendukung terciptanya pelaku usaha yang lebih profesional, adaptif, dan mampu membangun relasi bisnis yang kuat di era persaingan global.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk webinar edukatif bertajuk “*Bagaimana Membangun Relasi untuk Menjalankan Bisnis*” melalui program QuBisa Goes To Campus X Universitas Widya Mandira Kupang. Kegiatan ini merupakan hasil kerja sama antara Universitas Katolik Widya Mandira dan PT Qubisa Anugerah Indonesia sebagai bentuk kontribusi dalam meningkatkan kemampuan komunikasi dan relasi bisnis bagi generasi muda serta pelaku usaha. Webinar dilaksanakan pada Jumat, 17 Mei 2024 pukul 14.00–15.30 WIB secara daring dengan menghadirkan narasumber yang memiliki pengalaman di bidang bisnis dan komunikasi profesional.

Kegiatan diawali dengan *opening speech* oleh Br. Yohanes Arman, SVD., S.H., M.H. selaku Ketua Program Studi Hukum Universitas Katolik Widya Mandira. Selanjutnya kegiatan dilengkapi dengan sesi *sharing alumni* oleh Kevin Sena, S.H., M.M. selaku Owner Floressence Coffee sekaligus alumni Fakultas Hukum UNWIRA angkatan 2012. Materi utama disampaikan oleh Diah Nadiatul Jannah, S.Pd., M.Pd. selaku

Founder & CEO myvlips.com serta Public Speaking Coach di dialogika.co yang membahas pentingnya membangun relasi bisnis melalui komunikasi efektif dengan pendekatan REACH.



Gambar 1. Framework Kegiatan

## 2.1 Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan melalui koordinasi antara pihak penyelenggara dan narasumber terkait tema kegiatan, sasaran peserta, teknis pelaksanaan webinar, serta penyusunan materi kegiatan. Pada tahap ini dilakukan identifikasi kebutuhan peserta terkait kemampuan komunikasi interpersonal dan relasi bisnis yang saat ini menjadi salah satu kompetensi penting dalam pengembangan usaha dan karier profesional. Proses persiapan dilakukan agar materi yang diberikan dapat sesuai dengan kebutuhan peserta dan relevan dengan kondisi dunia bisnis saat ini.

Tim pelaksana juga mempersiapkan media presentasi, *platform* webinar, publikasi kegiatan, serta penyebaran informasi kepada peserta melalui media digital. Materi yang disusun difokuskan pada pentingnya relasi bisnis, tantangan komunikasi di era digital, serta penerapan prinsip komunikasi efektif REACH yang terdiri dari *Respect*, *Empathy*, *Audible*, *Clarity*, dan *Humble*. Penyusunan materi dilakukan dengan pendekatan praktis dan komunikatif agar peserta lebih mudah memahami konsep yang diberikan selama kegiatan berlangsung.

## 2.2 Tahap Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 2. Poster Kegiatan Webinar Relasi Bisnis

Tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui metode ceramah, diskusi interaktif, *sharing* pengalaman, dan studi kasus sederhana. Metode tersebut dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh materi secara teoritis, tetapi juga mendapatkan pemahaman praktis mengenai

penerapan komunikasi efektif dalam membangun relasi bisnis. Selama kegiatan berlangsung, peserta terlihat aktif mengikuti materi dan memberikan respon terhadap topik yang dibahas oleh narasumber.

Pada sesi penyampaian materi, narasumber menjelaskan bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau jasa, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan membangun hubungan profesional dan komunikasi yang baik dengan pelanggan maupun mitra usaha. Peserta diberikan pemahaman mengenai berbagai tantangan dalam membangun relasi bisnis, seperti komunikasi yang terlalu formal, rendahnya kemampuan mendengar, serta kurangnya kemampuan menjaga hubungan profesional secara berkelanjutan. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya *networking* sebagai salah satu strategi dalam pengembangan bisnis dan peningkatan peluang kerja sama.

Materi utama dalam kegiatan ini membahas penerapan metode komunikasi efektif REACH yang terdiri dari *Respect*, *Empathy*, *Audible*, *Clarity*, dan *Humble*. Narasumber menjelaskan bahwa prinsip *Respect* penting diterapkan dalam menghargai waktu, pendapat, dan keberadaan orang lain dalam komunikasi bisnis. Prinsip *Empathy* membantu individu memahami kebutuhan dan sudut pandang lawan bicara sehingga komunikasi menjadi lebih nyaman dan efektif. Sementara itu, prinsip *Audible* dan *Clarity* berfokus pada kemampuan menyampaikan pesan secara jelas dan mudah dipahami agar tidak terjadi miskomunikasi dalam hubungan profesional.

Selain penyampaian materi utama, kegiatan juga dilengkapi dengan sesi *sharing alumni* yang disampaikan oleh Kevin Sena, S.H., M.M. Pada sesi ini peserta memperoleh wawasan mengenai pengalaman nyata dalam membangun usaha dan menjaga relasi bisnis dalam dunia kerja maupun kewirausahaan. *Sharing* pengalaman tersebut memberikan motivasi kepada peserta, khususnya mahasiswa dan generasi muda, untuk mulai membangun *networking* dan komunikasi profesional sejak dini.

Tahap pelaksanaan juga dilengkapi dengan sesi diskusi interaktif antara peserta dan narasumber. Dalam sesi ini peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, pengalaman, maupun kendala yang dihadapi dalam membangun relasi bisnis. Diskusi berlangsung secara aktif dan komunikatif sehingga peserta dapat memahami penerapan prinsip komunikasi efektif secara lebih aplikatif dalam kehidupan profesional dan aktivitas bisnis sehari-hari.

### **2.3 Tahap Evaluasi**

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan selama kegiatan webinar berlangsung. Evaluasi dilakukan melalui interaksi peserta selama kegiatan, sesi tanya jawab, serta respon peserta terhadap materi dan studi kasus yang diberikan oleh narasumber. Antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung menunjukkan bahwa topik komunikasi bisnis dan relasi profesional merupakan kebutuhan yang relevan bagi generasi muda dan pelaku usaha.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya komunikasi efektif dalam membangun relasi bisnis yang profesional dan berkelanjutan. Peserta juga mulai memahami bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjual produk, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas hubungan dan komunikasi yang dibangun dengan pelanggan, mitra usaha, maupun lingkungan profesional. Selain itu, peserta menunjukkan ketertarikan terhadap penerapan metode REACH sebagai strategi komunikasi yang dapat diterapkan dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan generasi muda dan pelaku usaha mampu meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal, memperluas jaringan relasi bisnis, serta membangun hubungan profesional yang lebih efektif dan berkelanjutan. Kegiatan ini juga

diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan *soft skill* komunikasi yang relevan dengan kebutuhan dunia bisnis dan dunia kerja di era digital saat ini.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 3. On Air Acara Penguatan Relasi Bisnis

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui webinar “*Bagaimana Membangun Relasi untuk Menjalankan Bisnis*” berjalan dengan baik dan memperoleh respon positif dari peserta. Kegiatan yang diselenggarakan melalui program *QuBisa Goes To Campus X Universitas Widya Mandira Kupang* ini diikuti oleh mahasiswa, generasi muda, serta pelaku usaha yang memiliki minat terhadap pengembangan kemampuan komunikasi dan relasi bisnis. Materi yang disampaikan mengenai komunikasi efektif dan *networking* dinilai relevan dengan kebutuhan peserta di era digital dan persaingan bisnis saat ini.

Pelaksanaan webinar tidak hanya memberikan pemahaman teoritis mengenai pentingnya relasi bisnis, tetapi juga memberikan wawasan praktis terkait strategi membangun hubungan profesional yang efektif. Peserta terlihat aktif mengikuti kegiatan sejak awal hingga akhir webinar, terutama pada sesi diskusi dan tanya jawab. Tingginya partisipasi peserta menunjukkan bahwa topik komunikasi bisnis dan *networking* menjadi kebutuhan penting bagi generasi muda maupun pelaku usaha dalam menghadapi perkembangan dunia bisnis modern.

#### 3.1 Peningkatan Pemahaman Peserta tentang Pentingnya Relasi Bisnis

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya relasi bisnis dalam pengembangan usaha dan karier profesional. Sebelum kegiatan webinar dilaksanakan, sebagian peserta masih memiliki pandangan bahwa keberhasilan bisnis hanya ditentukan oleh kualitas produk, kemampuan pemasaran, dan target penjualan. Namun setelah mengikuti kegiatan, peserta mulai memahami bahwa kemampuan membangun hubungan profesional dan komunikasi interpersonal merupakan faktor penting yang mendukung keberhasilan bisnis secara berkelanjutan. Relasi bisnis dipahami bukan hanya sebagai hubungan profesional biasa, tetapi sebagai bentuk investasi sosial yang dapat membuka peluang kolaborasi, memperluas jaringan usaha, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mitra kerja (Kotler & Keller, 2016).

Peningkatan pemahaman peserta terlihat selama proses pelaksanaan kegiatan, khususnya pada sesi ceramah dan diskusi interaktif. Pada tahap penyampaian materi, narasumber menjelaskan bahwa perkembangan dunia bisnis di era digital menuntut individu untuk memiliki kemampuan *networking* dan komunikasi profesional yang baik. Penjelasan tersebut memberikan wawasan baru bagi peserta bahwa kemampuan membangun relasi merupakan bagian penting dari *soft skill* yang dibutuhkan dalam dunia usaha maupun dunia kerja saat ini (Robbins & Judge, 2019). Selain itu, peserta juga mulai memahami bahwa relasi bisnis yang kuat dapat membantu individu memperoleh peluang kerja sama, dukungan profesional, akses informasi, hingga pengembangan usaha yang lebih luas (Alamsyah et al., 2024).

Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa metode ceramah yang digunakan dalam webinar mampu membantu peserta memahami konsep dasar relasi bisnis secara lebih sistematis. Materi yang disampaikan mengenai pentingnya komunikasi, *networking*, dan hubungan profesional memberikan pemahaman kepada peserta bahwa bisnis yang berkembang tidak hanya bergantung pada transaksi ekonomi, tetapi juga pada kualitas hubungan interpersonal yang dibangun dengan pelanggan maupun mitra usaha. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Hasan (2020) yang menyatakan bahwa relasi bisnis menjadi salah satu modal penting dalam menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Selain melalui metode ceramah, peningkatan pemahaman peserta juga terlihat pada sesi diskusi interaktif. Pada sesi ini beberapa peserta menyampaikan pengalaman dan kendala yang mereka hadapi dalam membangun relasi bisnis. Sebagian peserta mengaku masih mengalami kesulitan dalam membangun komunikasi dengan pelanggan, menjaga hubungan profesional setelah pertemuan awal, serta meningkatkan rasa percaya diri saat berinteraksi dengan orang lain. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi interpersonal masih menjadi tantangan bagi generasi muda maupun pelaku usaha dalam membangun *networking* secara efektif (Mulyana, 2015).

Melalui sesi diskusi, peserta diberikan kesempatan untuk memahami bahwa relasi bisnis tidak dibangun secara instan, tetapi membutuhkan komunikasi yang konsisten, sikap profesional, dan kemampuan memahami kebutuhan orang lain. Narasumber juga menekankan bahwa membangun relasi bisnis bukan hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga untuk menciptakan hubungan profesional yang saling percaya dan berkelanjutan. Pemahaman tersebut menjadi salah satu hasil penting dari kegiatan pengabdian karena peserta mulai menyadari bahwa keberhasilan bisnis juga dipengaruhi oleh kualitas komunikasi interpersonal yang dimiliki individu (Effendy, 2018; Carnegie, 2018; Koponen et al., 2025).

Peningkatan pemahaman peserta juga diperkuat melalui metode *sharing experience* yang disampaikan oleh Kevin Sena, S.H., M.M. sebagai pelaku usaha sekaligus alumni Universitas Katolik Widya Mandira. Dalam sesi tersebut, peserta memperoleh gambaran nyata mengenai pentingnya relasi bisnis dalam proses pengembangan usaha. Pengalaman yang dibagikan menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dan kemampuan menjaga hubungan profesional mampu membantu pelaku usaha memperoleh peluang kerja sama, memperluas pasar, serta mempertahankan loyalitas pelanggan. *Sharing* pengalaman tersebut memberikan motivasi kepada peserta untuk mulai membangun *networking* dan komunikasi profesional sejak dini.

Antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung juga menunjukkan bahwa topik relasi bisnis dan komunikasi profesional sangat relevan dengan kebutuhan generasi muda saat ini. Hal tersebut terlihat dari tingginya partisipasi peserta dalam sesi tanya jawab dan diskusi. Beberapa peserta mengajukan pertanyaan terkait strategi membangun *first impression*, cara menjaga hubungan dengan pelanggan, hingga teknik membangun komunikasi profesional di era digital. Tingginya interaksi peserta menunjukkan bahwa kegiatan webinar berhasil menciptakan suasana pembelajaran yang komunikatif dan partisipatif.

Selain itu, pendekatan komunikasi efektif REACH yang diperkenalkan dalam kegiatan ini membantu peserta memahami bahwa membangun relasi bisnis membutuhkan sikap menghargai, empati, kemampuan menyampaikan pesan dengan jelas, serta sikap rendah hati dalam berkomunikasi. Konsep tersebut dinilai mudah dipahami karena disampaikan melalui contoh-contoh sederhana yang dekat dengan aktivitas bisnis sehari-hari peserta. Menurut DeVito (2016), komunikasi interpersonal yang efektif dapat membantu individu membangun hubungan sosial dan profesional yang lebih kuat serta meningkatkan kualitas interaksi dalam lingkungan kerja maupun bisnis.

Hasil kegiatan ini juga menunjukkan bahwa generasi muda dan pelaku usaha membutuhkan ruang pembelajaran yang membahas pengembangan *soft skill* komunikasi dan *networking* secara praktis. Selama ini sebagian besar peserta lebih banyak memperoleh pengetahuan mengenai aspek teknis bisnis, sedangkan kemampuan komunikasi interpersonal masih kurang mendapatkan perhatian. Padahal, kemampuan komunikasi yang baik memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan individu dalam membangun hubungan profesional, meningkatkan kepercayaan, dan memperluas peluang kerja sama (Cangara, 2016).

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa webinar yang dilaksanakan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya relasi bisnis dalam pengembangan usaha dan karier profesional. Metode ceramah, diskusi interaktif, dan *sharing* pengalaman yang digunakan dalam kegiatan berhasil membantu peserta memahami konsep komunikasi dan *networking* secara lebih aplikatif. Dengan meningkatnya pemahaman tersebut, diharapkan peserta mampu menerapkan keterampilan komunikasi interpersonal dan membangun relasi bisnis yang lebih efektif dalam aktivitas profesional maupun dunia usaha di masa mendatang.

### 3.2 Implementasi Pendekatan Komunikasi Efektif REACH

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi efektif REACH mampu membantu peserta memahami strategi komunikasi profesional secara lebih aplikatif dan relevan dengan kebutuhan dunia bisnis saat ini. Pendekatan REACH yang terdiri dari *Respect*, *Empathy*, *Audible*, *Clarity*, dan *Humble* diperkenalkan melalui metode ceramah, diskusi interaktif, serta studi kasus sederhana sehingga peserta tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu melihat penerapannya dalam aktivitas profesional sehari-hari. Menurut DeVito (2016), komunikasi interpersonal yang efektif tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga kemampuan membangun hubungan sosial yang positif dan saling menghargai. Oleh karena itu, pendekatan REACH dinilai tepat digunakan dalam kegiatan pengabdian ini karena mampu menghubungkan aspek komunikasi dengan kebutuhan relasi bisnis secara praktis.

Pada prinsip *Respect*, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya menghargai waktu, pendapat, dan keberadaan orang lain dalam komunikasi bisnis. Narasumber menjelaskan bahwa sikap menghargai merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan profesional yang sehat dan berkelanjutan. Dalam dunia bisnis, sikap menghargai dapat ditunjukkan melalui cara berbicara yang sopan, kemampuan mendengarkan lawan bicara, ketepatan waktu, serta kemampuan menerima perbedaan pendapat dalam proses komunikasi (Liliweri, 2017). Melalui sesi ceramah dan diskusi, peserta mulai memahami bahwa sikap menghargai mampu menciptakan kenyamanan dan meningkatkan rasa percaya dalam hubungan profesional.

Penerapan prinsip *Respect* juga diperkuat melalui studi kasus sederhana yang diberikan oleh narasumber mengenai komunikasi antara pelaku usaha dengan pelanggan maupun mitra bisnis. Dalam studi kasus tersebut dijelaskan bahwa komunikasi yang kurang menghargai pelanggan dapat menurunkan tingkat kepercayaan dan berdampak pada hubungan bisnis jangka panjang. Sebaliknya, komunikasi yang menghargai pelanggan mampu meningkatkan loyalitas dan membangun citra profesional yang positif (Kotler & Keller, 2016). Hasil diskusi menunjukkan bahwa sebagian peserta mulai menyadari pentingnya menjaga etika komunikasi dalam membangun *networking* dan hubungan profesional.

Pada prinsip *Empathy*, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya memahami kebutuhan, kondisi, dan sudut pandang lawan bicara sebelum menyampaikan pendapat maupun menawarkan solusi bisnis. Narasumber menjelaskan bahwa komunikasi yang baik tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada kemampuan mendengarkan dan memahami orang lain secara emosional maupun profesional. Menurut Robbins dan Judge (2019),

empati merupakan salah satu keterampilan interpersonal yang penting dalam menciptakan hubungan kerja dan hubungan bisnis yang harmonis.

Melalui metode diskusi interaktif, peserta diberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman terkait kesulitan memahami kebutuhan pelanggan maupun menghadapi perbedaan karakter dalam komunikasi bisnis. Beberapa peserta mengaku sering mengalami kesalahpahaman dalam komunikasi karena terlalu fokus pada penyampaian pendapat tanpa memahami kebutuhan lawan bicara terlebih dahulu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan empati masih menjadi tantangan dalam komunikasi profesional, khususnya bagi generasi muda dan pelaku usaha pemula. Oleh karena itu, pendekatan *Empathy* dalam metode REACH dinilai mampu membantu peserta memahami pentingnya komunikasi dua arah yang lebih humanis dan berorientasi pada hubungan jangka panjang (Tubbs & Moss, 2012).

Selain *Respect* dan *Empathy*, prinsip *Audible* dan *Clarity* juga menjadi bagian yang menarik perhatian peserta selama kegiatan berlangsung. Pada sesi ceramah, narasumber menjelaskan bahwa banyak permasalahan dalam komunikasi bisnis terjadi akibat penyampaian pesan yang kurang jelas, terlalu rumit, atau ambigu. Dalam konteks bisnis, komunikasi yang tidak jelas dapat menyebabkan miskomunikasi, kesalahan persepsi, hingga menurunkan kualitas hubungan profesional (Effendy, 2018). Oleh karena itu, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya menyampaikan pesan secara sederhana, terstruktur, dan mudah dipahami oleh lawan bicara.

Melalui metode studi kasus, peserta diajak memahami perbedaan antara komunikasi yang efektif dan komunikasi yang menimbulkan miskomunikasi dalam hubungan bisnis. Narasumber memberikan contoh bagaimana penyampaian informasi yang terlalu panjang dan tidak fokus dapat membuat pelanggan kehilangan ketertarikan terhadap produk maupun kerja sama yang ditawarkan. Sebaliknya, komunikasi yang jelas dan mudah dipahami mampu meningkatkan efektivitas interaksi serta memperkuat hubungan profesional (Cangara, 2016). Peserta terlihat antusias ketika diberikan contoh-contoh komunikasi sederhana yang dapat diterapkan dalam aktivitas bisnis sehari-hari, seperti saat melakukan presentasi, negosiasi, maupun membangun komunikasi dengan pelanggan.

Prinsip *Audible* juga membantu peserta memahami pentingnya penggunaan bahasa yang komunikatif dan mudah diterima oleh lawan bicara. Narasumber menjelaskan bahwa kemampuan berbicara bukan hanya mengenai bagaimana menyampaikan informasi, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh orang lain. Menurut DeVito (2016), komunikasi interpersonal yang efektif memerlukan kemampuan menyesuaikan pesan dengan karakteristik dan kebutuhan audiens agar proses komunikasi berjalan lebih optimal. Hal tersebut membuat peserta mulai memahami pentingnya kemampuan *public speaking* dan komunikasi interpersonal dalam membangun relasi bisnis.

Selain itu, prinsip *Humble* memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya sikap rendah hati dalam membangun hubungan profesional. Dalam sesi penyampaian materi, narasumber menjelaskan bahwa sikap rendah hati bukan berarti rendah diri, melainkan kemampuan menghargai orang lain, terbuka terhadap kritik, dan tidak merasa paling benar dalam komunikasi. Sikap humble menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kenyamanan dan hubungan jangka panjang dalam dunia bisnis (Hasan, 2020).

Melalui sesi diskusi, beberapa peserta menyampaikan bahwa sikap rendah hati sering kali menjadi faktor yang membuat pelanggan maupun mitra bisnis merasa lebih nyaman dalam menjalin komunikasi. Peserta juga memahami bahwa keberhasilan dalam bisnis tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan berbicara atau menjual produk, tetapi juga dipengaruhi oleh sikap dan etika komunikasi dalam berinteraksi dengan orang lain. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Christian (2023) yang menyatakan bahwa komunikasi profesional yang dibangun dengan pendekatan humanis mampu meningkatkan kualitas hubungan pelanggan dan loyalitas bisnis.

Secara keseluruhan, implementasi pendekatan komunikasi efektif REACH dalam kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta mengenai strategi komunikasi profesional dan relasi bisnis. Metode ceramah, diskusi interaktif, sharing pengalaman, dan studi kasus yang digunakan dalam kegiatan berhasil membantu peserta memahami konsep komunikasi secara lebih aplikatif dan kontekstual. Pendekatan REACH juga dinilai relevan diterapkan dalam pengembangan *soft skill* generasi muda dan pelaku usaha karena mampu membantu peserta membangun komunikasi yang lebih profesional, efektif, dan berorientasi pada hubungan jangka panjang.

### 3.3 Antusiasme dan Partisipasi Peserta dalam Kegiatan

Selama kegiatan webinar berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme dan partisipasi yang tinggi terhadap materi yang disampaikan oleh narasumber. Antusiasme tersebut terlihat dari keterlibatan aktif peserta selama sesi ceramah, diskusi interaktif, maupun sesi tanya jawab. Peserta tidak hanya mendengarkan materi secara pasif, tetapi juga aktif menyampaikan pendapat, pengalaman, dan berbagai kendala yang dihadapi dalam membangun relasi bisnis maupun komunikasi profesional. Tingginya partisipasi peserta menunjukkan bahwa topik komunikasi bisnis dan *networking* merupakan kebutuhan yang relevan bagi generasi muda dan pelaku usaha di era digital saat ini (Simamora dan Evyanto, 2025).

Partisipasi aktif peserta terlihat sejak sesi awal kegiatan ketika narasumber mulai membahas tantangan membangun relasi bisnis di era modern. Beberapa peserta menyampaikan bahwa mereka masih mengalami kesulitan dalam membangun rasa percaya diri saat berkomunikasi dengan pelanggan maupun mitra bisnis. Selain itu, terdapat peserta yang mengaku kesulitan menjaga hubungan profesional setelah proses transaksi selesai sehingga komunikasi dengan pelanggan menjadi tidak berkelanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi interpersonal masih menjadi tantangan yang cukup besar bagi generasi muda dan pelaku usaha pemula (Mulyana, 2015).

Pada sesi diskusi interaktif, peserta juga banyak mengajukan pertanyaan terkait strategi membangun *networking* dan cara menjaga hubungan profesional dalam dunia usaha. Pertanyaan yang diajukan peserta meliputi teknik membangun *first impression*, cara meningkatkan kemampuan komunikasi bisnis, strategi menghadapi pelanggan dengan karakter yang berbeda, hingga cara membangun relasi profesional melalui media digital. Tingginya interaksi peserta menunjukkan bahwa metode diskusi interaktif yang digunakan dalam kegiatan mampu menciptakan suasana pembelajaran yang lebih komunikatif dan partisipatif (Cangara, 2016).

Metode diskusi interaktif dalam kegiatan ini memberikan ruang bagi peserta untuk tidak hanya menerima materi, tetapi juga berbagi pengalaman dan belajar dari pengalaman peserta lainnya. Menurut DeVito (2016), proses komunikasi yang efektif terjadi ketika terdapat interaksi dua arah yang memungkinkan individu untuk saling bertukar informasi dan pengalaman. Oleh karena itu, penggunaan metode diskusi dalam webinar ini dinilai mampu meningkatkan keterlibatan peserta sekaligus memperkuat pemahaman terhadap materi yang disampaikan.

Selain sesi diskusi, antusiasme peserta juga terlihat pada sesi *sharing alumni* yang disampaikan oleh Kevin Sena, S.H., M.M. sebagai pelaku usaha sekaligus alumni Universitas Katolik Widya Mandira. Pada sesi tersebut peserta memperoleh motivasi dan wawasan nyata mengenai pentingnya relasi bisnis dalam pengembangan usaha. Pengalaman yang dibagikan mengenai proses membangun bisnis, menjaga komunikasi dengan pelanggan, dan memperluas jaringan usaha membuat peserta lebih mudah memahami implementasi komunikasi profesional dalam dunia bisnis nyata.

Kehadiran alumni yang telah berhasil membangun usaha memberikan inspirasi tersendiri bagi peserta, khususnya mahasiswa dan generasi muda. Peserta mulai memahami bahwa keberhasilan

dalam bisnis tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan akademik atau teknis, tetapi juga oleh kemampuan membangun komunikasi, *networking*, dan hubungan profesional yang baik (Robbins & Judge, 2019). Hal tersebut terlihat dari meningkatnya ketertarikan peserta terhadap pembahasan mengenai soft skill komunikasi dan pengembangan relasi bisnis.

Antusiasme peserta juga terlihat dari respon positif terhadap pendekatan komunikasi efektif REACH yang diperkenalkan dalam kegiatan. Peserta menilai bahwa konsep REACH mudah dipahami karena disampaikan dengan contoh-contoh sederhana dan relevan dengan aktivitas sehari-hari. Beberapa peserta menyampaikan bahwa prinsip *Respect*, *Empathy*, dan *Humble* sangat membantu mereka memahami pentingnya etika dan sikap dalam komunikasi bisnis. Sementara itu, prinsip *Audible* dan *Clarity* dianggap penting dalam meningkatkan kemampuan menyampaikan pesan secara lebih profesional dan efektif.

Secara keseluruhan, tingginya antusiasme dan partisipasi peserta menunjukkan bahwa kegiatan webinar berhasil menciptakan proses pembelajaran yang komunikatif dan interaktif. Penggunaan metode ceramah, diskusi, *sharing* pengalaman, dan studi kasus membuat peserta lebih aktif terlibat dalam proses pembelajaran. Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga mampu meningkatkan motivasi dan kesadaran peserta mengenai pentingnya komunikasi efektif dan relasi bisnis dalam pengembangan usaha dan karier profesional.

#### 3.4 Dampak Kegiatan terhadap Kompetensi Peserta

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi peserta, khususnya dalam bidang komunikasi interpersonal dan kemampuan membangun relasi bisnis. Melalui metode ceramah, diskusi interaktif, *sharing* pengalaman, dan studi kasus sederhana, peserta memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya komunikasi efektif dalam dunia usaha dan dunia kerja. Peserta mulai memahami bahwa kemampuan komunikasi dan *networking* merupakan bagian penting dari *soft skill* yang dibutuhkan dalam menghadapi persaingan bisnis dan perkembangan dunia profesional saat ini (Robbins & Judge, 2019).

Salah satu dampak yang terlihat setelah pelaksanaan kegiatan adalah meningkatnya kesadaran peserta mengenai pentingnya komunikasi interpersonal dalam membangun hubungan profesional yang berkelanjutan. Sebelum mengikuti webinar, sebagian peserta masih berfokus pada aspek teknis bisnis dan kemampuan menjual produk. Namun setelah mengikuti kegiatan, peserta mulai memahami bahwa keberhasilan bisnis juga dipengaruhi oleh kualitas hubungan dan komunikasi yang dibangun dengan pelanggan, mitra usaha, maupun lingkungan profesional (Kotler & Keller, 2016).

Pendekatan komunikasi efektif REACH yang digunakan dalam kegiatan ini juga memberikan dampak terhadap kemampuan peserta dalam memahami strategi komunikasi profesional secara lebih sederhana dan aplikatif. Peserta memahami bahwa komunikasi bisnis yang baik harus dibangun melalui sikap menghargai, empati, kemampuan menyampaikan pesan dengan jelas, serta sikap rendah hati dalam berinteraksi dengan orang lain. Menurut Christian (2023), komunikasi profesional yang efektif mampu meningkatkan kualitas hubungan bisnis dan membantu individu membangun kepercayaan dengan pelanggan maupun mitra kerja.

Selain peningkatan pemahaman, kegiatan ini juga membantu peserta meningkatkan rasa percaya diri dalam berkomunikasi. Hal tersebut terlihat dari keberanian peserta dalam menyampaikan pertanyaan, pendapat, dan pengalaman selama sesi diskusi berlangsung. Peserta mulai memahami bahwa komunikasi yang baik tidak harus dilakukan dengan bahasa yang rumit, tetapi lebih menekankan pada kejelasan pesan, kenyamanan komunikasi, dan kemampuan memahami lawan bicara. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang komunikatif dan

partisipatif mampu membantu peserta mengembangkan kemampuan komunikasi interpersonal secara lebih optimal (DeVito, 2016).

Dampak lain dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman peserta mengenai pentingnya *networking* dalam pengembangan usaha dan karier profesional. Peserta mulai memahami bahwa relasi bisnis dapat menjadi peluang untuk memperoleh kerja sama, memperluas jaringan usaha, dan meningkatkan peluang pengembangan karier di masa mendatang (Hasan, 2020). Pemahaman tersebut menjadi penting khususnya bagi generasi muda yang sedang mempersiapkan diri memasuki dunia kerja maupun membangun usaha secara mandiri.

Secara keseluruhan, kegiatan webinar ini berhasil memberikan edukasi dan penguatan kompetensi kepada generasi muda dan pelaku usaha mengenai pentingnya membangun relasi bisnis melalui komunikasi efektif. Kegiatan ini juga menjadi sarana pengembangan *soft skill* komunikasi yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan dunia usaha di era digital. Dengan meningkatnya kemampuan komunikasi dan *networking* peserta, diharapkan peserta mampu membangun hubungan profesional yang lebih baik serta menciptakan peluang kerja sama dan pengembangan usaha yang lebih luas di masa mendatang.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui webinar "*Bagaimana Membangun Relasi untuk Menjalankan Bisnis*" yang diselenggarakan dalam program *QuBisa Goes To Campus X Universitas Widya Mandira Kupang* berhasil memberikan peningkatan pemahaman kepada generasi muda dan pelaku usaha mengenai pentingnya relasi bisnis dan komunikasi profesional dalam pengembangan usaha maupun karier. Melalui metode ceramah, diskusi interaktif, *sharing* pengalaman, dan studi kasus, peserta memperoleh pemahaman mengenai penerapan komunikasi efektif melalui pendekatan REACH yang terdiri dari *Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble*. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau kemampuan menjual, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan membangun hubungan profesional, *networking*, dan komunikasi interpersonal yang baik.

Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan kompetensi komunikasi dan relasi bisnis bagi generasi muda maupun pelaku usaha di era digital. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan lanjutan yang lebih aplikatif seperti pelatihan komunikasi bisnis, *public speaking*, simulasi *networking*, maupun pendampingan pengembangan *soft skill* secara berkelanjutan. Selain itu, kerja sama antara perguruan tinggi, dunia usaha, dan *platform* edukasi digital perlu terus ditingkatkan agar kegiatan pengembangan kompetensi komunikasi profesional dapat menjangkau lebih banyak peserta dan memberikan dampak yang lebih luas bagi masyarakat.

#### **5. UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Universitas Katolik Widya Mandira dan PT Qubisa Anugerah Indonesia yang telah bekerja sama dalam penyelenggaraan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program *QuBisa Goes To Campus X Universitas Widya Mandira Kupang*. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Br. Yohanes Arman, SVD., S.H., M.H. selaku Ketua Program Studi Hukum Universitas Katolik Widya Mandira atas dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan ini.

Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Kevin Sena, S.H., M.M. selaku alumni dan pelaku usaha yang telah berbagi pengalaman inspiratif kepada peserta kegiatan. Apresiasi turut diberikan kepada seluruh peserta webinar yang telah mengikuti kegiatan dengan antusias dan aktif selama proses diskusi berlangsung sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan kompetensi komunikasi dan relasi bisnis generasi muda serta pelaku usaha.

**REFERENSI**

- Alamsyah, Mahriani, R., Yusnaini, Mulyana, E., Yanti, M., 2024, Peningkatan Akses Pasar Digital bagi Pelaku Usaha Sektor Informal, *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, No.2, Vol.8, hal 175-186, <https://doi.org/10.25170/mitra.v8i2.5390>
- Azzahra, F., Lahudin, Putro, H.P., 2026, Strategi Transformasi Digital Dalam Mempersiapkan Generasi Muda Kompetitif, *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat Indonesia (JIPMI)*, No.1, Vol.2, hal 22-27.
- Cangara, H., 2016, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ed.2, Rajawali Pers, Jakarta.
- Carnegie, D., 2018, *How to Win Friends and Influence People*. New York: Simon & Schuster.
- Christian, A. R., 2023, Komunikasi Digital Bisnis Online Di Era Endemi Covid 19 Produk UMKM “Kecuali Coffee”, *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, No.3, Vol.6, hal 305-313, <https://doi.org/10.31842/journalinobis.v6i3.278>
- Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., dan Sitorus, R. S., 2022, Peran Komunikasi Bisnis Dalam Membantu Perkembangan Umkm, *Jurnal Somasi Sosial Humaniora Komunikasi*, No.1, Vol.3, hal 100-108, <https://doi.org/10.53695/js.v3i1.700>
- DeVito, J. A., 2016, *Human Communication: The Basic Course*, Ed.13, Pearson Education, New York.
- Effendy, O. U., 2018, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Hasan, A., 2020, *Communication Skill for Business and Management*, CAPS Publishing, Yogyakarta.
- Karmila, 2023, Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran UMKM Fashion: Tinjauan Tentang Inovasi Bisnis dalam Meningkatkan Jangkauan Pasar, *Karimah Tauhid*, No.6, Vol.2, hal 2602–2611, <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i6.9191>
- Koponen, J., Julkunen, S., Laajalahti, A., Turunen, M., Spitzberg, B., 2025, Sales managers' perceptions of interpersonal communication competence in leading AI-integrated sales teams, *Industrial Marketing Management*, Vol. 124, hal 57-72, <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2024.11.012>
- Kotler, P., dan Keller, K. L., 2016, *Marketing Management*, Ed.15, Pearson Education, New Jersey.
- Kurniadi, W., 2025, Peran Generasi Muda dalam Membangun Kewirausahaan Berkelanjutan, *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*, No.1, Vol.3, hal 21-27, <https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i1.341>
- Liliweri, A., 2017, *Komunikasi Antar Personal*, Kencana, Jakarta.
- Mulyana, D., 2015, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nurmala, Hidayah, Q. H., Wali, M., 2025, Peran Media Sosial dalam Membangun Personal Branding Bagi Pelaku UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi (SENAKOM)*, No.1, Vol.2, hal 1-15.
- Purwana, D., dan Hidayat, N., 2020, *Digital Marketing dan Komunikasi Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Robbins, S. P., dan Judge, T. A., 2019, *Organizational Behavior*, Ed.18, Pearson Education, London.
- Simamora, A.R., dan Evyanto, W., 2025, Pengaruh Sosial Media Marketing, Online Customer Review dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Jiniso.Id pada Tiktok Shop di Kota Batam, *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, No.3, Vol.5, hal 1478-1493, <https://doi.org/10.37481/jmeh.v5i3.1536>
- Suryana, Y., 2017, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Ed.4, Salemba Empat, Jakarta.
- Tubbs, S. L., dan Moss, S., 2012, *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar*, Remaja Rosdakarya, Bandung.