

Pelatihan *Public Speaking* pada Karyawan UMKM Lahantua sebagai Upaya Meningkatkan Pemasaran Produk

¹Yoka Pradana *, ¹Rizca Haqqu

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Ilmu Sosial Universitas Telkom, Bandung Indonesia.

*Corresponding Author

Jl. Telekomunikasi No. 1, Bandung Terusan Buahbatu
Bandung, Indonesia, 081259476723

E-mail: yokapradana@telkomuniversity.ac.id

Received:
4 July 2025

Revised:
23 January 2026

Accepted:
27 April 2026

Published:
15 May 2026

Abstrak

Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan *public speaking* pada karyawan UMKM Lahantua dalam aktivitas pemasaran. Kegiatan ini dilakukan berdasarkan permasalahan mitra yakni keterbatasan kemampuan dalam *public speaking* yakni ketidakpercayaan diri, kesulitan menyusun dan mengembangkan materi dan kurang mampu menjawab keluhan dari calon dan atau konsumen dalam aktivitas pemasaran produk. Metode yang dilakukan dalam program Pengabdian kepada Masyarakat terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Tahap awal adalah observasi permasalahan mitra dan merumuskan program, tahap pelaksanaan memberikan pelatihan dengan metode ceramah dan *role-play*, dan evaluasi dengan mengobservasi hasil praktik yang dilakukan peserta pelatihan. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan keterampilan *public speaking* pada karyawan UMKM Lahantua, hal ini ditunjukkan dengan peningkatan rasa percaya diri ketika melakukan praktik *public speaking*, kemampuan menyusun materi presentasi dengan fokus pada pesan kunci dan mampu menjawab pertanyaan konsumen dengan baik. Meskipun dalam praktik terlihat terdapat peningkatan keterampilan *public speaking*, terdapat hal yang perlu ditingkatkan dikemudian hari, seperti penggunaan gestur dan kemampuan persuasi konsumen yang terlihat masih terbatas. Sehingga diperlukan keberlanjutan pelatihan agar mampu meningkatkan kemampuan *public speaking* karyawan UMKM Lahantua secara maksimal.

Kata kunci: Lahantua; Pelatihan; *Public Speaking*; Pemasaran; UMKM

Abstract

This community service program aims to enhance the public speaking skills and marketing understanding of Lahantua MSME employees. This activity was carried out based on the problems faced by partners, including limited public speaking skills, such as a lack of confidence, difficulty in compiling and developing materials, and inability to respond to complaints from prospective and/or existing customers during product marketing activities. The methods employed in the Community Service programme consist of preparation, implementation, and evaluation stages. The initial stage involves observing the partner's challenges and formulating the programme, the implementation stage provides training using lecture and role-play methods, and the evaluation stage observes the results of the practical exercises conducted by the trainees. The results of this community service programme indicate an improvement in public speaking skills among Lahantua SME employees. This is evidenced by increased self-confidence when practising public speaking, the ability to develop presentation materials focused on key messages, and the ability to

respond effectively to consumer questions. Although there is an improvement in public speaking skills in practice, there are areas that need further development in the future, such as the use of gestures and the ability to persuade consumers, which still appear limited. Continuous training is needed to maximise the improvement of public speaking skills among Lahangtua SME employees).

Keywords: Lahangtua; marketing; MSMEs; Training; Public Speaking

PENDAHULUAN

Public Speaking merupakan aspek penting bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meraih keberhasilan bisnis. Kemampuan berbicara publik yang kompeten akan menjadikan UMKM tumbuh dan berkembang, terutama dalam aspek pemasaran. Kompetensi komunikasi sangat penting bagi pelaku UMKM, hal ini untuk meningkatkan kemampuan mengelola komunikasi dengan berbagai pihak untuk meningkatkan interaksi serta relasi yang pada akhirnya akan berpengaruh pada keberhasilan bisnis (Mukhlisiana et al., 2023).

Selain itu, kemampuan *public speaking* akan akan berdampak bagi pelaku UMKM dalam memperluas jaringan bisnisnya. Pelaku usaha ini akan lebih percaya diri untuk mengembangkan bisnis dengan kinerja kemampuan berbicara didepan umum yang mumpuni. Kepercayaan diri dan kinerja pelaku UMKM untuk berkembang dipengaruhi oleh kemampuan *public speaking* (Kamil, 2021). Keterampilan *public speaking* akan berdampak positif pada kepercayaan diri dan motivasi para pelaku UMKM, hal ini akan menambah rasa percaya diri dalam mempresentasikan produk atau layanan didepan publik serta membantu pelaku UMKM untuk memperluas jaringan bisnis. (Kirana et al., 2023).

Pelaku UMKM sering mengalami keterbatasan dalam *public speaking* diantaranya rasa tidak percaya diri dan kesulitan untuk mengembangkan materi presentasi. Kondisi ini dialami oleh mitra program Pengabdian kepada Masyarakat ini yakni UMKM Lahangtua Kabupaten Bandung. UMKM Lahangtua merupakan (UMKM) yang beroperasi dibidang industri gula aren. Industri ini mulai dirintis sejak tahun 2012 dan mulai berkembang pesat sejak tahun 2019 hingga sekarang. Dari perspektif kelembagaan, UMKM Lahangtua menunjukkan perkembangan yang signifikan. UMKM ini hampir memenuhi seluruh persyaratan administrasi suatu produk UMKM yang mencakup kepemilikan NIB, PIRT, dan Sertifikat Halal. artinya UMKM ini telah berupaya memperkuat legitimasi dan daya saing usaha.

Meskipun secara kelembagaan UMKM Lahangtua sudah baik, namun sistem pemasaran masih terbatas. Sistem pemasaran Lahangtua sebagian besar mengandalkan penjualan berbasis *Business to Business* (B2B) dengan target pasa industri *Food and Beverage* yakni usaha kedai kopi, toko kue dan waralaba lainnya. Sistem pemasaran ini dikelola secara mandiri oleh pemilik sekaligus pendiri Lahangtua. Hal ini menyebabkan pasar Lahangtua cenderung tidak berkembang.

Saat ini sedang dikembangkan sistem pemasaran B2B dan B2C untuk memperluas jangkauan pasar. Guna mendukung program ini Lahangtua melakukan perekrutan *sales marketing* untuk menjangkau mitra bisnis baru maupun konsumen langsung. Aktivitas ini menuntut kemampuan *speaking* diantaranya kemampuan presentasi produk dengan percaya diri, kemampuan persuasi dan kemampuan memberikan jawaban ketika muncul pertanyaan dari konsumen.

Akan tetapi, ditemukan permasalahan terbatasnya kemampuan karyawan dalam *public speaking*. Berdasarkan observasi awal tim pengabdian masyarakat ditemukan bahwa karyawan UMKM Lahang tua cenderung tidak percaya diri dalam mempresentasikan produk, keterbatasan dalam mempersuasi dan terkadang tidak mampu menjawab pertanyaan maupun keluhan yang disampaikan konsumen. Beberapa staf mengaku minder ketika berhadapan dengan para pemilik perusahaan lain dan sering melakukan presentasi dengan terbata - bata.

Permasalahan yang telah dipaparkan tersebut dapat diatasi dengan melakukan pelatihan *public speaking* yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi *public speaking* pada karyawan Lahangtua. Beberapa pelatihan *public speaking* terbukti dapat meningkatkan kemampuan keterampilan pelaku *public speaking* bagi pelaku UMKM. Pelatihan *Public speaking* telah memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM, dengan keterampilan *public speaking* para pelaku UMKM akan lebih berhasil mempromosikan produk mereka, meningkatkan penjualan, akhirnya dapat berkontribusi pada perkembangan ekonomi lokal. (Yuliastanty et al., 2024). Pelatihan *public speaking* telah membuka wawasan bagi pelaku UMKM dalam peningkatan usahanya, khususnya dalam bidang keterampilan berbicara dan seni bernegosiasi (Noerchoidah et al., 2023).

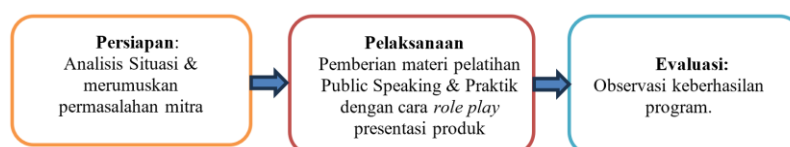
Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilakukan dalam bentuk pelatihan *public speaking* dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan *public speaking* pada karyawan UMKM Lahangtua. Secara spesifik kompetensi yang akan ditingkatkan adalah kemampuan menyusun materi presentasi dan penguatan penggunaan *gesture*, kemampuan mengembangkan rasa percaya diri dan kemampuan menjawab komplain dari konsumen dan atau calon konsumen. Hasil kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak bagi pengembangan perusahaan, khususnya dari aspek komunikasi pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga tahapan yakni persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. *Pertama* adalah tahap persiapan dimulai dengan menganalisis potensi masyarakat sara serta menggali permasalahan, ditemukan bahwa masyarakat sasar karyawan pada UMKM Lahangtua mengalami keterbatasan pengetahuan dan keterampilan *public speaking*. Adapun keterbatasan yang dimaksud adalah kurang percaya diri dalam aktivitas *public speaking*, kurang mampu mengembangkan bahan presentasi dan kurang mampu dalam menghapai komplain dari pelanggan. Setelah ditemukan masalah, langkah selanjutnya merumuskan program pelatihan *public speaking* dengan mengakomodir materi untuk yang berkaitan dengan masalah yang dialami oleh karyawan UMKM Lahangtua.

Kedua tahap pelaksanaan yakni memberikan pelatihan kepada karyawan UMKM Lahangtua yang berjumlah 12 peserta. Pelatihan dilakukan secara tatap muka di laboratorium *public speaking* Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom. Pelatihan terdiri dari tiga sesi, pertama pemateri menggali kembali lebih dalam permasalahan yang dihadapi mitra ketika *public speaking*, kedua memberikan materi pelatihan dengan metode ceramah dan sesekali berdiskusi dengan peserta pelatihan dan terakhir melakukan praktik aktivitas *public speaking*.

Terakhir adalah tahap evaluasi, pada tahap ini tim pengabdian kepada masyarakat mengukur keberhasilan program dengan mengobservasi aktivitas *role play public speaking* yang dilakukan oleh peserta pelatihan. Hasil observasi dicatat kemudian disampaikan langsung kepada peserta untuk diperbaiki kesalahan dalam aktivitas *public speaking* dan mempertahankan keterampilan yang sudah dimiliki. Deskripsi lengkap pelaksanaan program digambarkan melalui diagram alir sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Metode Pelaksanaan PkM Public Speaking

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan *public speaking* bagi mitra yakni karyawan pada UMKM Lahangtua Kabupaten Bandung. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan tim PkM maka secara kegiatan ini secara umum adalah kegiatan pelatihan *public speaking*. Pelatihan ini dirancang dengan tiga tahapan, yakni tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Masing - masing tahapan dilakukan secara sistematis dengan berurutan, setiap pelaksanaan tahapan mempertimbangkan hasil pada tahap sebelumnya agar diperoleh hasil PkM yang maksimal.

Tahap Persiapan Pelatihan

Pada tahap persiapan tim PkM melakukan observasi kepada mitra sasaran pada tanggal 16 Juni 2025 secara daring. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui lebih detail permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran terkait kemampuan *public speaking* dalam aktivitas pemasaran. Observasi ini melibatkan 3 orang informan, 1 owner dan 2 sales UMKM Lahangtua. Hasil observasi ditemukan bahwa terdapat tiga permasalahan utama mitra sasaran dalam aktivitas *public speaking*, diantaranya: *Pertama* Rasa tidak percaya diri ketika akan melakukan presentasi, terlebih ketika presentasi dilakukan dihadapan orang yang baru dikenal. *Kedua* Kesulitan dalam mengembangkan materi presentasi, kondisi ini terjadi saat aktivitas *public speaking sedang berlangsung* beberapa informan mengatakan sering terjadi 'ngeblank' di tengah aktivitas *public speaking*. *Ketiga* kesulitan dalam menjawab pertanyaan, terutama jika ada *komplain* dari konsumen dan atau pertanyaan dari calon konsumen.

Pelatihan

Pelatihan *public speaking* dalam program pengabdian masyarakat ini dilakukan pada hari Sabtu, 21 Juni 2025 di Laboratorium Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial Uversitas Telkom, Bandung. Kegiatan pelatihan terdiri dari dua tahapan, *pertama* pelatihan dilakukan dengan penyampaian materi menggunakan metode *direct* dari pemateri kepada peserta pelatihan secara tatap muka. Sesekali pemateri mengajak berdiskusi terkait materi dan pengalaman peserta pelatihan tentang *public speaking*. *Kedua* pelatihan dilaksanakan dengan *role-play*, dimana peserta pelatihan diminta untuk mempraktikkan kegiatan *public speaking* dengan berbagai situasi.

Materi pelatihan *public speaking* secara umum disusun berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra pelatihan dari data yang diperoleh saat observasi pada tahap persiapan. Adapun materi yang disampaikan dalam pelatihan terdiri dari pentingnya *public speaking* untuk UMKM, prinsip dasar dalam *public speaking*, tips dan trik *public speaking* dalam aktivitas pemasaran UMKM. Materi pelatihan terdiri dari 17 slide presentasi disampaikan dalam durasi 90 menit. Dalam sesi ini terlihat peserta terlihat antusias mendengarkan materi dan aktif bertanya dalam sesi diskusi.



Gambar 2. Penyampaian Materi Pelatihan Public Speaking

Awal materi disampaikan pentingnya *public speaking* untuk UMKM terutama dalam aktivitas pemasaran. Dalam sesi ini pemateri memaparkan bahwa kemampuan *public speaking* memiliki peran penting bagi UMKM karena dapat meningkatkan kredibilitas dan citra usaha. Kemampuan berbicara yang baik memudahkan proses pemasaran produk dan menarik perhatian calon pelanggan. Selain itu, keahlian ini juga penting untuk menarik minat investor dan mitra bisnis. Dengan komunikasi yang efektif, hubungan dengan pelanggan dapat dibangun serta dipertahankan dengan baik. Secara keseluruhan kemampuan *public speaking* merupakan keunggulan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM. Para pelaku UMKM ini membutuhkan keterampilan berkomunikasi terutama kemampuan *public speaking* untuk menawarkan dagangan sehingga mampu mengoptimalkan penjualan (Kurdaningsih & Anwar, 2020).

Materi lain dalam sesi ini adalah tentang prinsip dasar *public speaking*. Dalam konteks ini terdapat empat hal yang menjadi pondasi dalam aktivitas berbicara di depan umum diantaranya konten yang jelas dan terstruktur, penggunaan bahasa tubuh yang efektif untuk mendukung pesan utama, pengaturan suara dan membangun hubungan dengan audiens (Bilgin, 2022). Konten harus dirancang secara jelas dan terstruktur agar pesan mudah dipahami audiens. Penggunaan bahasa tubuh, termasuk gestur, kontak mata, dan ekspresi wajah perlu dipertimbangkan dengan baik, tidak boleh terlalu berlebihan dan harus sesuai konteks pesan utama yang sesuai dengan karakteristik audiens. Pengaturan suara penting untuk memperhatikan intonasi, volume, dan tempo berbicara karena hal ini mempengaruhi kejelasan dan daya tarik penyampaian. Membangun kedekatan emosional dengan audiens dapat meningkatkan keefektifan dalam penyampaian pesan.

Selain itu, disampaikan materi tentang tips dan trik dalam aktivitas *public speaking* untuk pemasaran UMKM. Dalam sesi ini disampaikan delapan poin penting materi, yakni mengenal audiens, membuka presentasi, menyusun pesan utama, menggunakan audio-visual, mengelola kepercayaan diri, penggunaan *gesture*, mengatur tempo dan volume suara dan membangun hubungan jangka panjang. Diantara materi tersebut, terdapat dua materi penting yang ditekankan oleh pemateri yakni teknik menyusun pesan utama dan mengelola kepercayaan diri, hal ini berkaitan dengan masalah yang ditemukan pada observasi awal peserta pelatihan. Teknik menyusun tiga pesan utama secara efektif agar penyampaian lebih fokus dan mudah diingat. Pesan kunci dalam *public speaking* untuk pemasaran pembicara perlu menyampaikan beberapa bagian inti dengan menunjukkan kelebihan produk yang dipasarkan (Heriyanti et al., 2023). Dalam konteks UMKM, tiga pesan tersebut dapat mencakup keunikan produk, kualitas bahan, dan keramahan pelayanan. Selain itu, teknik mengelola kepercayaan diri dapat dilatih dengan teknik pernafasan, dengan melakukan latihan 4-4-4 yakni tarik nafas selama 4 detik, tahan 4 detik dan hembuskan perlahan selama 4 detik.

Materi terakhir yang disampaikan dalam sesi pelatihan adalah tentang menjawab pertanyaan dan *komplain* dari calon dan atau konsumen. Adapun strategi efektif dalam menjawab pertanyaan konsumen adalah terdiri dari pendengaran aktif, penyampaian jawaban yang jelas dan singkat, sikap tenang, serta teknik merangkul pertanyaan untuk memastikan jawaban yang diberikan dapat dipahami sehingga kredibilitas pembicara terjaga dengan baik. Sedangkan strategi dalam menangani *komplain* pelanggan dapat dilakukan dengan mendengarkan secara aktif, menyampaikan permintaan maaf dengan empati, dan memberikan solusi secara terbuka. Salah satu metode praktis yang dapat diadaptasi adalah model *LAST* (Listen, Apologize, Smile, Thank), *Listen* (mendengarkan secara aktif), *Apologize* (mengakui dan meminta maaf), *Smile* (menunjukkan sikap ramah dan terbuka), dan *Thank* (mengucapkan terima kasih atas masukan) hal ini dilakukan untuk menjaga kepuasan pelanggan, serta meminimalkan dampak negatif dari bisnis (Yuniasih, 2022).

Kedua, sesi pelatihan dilakukan dalam bentuk *role-play* yakni dengan mempraktikkan aktivitas *public speaking* dengan berbagai situasi, kemudian hasil praktik diberikan evaluasi oleh pemateri. Sesi pertama peserta pelatihan diminta untuk mempraktikkan *public speaking* dalam situasi mempresentasikan produk kepada calon pelanggan baru (B2B) yang merupakan UMKM bergerak dibidang industri makanan ringan. Dalam sesi ini peserta dituntut untuk membuka sampai mengakhiri presentasi secara efektif, dengan menekan pada penggunaan pesan kunci dalam presentasi. Sesi selanjutnya peserta diminta untuk mempresentasikan produk didepan pengusaha sebagai calon konsumen baru yang akan membeli produk dalam skala besar untuk menunjang industri dibidang kedai kopi. Dalam sesi ini ditekankan kemampuan kepercayaan diri dan kemampuan menjawab pertanyaan dari calon konsumen. Terakhir sesi ditutup dengan simulasi menjawab keluhan pelanggan terkait kerusakan produk Lahangtua. Secara umum sesi *role-play* berjalan dengan interaktif, terlihat peserta sangat antusias dalam melakukan simulasi. Pelatihan *public speaking* yang efektif sebaiknya dilakukan dengan interaktif yang fokus pada latihan langsung seperti berbicara di depan, diskusi kelompok kecil dan atau *role-play* (Yuliastanty et al., 2024).



Gambar 3. Simulasi Praktik Public Speaking Peserta Pelatihan

Evaluasi

Secara umum pelatihan *public speaking* berjalan dengan efektif dan memberikan peningkatan keterampilan berbicara didepan umum pada peserta pelatihan, yakni karyawan UMKM Lahangtua. Hal ini diketahui dari proses evaluasi program yang dilakukan secara kualitatif, yakni mengobservasi langsung praktik dalam bentuk *role-play* yang dilakukan oleh peserta pelatihan. Berdasarkan hasil observasi oleh tim PkM terlihat ada peningkatan kepercayaan diri pada peserta pelatihan dalam melakukan aktivitas *public speaking*. Dalam sesi simulasi terlihat semua peserta mampu melakukan aktivitas *role-play* dengan percaya diri. Selain itu, peserta pelatihan telah mampu menyusun pesan kunci yang dikembangkan dengan baik, saat melaksanakan praktik *public speaking*. Meskipun menggunakan media brosur untuk tiga pesan kunci yang disampaikan dalam presentasi produk, peserta mampu dengan baik menjelaskan tentang keunggulan produk secara detail secara lancar.

Perlu menjadi catatan saat proses evaluasi, kemampuan menjawab pertanyaan dan komplain dari konsumen masih perlu ditingkatkan. Terlihat dalam sesi ini peserta masih sulit memberikan empati positif terkait komplain yang disampaikan pelanggan. Selain itu, penggunaan *gesture* terlihat kurang optimal, peserta masih banyak menunduk ketika menghadapi lawan bicara dan nada bicara terkadang bergetar ketika menjawab komplain dari pelanggan. Dimasa depan perlu dilaksanakan pelatihan yang lebih intensif dengan memperbanyak praktik simulasi, guna mencapai keterampilan berbicara didepan umum yang maksimal bagi karyawan UMKM Lahangtua.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berjalan dengan baik dan berdampak pada peningkatan keterampilan *public speaking* karyawan UMKM Lahangtua. Keberhasilan ini terlihat dari sesi praktik *public speaking* dalam aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh peserta pelatihan. Terjadi peningkatan kepercayaan diri dan kemampuan dalam menyusun dan mengembangkan pesan kunci dalam aktivitas *public speaking* untuk pemasaran. Adapun yang perlu menjadi catatan adalah kemampuan menggunakan *gesture* dan menjawab komplain pelanggan, terlihat masih terbatas. Hal ini perlu dilakukan pelatihan lebih intensif dimasa depan dengan memperbanyak durasi praktik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih disampaikan kepada PPM Universitas Telkom yang telah memberikan pendaan terkait pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra UMKM Lahangtua yang telah bersedia menjadi mitra sasaran kegiatan dan kooperatif dalam aktivitas pelatihan yang dirancang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bilgin, R. (2022). A Review of Public Speaking and Its Components. *Canadian Journal of Educational and Social Studies*, 2(3), 37–49. <https://doi.org/10.53103/cjess.v2i3.39>
- Heriyanti, N., Prihandini, Zainab, A., & Zahratunnisa. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui Pengembangan Kompetensi Public Speaking untuk Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Bidang Sosial Dan Humaniora (ABSAH)*, 2(1).
- Kamil, I. (2021). Pengaruh public speaking terhadap kepercayaan diri dan kinerja pelaku bisnis sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (Ukm) Di masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Dan New Media*, 1(1), 23–34.
- Kirana, N. K., Sudayanti, D., & Ginanjar, S. E. (2023). Keterampilan Public Speaking dalam Peningkatan Performa UMKM di Kecamatan Rancasari Kota Bandung. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(3), 779–786. <https://doi.org/10.54082/jamsi.736>
- Kurdaningsih, D. M., & Anwar, C. (2020). Pendampingan Keterampilan Berkomunikasi Public Speaking dalam Mendukung Pemasaran Produk UMKM Desa Gedawang Banyumanik Semarang Abstrak. *Indonesian Journal of Community Services*, 2(2), 181–190. <https://doi.org/10.30659/ijocs.2.2.181-190>
- Mukhlisiana, L., Lestari, M. T., & Djuwita, A. (2023). Pelatihan Pengembangan Kompetensi Komunikasi Pada Pelaku Ukm Kabupaten Sumedang. *Prosiding COSECANT: Community Service and Engagement Seminar*, 2(2). <https://doi.org/10.25124/cosecant.v2i2.18575>
- Noerchoidah, Nurdina, Y. K. F., Rachman, M. M., & Bambang, R. (2023). Pentingnya Public Speaking Dan Negoisasi Bisnis Bagi UMKM. *EKOBIS ABDIMAS Jurnal Pengabdian Masyarakat Volume*, 4(2), 52–58.
- Yuliastanty, S., Nazif, H., Ardianto, F., & Hermawan, P. (2024). Pelatihan Public speaking Bagi UMKM Di Pandai Sikek, Agam, Bukittinggi. *MEJUAJUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 343–347. <https://doi.org/10.52622/mejuajuaabdimas.v4i2.196>
- Yuniasih, I. (2022). Prosedur Penanganan Komplain Pelanggan (Studi pada Resto Burger di Bekasi). *Jurnal Abdinistrasi Bisnis*, 2(1), 68–72. <https://doi.org/10.31294/jab.v2i1.1254>