

WIRUSAHA SUKSES MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI YANG EFEKTIF DALAM BISNIS

Irma Rosidatun Nisa^{1*}, Roni Subhan²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Kyai Haji Achmad Siddiq Jember

Email Correspondence: irmanisaa32@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi gambaran dari suatu usaha yang sukses melalui panduan menjadi wirausaha dan strategi komunikasi yang efektif dalam bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif non deskriptif dengan mengacu pada berbagai sumber seperti jurnal, buku, dan kajian pustaka lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menjadi wirausaha sukses membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang ide bisnis yang jelas, riset pasar, dan pembuatan rencana bisnis yang komprehensif. Memilih model bisnis yang tepat, membangun jaringan kontak yang luas, dan mengelola keuangan dengan hati-hati juga penting. Wirausaha juga perlu memperkuat keterampilan manajemen dan fleksibel dalam menghadapi perubahan serta inovasi. Strategi komunikasi yang efektif menjadi kunci dalam membangun hubungan yang kuat dengan karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Penentuan tujuan komunikasi, pemahaman audiens, penggunaan berbagai saluran komunikasi, penyampaian pesan yang jelas dan konsisten, memberikan nilai tambah, berkomunikasi dua arah, menggunakan cerita, konsistensi branding, dan evaluasi berkala menjadi penting. Kesimpulannya, menjadi wirausaha sukses membutuhkan komitmen, kerja keras, dan ketekunan, dengan menerapkan strategi komunikasi yang efektif, seseorang dapat meningkatkan peluang keberhasilan dalam dunia bisnis yang dinamis dan kompetitif.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Strategi Komunikasi, Wirausaha

ABSTRACT

This research aims to explore the picture of a successful business through guidance on becoming an entrepreneur and effective communication strategies in business. This research uses a non-descriptive qualitative approach by referring to various sources such as journals, books, and other literature reviews. The results of the study show that being a successful entrepreneur requires a deep understanding of a clear business idea, market research, and the creation of a comprehensive business plan. Choosing the right business model, building an extensive network of contacts, and managing finances carefully are also important. Entrepreneurs also need to strengthen management skills and be flexible in dealing with change and innovation. An effective communication strategy is key in building strong relationships with employees, customers, and other stakeholders. Determining communication goals, understanding the audience, using various communication channels, delivering a clear and consistent message, providing added value, communicating two-way, using stories, branding consistency, and periodic evaluations are important. In conclusion, being a successful entrepreneur requires commitment, hard work, and perseverance, by implementing effective communication strategies, one can increase the chances of success in the dynamic and competitive business world.

Keywords: Entrepreneurship, Communication Strategy, Entrepreneur

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu dan kemajuan zaman, kebutuhan sosial cenderung meningkat. Hal yang sama berlaku bagi seseorang yang ingin memulai bisnis baru, mereka juga menghadapi tantangan yang mungkin tidak kita sadari. Oleh karena itu, mereka yang memulai usaha baru dapat disebut sebagai wirausaha (Nasution, 2022). Menurut Rhenald Kasali, seorang wirausaha adalah individu yang suka dengan perubahan, melakukan inovasi yang membedakannya dari yang lain, menciptakan nilai tambah, memberikan manfaat bagi dirinya dan orang lain, membangun karyanya secara berkelanjutan, dan menginstitusikan karyanya agar dapat efektif dioperasikan oleh orang lain di masa depan. Wirausaha adalah seseorang yang bisa memulai dan menjalankan usaha. Mereka memiliki pengetahuan yang luas tentang lingkungan bisnis, membuat keputusan terkait dengan lingkungan bisnis, mengelola modal, dan menghadapi ketidakpastian untuk mencapai keuntungan. Seorang wirausaha harus lebih kreatif dan inovatif dalam membuat karya usaha suatu produk sehingga dapat menerapkan prinsip ekonomi bisnis Islam.

Saat ini, hanya ada sejumlah wirausahawan yang memiliki pandangan ke depan dan inovatif. Mereka mampu mendeteksi potensi penemuan baru dan memanfaatkan peluang untuk menciptakan perusahaan baru atau menggunakan pendekatan inovatif dalam mengembangkan perusahaan yang sudah ada, sehingga dapat tumbuh dan berkembang mandiri serta bersaing di pasar bisnis (Septiana & Nurkhin, 2019). Seorang wirausahawan dituntut selalu optimis dan berpikiran positif dan kreatif untuk menghadapi segala keadaan dalam lingkungan usaha yang sangat dinamis (Indarto & Santoso, 2020). Berwirausaha merupakan salah satu cara untuk meningkatkan taraf hidup, selain menjadi pedagang atau buruh, karena melalui berwirausaha, seseorang memiliki kesempatan untuk mendapatkan penghasilan (Fres, 2022). Wirausaha yang memiliki keterampilan teknis atau kompetensi yang sesuai dengan jenis usahanya cenderung lebih sukses daripada mereka yang tidak. Latar belakang pendidikan bisnis dan teknis yang relevan dapat meningkatkan kemampuan wirausaha dalam menganalisis situasi dan mengelola usaha secara efektif. Selain itu, sifat-sifat kepribadian seperti kepercayaan diri dan ketekunan juga memainkan peran penting dalam menentukan kesuksesan usaha (Indarto & Santoso, 2020).

Dalam berwirausaha seseorang sangat perlu untuk mempersiapkan strategi yang efektif dan efisien. Menurut Ahmad S. Adnan Putra, strategi adalah bagian dari rencana, yang pada dasarnya adalah hasil dari perencanaan. Perencanaan pada akhirnya merupakan salah satu fungsi dasar dari manajemen. Menurut Business dictionary strategi adalah metode atau rencana yang dipilih untuk mencapai masa depan yang diinginkan, seperti mencapai tujuan atau menyelesaikan masalah (Ali & Kodrat, 2017).

Dengan demikian, strategi pada dasarnya merupakan perencanaan dan manajemen yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktek operasionalnya (Fikruzzaman, 2022). Untuk mencapai kesuksesan, dunia usaha Indonesia memerlukan strategi bisnis yang dapat dikembangkan. Kunci kesuksesan terletak pada kepercayaan pelanggan bahwa produk atau jasa yang diberikan lebih baik dalam hal kualitas daripada produk atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing (Martini, 2019). Oleh sebab itu sangat penting adanya sebuah panduan atau rujukan yang dapat diikuti agar bisa menjadi wirausaha yang sukses dengan menerapkan strategi komunikasi yang efektif dalam bisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif non-deskriptif, di mana peneliti mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai sumber literatur. Berikut adalah penjelasan yang lebih rinci mengenai metode penelitian ini:

1. Pengumpulan Data Literatur

Dalam metode ini, peneliti memulai dengan mengidentifikasi dan mengumpulkan literatur yang relevan. Proses pengumpulan data literatur melibatkan beberapa langkah berikut:

- a) **Pencarian Literatur:** Peneliti menggunakan database akademik seperti Google Scholar, PubMed, JSTOR, dan lainnya untuk mencari jurnal ilmiah, buku teks, artikel, dan sumber pustaka lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian harus spesifik dan relevan dengan topik, seperti "wirausaha sukses", "strategi komunikasi dalam bisnis", "panduan wirausaha", dan sebagainya.
- b) **Seleksi Literatur:** Setelah memperoleh hasil pencarian, peneliti menyeleksi literatur berdasarkan relevansi, kualitas, dan kredibilitas sumber. Literatur yang dipilih harus memiliki kontribusi signifikan terhadap pemahaman topik penelitian.
- c) **Pengumpulan Data:** Peneliti mengumpulkan literatur yang sudah diseleksi dan menyimpannya dalam bentuk digital atau cetak untuk dianalisis lebih lanjut.

2. Analisis Data Literatur

Setelah data literatur terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data secara mendalam. Berikut adalah proses analisis data literatur:

- a) **Pemahaman Konsep:** Peneliti membaca dan memahami setiap literatur yang telah dikumpulkan untuk mengidentifikasi konsep, teori, atau pandangan yang berkaitan dengan topik penelitian.
- b) **Penyusunan Kategori:** Peneliti mengelompokkan informasi yang diperoleh dari literatur ke dalam kategori-kategori tertentu berdasarkan tema atau topik yang relevan. Misalnya, kategori dapat mencakup strategi komunikasi, faktor-faktor kesuksesan wirausaha, tantangan dalam berwirausaha, dan lain-lain.
- c) **Analisis Tematik:** Peneliti menggunakan analisis tematik untuk mengeksplorasi dan mengidentifikasi pola atau tema yang muncul dalam literatur. Analisis ini membantu peneliti memahami hubungan antar konsep dan bagaimana konsep tersebut berkontribusi pada topik penelitian.
- d) **Synthesis Informasi:** Peneliti menyintesis informasi yang diperoleh dari berbagai literatur untuk membentuk pemahaman yang komprehensif tentang topik penelitian. Synthesis ini mencakup integrasi temuan-temuan dari berbagai sumber untuk memberikan pandangan yang lebih mendalam dan menyeluruh.

3. Penerapan pada Topik Penelitian

Dalam konteks penelitian ini, metode kualitatif non-deskriptif digunakan untuk memahami gambaran wirausaha yang sukses melalui panduan strategi komunikasi yang efektif dalam bisnis. Proses penelitian meliputi:

- a) **Mengidentifikasi Panduan Wirausaha:** Peneliti mencari literatur yang berisi panduan, tips, atau strategi yang dapat membantu wirausaha mencapai kesuksesan.

- b) Mengeksplorasi Strategi Komunikasi: Peneliti menganalisis literatur yang membahas strategi komunikasi efektif dalam bisnis, termasuk teknik, pendekatan, dan best practices.
- c) Mengintegrasikan Temuan: Peneliti mengintegrasikan temuan dari literatur tentang wirausaha sukses dan strategi komunikasi untuk memberikan panduan yang jelas dan efektif bagi wirausaha.

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif non-deskriptif ini, peneliti dapat mengumpulkan dan menganalisis data literatur secara mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana strategi komunikasi yang efektif dapat berkontribusi pada kesuksesan wirausaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewirausahaan telah menjadi topik yang sangat penting dan banyak diteliti oleh para ahli karena kontribusinya yang positif terhadap kehidupan ekonomi dan sosial. Ada dua sudut pandang yang berkembang dalam mendefinisikan kewirausahaan. Pertama, dari perspektif ekonomi, kewirausahaan dipandang sebagai penciptaan nilai melalui eksplorasi, inovasi, pemikiran kreatif, dan penemuan produk, layanan, sumber daya, teknologi, dan pasar baru. Kedua, Pemahaman tentang kewirausahaan terutama berfokus pada individu dan proses perilaku (Aji et al., 2018). Entrepreneur adalah individu yang memiliki keahlian dan keahlian khusus dalam dunia wirausaha. Mereka mampu mengenali produk, merancang proses produksi yang efisien, mengelola sistem operasi, merancang strategi pemasaran, dan mengatur modal bisnis. Karakteristiknya mencakup keinginan untuk sukses dalam berwirausaha, keyakinan pada kemampuan sendiri, pengenalan terhadap peluang yang menjanjikan, dan keinginan untuk menciptakan lapangan kerja (Tobing & Rahmayanti, 2022).

Adapun pengertian wirausaha yang dikutip oleh Budiono (2018: 4-8), mendefinisikan wirausaha sebagai individu yang mendirikan bisnis baru dan bekerja untuk usaha mereka sendiri untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Mereka menghadapi risiko dan ketidakpastian dengan tujuan memperoleh keuntungan dan pertumbuhan. Ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mengambil manfaat dari peluang tersebut. Kewirausahaan sendiri didefinisikan sebagai semua yang berkaitan dengan aktivitas bisnis, baik itu individu maupun badan usaha, dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup. Kemampuan berwirausaha sangat penting. Kewirausahaan tidak hanya berarti kemampuan untuk memulai bisnis sendiri. Lebih dari itu, kewirausahaan juga dapat diartikan sebagai proses untuk mengubah pola pikir, mentalitas, dan budaya sosial. Kewirausahaan mengacu pada kemampuan untuk mengidentifikasi peluang bisnis, menggunakan sumber daya secara optimal, mengambil tindakan, dan memiliki motivasi tinggi untuk mengambil risiko demi kesuksesan bisnis (Diana et al., 2023).

Dalam hal ini sangat diperlukan yang adanya kunci untuk seseorang bisa menjadi seorang wirausaha yang sukses dan kompeten. Berikut ini merupakan kunci untuk melangkah menjadi seorang wirausaha:

1. Tentukan Ide Bisnis yang Jelas: seorang calon wirausaha harus memiliki pemahaman yang kuat tentang jenis bisnis apa yang ingin mereka jalankan. Ini mencakup identifikasi solusi atau produk yang mereka tawarkan, siapa target pasar mereka, dan bagaimana produk atau layanan tersebut akan memenuhi kebutuhan atau masalah yang ada di pasar. Dengan kata lain, mereka perlu

memiliki visi yang jelas tentang apa yang mereka ingin capai dengan bisnis mereka dan bagaimana mereka akan melakukannya. Ini membantu dalam menyusun rencana bisnis yang komprehensif dan dalam mengarahkan upaya mereka untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis. Mulailah dengan mengidentifikasi ide bisnis yang unik atau solusi yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Penting untuk memahami target pasar Anda dan menawarkan sesuatu yang membedakan dari yang lain.

2. **Lakukan Riset Pasar:** Calon wirausaha harus melakukan studi mendalam tentang pasar di mana mereka akan beroperasi. Ini melibatkan pengumpulan dan analisis data tentang kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen potensial, serta evaluasi pesaing dan kondisi pasar. Melalui riset pasar, seorang wirausaha dapat memahami dengan lebih baik siapa target pasar mereka, apa yang diinginkan oleh konsumen, dan bagaimana produk atau layanan mereka dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Hasil dari riset pasar ini kemudian digunakan untuk mengarahkan strategi pemasaran, pengembangan produk, dan pengambilan keputusan lainnya dalam menjalankan bisnis.
 3. **Buat Rencana Bisnis:** Susun rencana bisnis yang komprehensif yang mencakup tujuan jangka pendek dan jangka panjang, strategi pemasaran, analisis pesaing, proyeksi keuangan, dan lainnya. Rencana bisnis ini akan menjadi panduan Anda dalam menjalankan bisnis.
 4. **Pilih Model Bisnis yang Tepat:** Tentukan model bisnis yang sesuai dengan ide Anda, apakah itu penjualan langsung, langganan, e-commerce, franchise, dan sebagainya dengan melalui pemanfaatan teknologi dan internet (Syafira et al., 2023).
 5. **Bangun Jaringan Kontak:** Jaringan yang luas dapat membantu dalam mendapatkan pelanggan, investor, atau rekan kerja. Bergabunglah dengan komunitas bisnis, hadir di acara networking, dan manfaatkan media sosial untuk memperluas jaringan Anda.
 6. **Perhatikan Keuangan:** Kelola keuangan Anda dengan hati-hati. Pastikan Anda memiliki pemahaman yang kuat tentang biaya, pendapatan, dan arus kas bisnis Anda. Pertimbangkan untuk memiliki dana darurat untuk mengatasi kemungkinan tantangan keuangan (Shafira et al., 2019).
 7. **Kembangkan Keterampilan Manajemen:** Perkuat keterampilan manajemen Anda, termasuk manajemen waktu, manajemen stres, kepemimpinan, dan keterampilan interpersonal. Ini penting untuk mengelola bisnis dengan efisien dan efektif. Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya, dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya (Awaloedin & Gunawan, 2024). Dengan menggunakan simulasi bisnis dan melalui latihan langsung, peserta dapat meningkatkan keterampilan komunikasi, presentasi, dan negosiasi yang sangat penting dalam berwirausaha (Wijaya et al., 2023).
Mengembangkan manajemen bisnis secara digital juga dapat mempermudah seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya, sehingga dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan (Karlina et al., 2024).
 8. **Beradaptasi dan Inovasi:** Selalu terbuka terhadap perubahan dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi. Wirausaha menjalankan fungsinya untuk melakukan inovasi dan kombinasi serta suka bereksperimen untuk melakukan suatu yang baru di luar kekuasaan orang lain. Berinovasi dalam
-

produk, layanan, atau proses bisnis Anda untuk tetap relevan dan kompetitif (Bilgies, 2017).

9. **Konsisten dan Tekun:** Dengan konsistensi dan ketekunan, seorang wirausaha dapat mengatasi tantangan tersebut dan terus bergerak maju menuju kesuksesan bisnisnya. Ini melibatkan kemampuan untuk belajar dari kegagalan, beradaptasi dengan perubahan, dan terus melakukan usaha dengan semangat yang tinggi. Kunci keberhasilan sebagai wirausaha adalah konsistensi dan ketekunan.
10. **Evaluasi dan Pelajari:** Selalu evaluasi kinerja bisnis Anda dan pelajari dari pengalaman Anda. Terbuka terhadap umpan balik dan siap untuk melakukan perubahan jika diperlukan. Berhasil atau tidaknya pelaksanaan program pelatihan dapat diketahui dengan melakukan evaluasi. Evaluasi merupakan proses mengumpulkan dan menyajikan informasi mengenai objek evaluasi, menilainya dengan standar evaluasi dan hasilnya digunakan untuk mengambil keputusan mengenai objek evaluasi. Evaluasi yang dikomunikasikan oleh pelanggannya sehingga terbangunlah hubungan yang menguntungkan antara wirausaha dan pelanggan (Sugiono, 2021).

Ingatlah bahwa menjadi seorang wirausaha membutuhkan komitmen, kerja keras, dan ketekunan. Tetapi dengan rencana yang baik, dedikasi, dan semangat, Anda bisa mencapai kesuksesan dalam dunia wirausaha. Strategi bisa dianggap sebagai pola perilaku karena tidak hanya berfokus pada rencana, tetapi juga mencakup hasil dari cara kita bertindak. Rumusan strategi yang baik akan mencerminkan pola tindakan utama dan keputusan yang diambil untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Henry Mintzberg, istilah strategi bisa dibagi menjadi lima definisi yang membantu manajer dalam bersaing, yaitu strategi sebagai rencana, posisi, perspektif, pengecoh, dan pola Strategi komunikasi yang efektif sangat penting dalam bisnis untuk memastikan pesan Anda tersampaikan dengan jelas dan efisien kepada karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya.

Komunikasi bisnis merupakan komunikasi yang terjadi di dunia bisnis yang melibatkan dua orang atau lebih, di mana pesan-pesan disampaikan melalui berbagai cara komunikasi seperti lisan, tulisan, atau sinyal-sinyal. Komunikasi bisnis mencakup berbagai bentuk komunikasi, baik verbal maupun nonverbal (Afriaris & Windartini, 2021). Tahapan utama dalam merumuskan strategi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) **Analisis arah**, yang bertujuan untuk menetapkan visi, misi, dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh organisasi.
- b) **Analisis situasi**, yang merupakan langkah untuk membaca situasi dan menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan menjadi dasar dalam merumuskan strategi. Dalam analisis situasi seorang wirausaha bisa menerapkan analisis SWOT dimana analisis ini dapat digunakan sebagai alat untuk menganalisis situasi-situasi yang terjadi (Nurul Ardilah, 2023).
- c) **Penetapan strategi**, yaitu proses identifikasi alternatif dan pemilihan strategi yang akan dijalankan oleh organisasi (Afandi, 2019).

Seorang wirausaha perlu terbiasa bergaul dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Untuk mencapai kesuksesan dalam pergaulan, penting bagi seseorang untuk belajar mengenali ciri-ciri pribadi orang lain. Kemampuan berkomunikasi dan berinteraksi mencakup kemampuan menyusun pikiran menjadi ucapan yang jelas, menggunakan kata-kata yang mudah didengar, dan mampu menarik perhatian orang lain melalui ucapannya. Komunikasi yang efektif harus disertai dengan perilaku yang jujur dan konsisten dalam

berbicara(Ramlan & Nikmat, 2019). Strategi komunikasi adalah panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi komunikasi harus menunjukkan bagaimana teknisnya dioperasikan, dengan pendekatan yang bervariasi tergantung pada situasi dan kondisi(Candra & Darmastuti, 2018).

Strategi kewirausahaan merupakan faktor kunci dalam keberhasilan seorang wirausahawan dalam mengelola bisnisnya. Memahami berbagai strategi yang efektif adalah penting untuk membawa mereka ke dalam struktur kewirausahaan yang baik dan sesuai dengan kemampuan individu masing-masing. Meskipun tidak selalu semua strategi memberikan hasil yang optimal, namun penggunaannya berdampak besar bagi perkembangan bisnis. Strategi kewirausahaan dapat dianggap sebagai bekal dalam menciptakan inovasi dalam konteks wirausaha (Ramadlani et al., 2023).Berikut adalah beberapa strategi yang dapat membantu:

1. Menetapkan Tujuan Komunikasi: Tentukan tujuan komunikasi dengan jelas. Apakah Anda ingin memperkenalkan produk baru, meningkatkan kesadaran merek, memperbaiki citra perusahaan, atau meningkatkan keterlibatan karyawan? Setiap tujuan membutuhkan pendekatan komunikasi yang berbeda(Rahma, 2018).
2. Ketahui Audiens Anda: Pahami siapa target audiens Anda. Apakah mereka pelanggan, karyawan, investor, atau media? Ketahui preferensi, kebutuhan, dan kekhawatiran mereka sehingga Anda dapat menyusun pesan yang relevan.
3. Gunakan Berbagai Saluran Komunikasi: Gunakan berbagai saluran komunikasi untuk mencapai audiens Anda. Ini termasuk email, media sosial, situs web, surat kabar, acara, pertemuan, dan lainnya. Pilih saluran yang paling efektif untuk mencapai target audiens Anda(Suprpto, 2018).
4. Pesan yang Jelas dan Konsisten: Pastikan pesan Anda jelas, singkat, dan mudah dimengerti. Hindari menggunakan bahasa teknis yang sulit dipahami. Selain itu, pastikan pesan Anda konsisten di semua saluran komunikasi. Komunikasi bisnis selayaknya harus dapat dipahami sebagai bentuk relasional oleh konsumen(Utami & Kurnia, 2021).
5. Berikan Nilai Tambah: Berikan nilai tambah kepada audiens Anda. Informasi yang berguna, tips, atau penawaran khusus akan membuat pesan Anda lebih menarik dan berharga bagi mereka. Dengan memberikan nilai tambah, Anda tidak hanya membedakan bisnis Anda dari pesaing, tetapi juga membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek Anda. Hal ini dapat membantu meningkatkan reputasi bisnis Anda dan memperluas pangsa pasar Anda.
6. Berkomunikasi secara Dua Arah: Berkomunikasi bukan hanya tentang memberi informasi, tetapi juga tentang mendengarkan. Berikan kesempatan kepada audiens Anda untuk memberikan umpan balik dan bertanya. Ini dapat dilakukan melalui survei, forum online, atau pertemuan langsung(Yaqin et al., 2023).
7. Gunakan Cerita: Gunakan cerita atau contoh nyata untuk mendemonstrasikan pesan Anda. Cerita dapat membuat pesan lebih menarik, relevan, dan mudah diingat.
8. Konsistensi Branding: Pastikan pesan Anda mencerminkan identitas merek Anda. Gunakan elemen branding seperti warna, logo, dan gaya visual yang konsisten di semua saluran komunikasi.

9. Terjadwal dan Konsisten: Jadwalkan komunikasi secara teratur dan konsisten. Ini dapat berupa bulletin bulanan, update mingguan, atau pertemuan bulanan dengan karyawan. Konsistensi membantu membangun kepercayaan dan keterlibatan.
10. Evaluasi dan Koreksi: Evaluasi efektivitas strategi komunikasi Anda secara teratur. Gunakan data dan umpan balik untuk mengidentifikasi apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki, lalu sesuaikan strategi Anda sesuai kebutuhan.

Dengan menerapkan strategi komunikasi yang efektif, Anda dapat meningkatkan hubungan dengan karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya, serta memperkuat citra dan reputasi bisnis Anda. Selain beberapa hal di atas mengikuti beberapa acara edukasi juga sangat penting untuk mengetahui dan melatih skill seorang wirausaha untuk bisa mengembangkan bisnisnya, sehingga bisa menjadi wirausaha yang sukses dengan melalui penerapan strategi bisnis yang tepat (Kasman et al., 2024)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan wirausaha selalu menarik setiap saat, namun sering kali dilakukan oleh mereka yang tidak memiliki pekerjaan atau sumber penghasilan lainnya. Kewirausahaan bukanlah sekadar pekerjaan, tetapi sebuah pola pikir. Ini adalah tindakan individu yang memiliki semangat dan respons positif terhadap peluang untuk menghasilkan keuntungan, melayani pelanggan atau masyarakat dengan lebih baik, dan terus berusaha untuk meningkatkan layanan dan produk yang ditawarkan. Kewirausahaan melibatkan pengambilan risiko, kreativitas, inovasi, dan keterampilan manajemen. Untuk menjadi wirausaha sukses, seseorang perlu memiliki semangat yang gigih, berani mengambil risiko, dan berkompetisi dalam bisnis. Disamping itu seorang wirausahawan harus memahami panduan menjadi wirausaha yang kompetitif agar dapat menjalankan usahanya dengan baik. Dimana ketika menghadapi adanya permasalahan-permasalahan yang ada seorang wirausaha sudah mengetahui langkah apa saja yang harus dilakukan untuk mengatasi masalah yang ada. Di lain hal ada strategi komunikasi yang efektif dan tak kalah penting dalam menjadi seorang wirausaha. Banyak hal yang harus di pahami oleh seorang wirausahawan dimana harus terus belajar untuk memahami situasi atau perkembangan zaman untuk memunculkan ide-ide baru dalam menjalankan bisnisnya. Strategi bisnis yang paling utama adalah komunikasi. Strategi komunikasi yang efektif akan membantu seorang wirausahawan untuk mengembangkan bisnisnya. Contohnya dalam menjalin kerjasama bisnis dimana sangat diperlukan strategi yang sangat efektif.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan beberapa hal penting. Pertama, kemampuan komunikasi sangat vital dalam membangun bisnis yang sukses. Kedua, diversifikasi strategi komunikasi sangat diperlukan dimana pemilihan saluran yang tepat untuk audiens dan pesan yang disampaikan adalah kunci penting. Ketiga, pesan yang jelas dan konsisten penting untuk menghindari salah paham. Pesan yang konsisten juga memperkuat identitas merek dan reputasi bisnis. Keempat, memberikan nilai tambah dalam komunikasi sangat penting. Memberikan informasi yang berguna, menawarkan solusi, atau memberikan penawaran khusus meningkatkan nilai komunikasi dan membangun kepercayaan serta keterlibatan dengan audiens. Terakhir, evaluasi dan penyesuaian secara teratur diperlukan. Wirausaha harus secara rutin mengevaluasi strategi komunikasi mereka, mendengarkan umpan balik dari audiens, menganalisis kinerja komunikasi, dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Ini penting untuk menjaga agar strategi komunikasi tetap efektif dan sesuai dengan perubahan yang terjadi dalam bisnis dan pasar. Dengan menerapkan

strategi komunikasi yang efektif, wirausaha dapat membangun hubungan yang kuat dengan karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya, serta memperkuat citra dan reputasi bisnis mereka. Komunikasi yang baik juga membantu dalam memperluas jaringan, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan penjualan.

Saran

Seorang wirausaha harus menanamkan pentingnya komunikasi yang efektif dalam setiap aspek bisnis mereka. Selain memahami ide bisnis dengan jelas, melakukan riset pasar mendalam, dan membuat rencana bisnis yang komprehensif, wirausaha perlu mengembangkan keterampilan komunikasi yang kuat untuk membangun hubungan yang kokoh dengan karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan. Menggunakan strategi komunikasi yang beragam dan konsisten, serta beradaptasi dengan perubahan dan inovasi, akan membantu memperkuat identitas merek dan reputasi bisnis. Evaluasi berkala dan penyesuaian strategi berdasarkan umpan balik juga sangat penting untuk memastikan keberhasilan jangka panjang dalam dunia bisnis yang dinamis dan kompetitif. Dengan demikian, mengintegrasikan komunikasi yang efektif sebagai inti dari strategi bisnis dapat meningkatkan peluang keberhasilan dan pertumbuhan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Z. (2019). Strategi Pendidikan Entrepreneurship di Pesantren Al-Mawaddah Kudus. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(1), 55.
<https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i1.5191>
- Afriaris, S., & Windartini, S. (2021). Model Pengembangan Strategi Komunikasi Bisnis untuk Mencapai Tujuan Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Konsep Usaha Rumah Tangga Kerak Nasi). *Jurnal Ekobistek*, 9(1), 12–20.
<https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i1.65>
- Aji, S. P., Mulyadi, H., & Widjajanta, B. (2018). *keterampilan wirausahas untuk keberhasilan usaha*. 3(3), 111–122.
- Ali, M. Y., & Kodrat, D. S. (2017). Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Pada Perusahaan Mitra Jaya Abadi. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 124–131. www.biteandbites.wix.com.
- Awaloedin, M., & Gunawan, R. S. (2024). *PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF PEMBANGUNAN EKONOMI : MENGGAGAS PERAN KEWIRAUSAHAAN Tahta Media Group*.
- Bilgies, A. F. (2017). Keunggulan Kompetitif Yang Dalam Menciptakan Inovasi Untuk Kewirausahaan Strategis. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 321–344.
<https://doi.org/10.21274/an.2017.3.2.321-344>
- Candra, G. R., & Darmastuti, R. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI PENGUSAHA ROTAN DALAM RANGKA MEMBANGKITKAN INDUSTRI ROTAN DI DAERAH TRANGSAN*. 5(September), 188–194.
- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Desa Kelambir Lima. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 1–14.
<https://doi.org/10.30596/maneggio.v6i1.14534>
- Fikruzzaman, D. (2022). Strategi Komunikasi Aparat Desa Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Pembinaan Kegiatan Usaha Ekonomi

- Produktif Desa Cinangka Kecamatan Ciampea). *Jurnal Oratio Directa*, 4(1), 708–719.
- Fres. (2022). STRATEGI MENUMBUHKAN JIWA KREATIF DAN INOVATIF DALAM KEWIRAUSAHAAN. *Sosial Pendidika*, 6(8.5.2017), 2808–6988. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Indarto, I., & Santoso, D. (2020). Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 54. <https://doi.org/10.26623/jreb.v13i1.2202>
- Karlina, Shafa, L. N., Millasyifa, N., & Suleman, E. (2024). IMPLEMENTASI ENTERPRISES RESOURCES PLANNING BERBASIS ODOO PADA UMKM DIVA HOME CAKE. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 7(1), 42–50.
- Kasman, K., Utami, A. R., & Hamdanur, P. (2024). EDUKASI WIRAUSAHA DAN MEMBANGUN USAHA KECIL. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 7(1), 35–41.
- Martini. (2019). 2 3 123. *Artikel Ilmiah Nurul*, 3(2), 40–46.
- Nasution, R. U. (2022). Strategi Memulai Bisnis Baru dalam Berwirausaha. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(3), 163. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v3i3.164>
- Nurul Ardilah. (2023). Implementasi Pengelolaan Keuangan Syariah Pada Pondok Pesantren Azzakariyah Di Desa Muaro Panco Kec. Renah Pembarap Kab. Merangin. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 1(4), 8–20.
- Rahma, A. (2018). Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth). *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(2), 149–169. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.480>
- Ramadlani, A. S., Fajri, N., & Santos, E. D. A. Dos. (2023). Studi Literatur: Strategi Kewirausahaan Dalam Upaya Mengembangkan Usaha Masyarakat. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 6(1), 11. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v6i1.11010>
- Ramlan, P., & Nikmat, R. (2019). Pendekatan Manajemen Strategik dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Mahasiswa melalui Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan (PMK-K). *Jurnal MODERAT*, 5(3), 240–250.
- Septiana, D., & Nurkhin, A. (2019). Sikap Berwirausaha Memediasi Kecerdasan Dalam Menghadapi Rintangan Terhadap Intensi Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 801–815. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28310>
- Shafira, A., Fasa, M. I., Suharto, Supriyatna, R. K., & Junaedi, D. (2019). Efektivitas Sosialisasi Lapak Desa terhadap Pemasaran Online (E-Commerce) Berbasis Syariah: Studi Empiris di Tiyuh Pulung Kencana Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah*, 3(3), 125–134. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i3.376>
- Sugiono, S. (2021). Strategi Komunikasi Membangun Customer Relationship Pada Inkubator Bisnis Puspiptek. *Ettisal: Journal of Communication*, 5(2), 291–309. https://www.researchgate.net/profile/Shiddiq-Sugiono/publication/348232442_Strategi_Komunikasi_Membangun_Customer_Relationship_Pada_Inkubator_Bisnis_Puspiptek_Technology_Business_Incubation_Center_Puspiptek_Communication_Strategy_in_Building_Customer_Relation
- Suprpto, H. A. (2018). Strategi pembelajaran kewirausahaan berbasis Teknologi Informasi (T.I) terhadap peningkatan minat mahasiswa menjadi wirausaha. *Didaktis: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Pengetahuan*, 18(1), 61–73.

- Syafira, D., Suhairi, S., Wulandari, J. P., Iswanti, P., & Fauzi, S. I. (2023). Analisis Etika Komunikasi Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Produk Di Sosial Media. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 3(2), 379–384. <https://doi.org/10.47233/jeps.v3i2.1036>
- Tobing, I. L., & Rahmayanti, N. P. (2022). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Enterpreneur Melalui Praktik Bisnis Gila Marketing. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 10(1), 91–101. <https://doi.org/10.21067/jrma.v10i1.6814>
- Utami, B. A., & Kurnia. (2021). Komunikasi Bisnis melalui Social Media Trust guna Meningkatkan Customer Engagement pada Pixy Cosmetic. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 46–53. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.116>
- Wijaya, S., Rizky, R., Yunita, A. mira, Hakim, Z., Heri Wibowo, A., Gilar Pratama, A., Sugiarto, A., Setyowati, S., Nuraflian susanti, E., Nailul wardah, N., & Sujai, L. (2023). Program Peningkatan Kecakapan Hidup Berbasis Vocational Skill Untuk Membangun Jawa Wirausaha Mahasiswa Semester Akhir Mahasiswa Universitas Mathla'ul Anwar Banten. *Jurnal Dharmabakti Nagri*, 1(3), 133–139. <https://doi.org/10.58776/jdn.v1i3.81>
- Yaqin, M. A., Akmal, M. F. N., & Amin, N. (2023). Communication Skills: Syarat Esensial Sukses di Era Informasi? *Literaksi: Jurnal Manajemen ...*, 01(02), 220–227. <https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/204>