



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2025) pp: 3307-3313

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Peran Program Pelatihan dan Pengembangan terhadap Peningkatan Keterampilan Komunikasi Karyawan di Kemaiu

Rinely Aurelia Naurah Zafarani¹, Sugeng Purwanto²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

¹23012010231@student.upnjatim.ac.id, ²sugengpurwanto.mnj@upnjatim.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana program pelatihan dan pengembangan yang diterapkan oleh UMKM Kemaiu dapat meningkatkan keterampilan komunikasi karyawan, khususnya mahasiswa magang yang berperan sebagai host live dan content creator. Keterampilan komunikasi menjadi aspek penting dalam aktivitas pemasaran digital karena berkaitan langsung dengan interaksi audiens dan efektivitas promosi produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara, serta dokumentasi kegiatan pelatihan, briefing, dan evaluasi performa live hosting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya program pelatihan seperti briefing mingguan, latihan komunikasi, senam mulut, serta review video mampu meningkatkan kepercayaan diri, kelancaran berbicara, dan kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk secara lebih persuasif. Selain itu, kemampuan interaksi dengan audiens, pengelolaan intonasi, ekspresi wajah, serta respons cepat terhadap komentar juga mengalami peningkatan. Perubahan ini berdampak pada peningkatan jumlah penonton live, aktivitas komentar yang lebih tinggi, dan meningkatnya ketertarikan konsumen terhadap produk yang dipromosikan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pengembangan yang dilakukan secara sederhana namun konsisten dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan keterampilan komunikasi. Dengan demikian, program pelatihan dan pengembangan internal dapat menjadi strategi efektif bagi UMKM dalam memperkuat kinerja pemasaran digital. Hal ini menunjukkan pentingnya pelatihan berkelanjutan dalam meningkatkan perkembangan kemampuan komunikasi karyawan di UMKM seperti Kemaiu.

Kata kunci: Pelatihan dan Pengembangan, Keterampilan Komunikasi, Manajemen Sumber Daya Manusia

1. Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin keras dan adanya perubahan metode pemasaran menuju ranah digital, keterampilan karyawan menjadi salah satu kompetensi yang tidak boleh diabaikan [1]. Komunikasi yang efektif tidak hanya memastikan informasi tersampaikan dengan jelas dalam organisasi, tetapi juga membantu membangun hubungan kerja yang kooperatif dan produktif [2].

Kemaiu adalah perusahaan yang bergerak dalam bisnis produk perawatan rambut seperti shampoo dan hair tonic, yang dalam strategi pemasarannya sangat mengandalkan interaksi digital termasuk live hosting dan pembuatan konten di media sosial. Untuk menunjang keberhasilan strategi tersebut, karyawan dan mahasiswa magang yang turut serta dalam aktivitas promosi harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik termasuk berbicara di depan kamera, penggunaan gestur dan intonasi yang menarik, serta membangun dialog persuasif dengan audiens. Tanpa adanya kemampuan komunikasi yang mumpuni, penyampaian pesan produk bisa terhambat dan efektivitas promosi dapat menurun.

Untuk menjawab kebutuhan tersebut, Kemaiu menerapkan pelatihan dan pengembangan internal berupa briefing mingguan rutin sebelum sesi pengambilan konten media sosial, live hosting dan evaluasi singkat. Sebuah studi menunjukkan bahwa pelatihan komunikasi dan soft skills secara signifikan meningkatkan pengetahuan karyawan, sehingga mendukung peningkatan kemampuan mereka dalam bekerja [3].

Berdasarkan pengalaman magang di Kemaiu, Briefing rutin mingguan membawa perubahan positif terhadap keterampilan karyawan serta mahasiswa magang: mereka menjadi lebih percaya diri dalam berbicara di depan kamera, lebih terstruktur dalam menyampaikan pesan, dan lebih aktif dalam berinteraksi dengan audiens. Namun demikian, hingga kini belum banyak penelitian yang mengkaji secara khusus bagaimana program pelatihan dan pengembangan di perusahaan UMKM lokal seperti Kemaiu berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan komunikasi karyawan. Sebagian besar studi masih berfokus pada konteks industri besar atau perusahaan

multinasional, sementara sektor industri kreatif dan digital marketing masih jarang dibahas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran nyata mengenai praktik pelatihan dan pengembangan di lingkungan kerja yang berbasis digital marketing.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi program pelatihan dan pengembangan di Kemaiu dan menganalisis bagaimana program tersebut berperan dalam meningkatkan keterampilan komunikasi karyawan yang terlibat dalam aktivitas promosi digital. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), khususnya pada aspek pelatihan dan pengembangan, serta memberikan manfaat praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi pelatihan komunikasi yang lebih efektif dan adaptif terhadap industri digital. Program pelatihan yang didukung budaya organisasi kuat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja [4].

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin memahami secara mendalam bagaimana implementasi program training and development dilakukan di Kemaiu serta bagaimana pelatihan tersebut mampu meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh data secara alami dan menyeluruh melalui interaksi langsung dengan informan di lingkungan kerja.

Penelitian ini dilaksanakan di Kemaiu, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perawatan rambut, yang berlokasi di Kota Surabaya, pada periode 26 Juli hingga 26 November 2025 sesuai periode Magang. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan yang mengikuti program training and development, terutama yang terlibat dalam aktivitas komunikasi dengan pelanggan seperti host live, admin online shop, dan tim konten pemasaran. Informan penelitian ditentukan secara purposive, yaitu dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam program pelatihan. Informan utama meliputi pemilik atau manajer sebagai pengambil kebijakan pelatihan, dan beberapa karyawan peserta pelatihan sebagai informan pendukung.

Pengumpulan data dilakukan melalui participatory observation, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Berbeda dengan observasi pasif, peneliti terlibat langsung sebagai peserta dalam kegiatan pelatihan, seperti briefing sebelum live, latihan komunikasi, sesi pengembangan konten, dan simulasi menghadapi pelanggan. Melalui keterlibatan langsung ini, peneliti dapat merasakan proses pelatihan secara nyata, mengidentifikasi pola komunikasi yang dilatih, serta mengamati perubahan kemampuan komunikasi sebelum dan sesudah pelatihan berlangsung. Wawancara dilakukan kepada owner dan karyawan mengenai tujuan pelatihan, materi pelatihan, serta pengalaman mereka selama mengikuti kegiatan.

3. Tinjauan Pustaka

3.1 Pelatihan dan Pengembangan Fungsi SDM

Pelatihan adalah proses sistematis yang dilakukan organisasi untuk meningkatkan keterampilan, kemampuan, dan pengetahuan karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya. Pelatihan berkelanjutan merupakan strategi jangka panjang untuk menjaga kualitas performa SDM [5]. Pengembangan berfokus pada peningkatan kemampuan jangka panjang dan kesiapan individu dalam menghadapi perubahan pekerjaan di masa depan. Pelatihan dan pengembangan merupakan serangkaian aktivitas terencana yang disusun organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kapabilitas karyawan dalam menjalankan tugasnya. Pelatihan terbukti menjadi faktor signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan melalui pembentukan kompetensi baru [6].

Pelatihan dan pengembangan merupakan salah satu fungsi inti dalam sumber daya manusia yang bertujuan menutup gap kompetensi, meningkatkan keterampilan kerja, dan mempersiapkan SDM untuk tanggung jawab lebih besar. Pelaksanaan pelatihan yang efektif dapat meningkatkan kedisiplinan dan performa karyawan [7]. Studi kuantitatif menunjukkan bahwa pelatihan mempunyai hubungan positif terhadap kompetensi kerja dan kinerja daripada karyawan apabila pelaksanaan pelatihan sesuai kebutuhan dan disertai pendampingan. Misalnya, pada penelitian di PDAM Surakarta menemukan bahwa pelatihan memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kompetensi karyawan PDAM Surakarta, sehingga mendukung peningkatan kinerja mereka [8].

3.2 Pelatihan Komunikasi dan Dampaknya terhadap Kompetensi Komunikasi

Pelatihan komunikasi terbukti meningkatkan kepercayaan diri, kemampuan menyampaikan pesan, dan kecakapan interpersonal peserta [9]. Beberapa studi kasus dan penelitian terapan di Indonesia mendukung temuan ini, misalnya penelitian menelaah program pelatihan komunikasi untuk peningkatan soft skill menunjukkan adanya perbaikan kualitas interaksi peserta setelah mengikuti pelatihan [10]. Pusat perhatian pada host live/konten kreator adalah kemampuan komunikasi yang bersifat real-time dan persuasif. Studi fenomenologis dan kajian empiris

tentang pemanfaatan konten Instagram, live selling, dan interaksi digital menegaskan perlunya kombinasi antara teknik komunikasi tradisional (public speaking, storytelling) dan kemampuan adaptasi platform (pengelolaan komentar, respons cepat). Kemampuan komunikasi karyawan memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan [11].

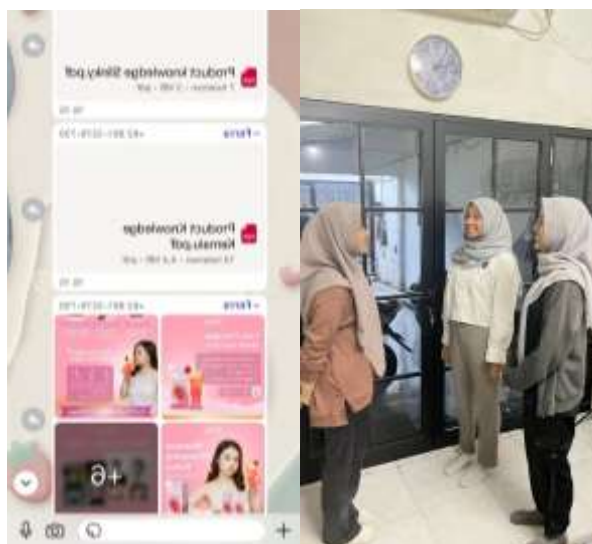
4. Hasil dan Diskusi

4.1 Hasil

4.1.1 Briefing dan Persiapan Komunikasi

Hasil penelitian diperoleh melalui observasi langsung, wawancara informal dengan karyawan dan owner, serta keterlibatan peneliti dalam mengikuti program pelatihan dan pengembangan yang diterapkan di Kemaiu. Pelatihan dilakukan melalui kegiatan briefing sebelum live dan pembuatan konten, latihan komunikasi berupa senam mulut, serta evaluasi jika diperlukan setelah kegiatan selesai.

Pada fase awal penelitian, briefing dilakukan seminggu sekali sebelum sesi pembuatan konten. Briefing berisi pengarahan script promosi, *product knowledge*, strategi interaksi dengan audiens, tata cara pembuatan video, serta latihan senam mulut untuk memperjelas pengucapan saat berbicara. Pada tahap ini, peneliti melihat bahwa karyawan menunjukkan rasa gugup, terlihat dari nada bicara yang tidak stabil, pengucapan terbata-bata seperti kebingungan, dan kurangnya kontak mata dengan kamera. Karyawan juga masih bergantung pada teks dan belum mampu menjelaskan produk secara spontan.



Gambar 1. Kegiatan briefing *product knowledge* dan senam mulut

4.1.2 Pengembangan Komunikasi Melalui Review Video

Seiring berjalannya waktu, dilakukan sesi evaluasi berupa review video hasil kegiatan *take content* dan *live hosting* yang telah dilakukan sebelumnya. Proses evaluasi ini menjadi bagian pening dari siklus pelatihan di Kemaiu karena berfungsi untuk memberikan umpan balik langsung terhadap performa komunikasi dan penyampaian informasi produk oleh karyawan. Evaluasi dilakukan secara langsung oleh pemilik dan tim kreatif yang bertanggung jawab atas strategi konten. Sesi evaluasi tidak hanya dilakukan secara offline, namun juga bisa dilakukan secara online mengikuti fleksibilitas jam kerja tim marketing.

Bentuk umpan balik bervariasi, mulai dari aspek teknis seperti volume suara dan pencahayaan, hingga aspek non-verbal seperti ekspresi wajah, kontak mata dengan kamera, serta bahasa tubuh selama berbicara. Secara verbal, evaluasi juga menyoroti kecepatan berbicara yang cenderung terlalu cepat pada beberapa karyawan, penggunaan kata pengisi seperti “eee” atau “hmm,” serta gaya bicara yang monoton dan kurang ekspresif. Selain itu, evaluasi juga menekankan pentingnya meningkatkan interaksi dengan penonton melalui sapaan langsung, ajakan untuk meninggalkan komentar, dan respon cepat terhadap pertanyaan yang masuk di kolom komentar.

Menariknya, proses evaluasi di Kemaiu tidak dilakukan secara rutin setiap hari, melainkan secara periodik sesuai kebutuhan, terutama ketika performa live dianggap menurun atau saat ada produk baru yang akan dipromosikan. Evaluasi juga dilakukan jika terdapat masukan dari audiens yang menunjukkan ketidakjelasan dalam penyampaian

informasi produk. Hal ini menunjukkan bahwa sistem evaluasi bersifat adaptif dan menyesuaikan dengan dinamika pasar serta performa aktual host di lapangan.

Hasil dari evaluasi tersebut kemudian dijadikan dasar untuk perbaikan dalam sesi live berikutnya. Misalnya, karyawan yang sebelumnya terlalu cepat berbicara diberikan latihan tempo bicara dengan menggunakan metode *pause and emphasize*, sementara host yang cenderung pasif diarahkan untuk berlatih menggunakan ekspresi wajah yang lebih terbuka dan nada bicara yang ramah. Pendekatan *learning by doing* ini terbukti efektif dalam membentuk komunikasi yang lebih natural, menarik, dan berorientasi pada pengalaman penonton. Dengan demikian, sesi evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan korektif, tetapi juga menjadi media pembelajaran reflektif bagi karyawan untuk terus mengembangkan kemampuan komunikasinya secara berkelanjutan.



Gambar 2. Sesi Evaluasi bersama

4.1.3 Peningkatan Kemampuan Komunikasi dan Keterlibatan Audiens

Hasil observasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan komunikasi karyawan setelah mengikuti program pelatihan yang diterapkan di kemaiu. Pada tahap awal pelaksanaan, sebagian besar karyawan menunjukkan rasa gugup dan tidak percaya diri ketika berbicara di depan kamera. Mereka cenderung berbicara dengan nada yang tidak stabil, sering mengulang kata, dan tidak melakukan kontak mata dengan kamera. Namun, setelah beberapa kali mengikuti briefing, latihan senam mulut, dan sesi evaluasi performa, kemampuan komunikasi mereka mengalami kemajuan yang cukup pesat. Karyawan mulai mampu berbicara dengan struktur kalimat yang lebih jelas, tempo yang lebih terkendali, serta ekspresi wajah yang lebih meyakinkan.

Selain itu, peningkatan kepercayaan diri menjadi salah satu aspek yang paling menonjol setelah pelatihan berlangsung selama beberapa minggu. Karyawan yang sebelumnya malu untuk tampil di depan kamera kini mampu memulai sesi live dengan salam pembuka yang tegas dan percaya diri. Keberanian untuk menyapa penonton serta menjelaskan keunggulan produk dengan gaya natural menunjukkan bahwa pelatihan memberikan efek positif terhadap *self-confidence* dan *communication presence* mereka. Selain indikator kuantitatif seperti jumlah penonton dan komentar, terdapat pula perubahan kuantitatif yang terlihat dari meningkatnya kreativitas dan spontanitas dalam penyampaian promosi. Karyawan mulai berani melakukan improvisasi kecil, seperti menceritakan pengalaman pribadi dalam menggunakan produk atau membacakan komentar lucu dari penonton untuk mencairkan suasana. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya mengasah kemampuan berbicara, tetapi juga mengembangkan kreativitas dan kepekaan sosial host terhadap audiensnya. Pelatihan public speaking meningkatkan kepercayaan diri peserta secara signifikan [12].

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa program pelatihan dan pengembangan di Kemaiu tidak hanya berhasil meningkatkan keterampilan komunikasi karyawan, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap efektivitas promosi dan peningkatan engagement audiens dalam aktivitas live hosting. Live streaming terbukti meningkatkan engagement konsumen apabila host mampu menjaga ritme komunikasi [13].



Gambar 3. Aktivitas live hosting karyawan Kemaiu di platform e-commerce dengan interaksi aktif penonton



Gambar 4. Interaksi Host dengan audiens

4.1 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pelatihan dan pengembangan yang dilaksanakan di Kemaiu memberikan dampak positif terhadap kemampuan komunikasi karyawan. Di Kemaiu, sesi *briefing* dan latihan komunikasi seperti senam mulut berperan penting dalam membangun rasa percaya diri sebelum karyawan tampil di depan kamera. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa penelitian internal secara berkelanjutan mampu meningkatkan keterampilan komunikasi antarpribadi karyawan, terutama dalam konteks pelayanan pelanggan (*customer interaction*) [14]. Peningkatan kompetensi komunikasi juga tampak dari kemampuan karyawan dalam mengelola interaksi dengan audiens secara spontan dan sopan selama sesi *live*. Hal ini mendukung temuan yang menyatakan bahwa pelatihan komunikasi dapat meningkatkan efikasi diri (*self-efficacy*) dan ketenangan emosional saat menghadapi audiens atau pelanggan [15]. Berdasarkan observasi, karyawan yang awalnya canggung dan malu mulai menunjukkan ekspresi yang lebih terbuka, serta mampu menjaga intonasi dan kecepatan bicara secara natural. Host yang komunikatif dan responsif akan meningkatkan minat beli konsumen [16].

Selain peningkatan kemampuan personal, dampak pelatihan juga terlihat pada performa objektif kegiatan *live hosting*. Setelah beberapa kali sesi pelatihan dan *review* video, terjadi peningkatan jumlah penonton dari rata-rata 2 - 3 orang menjadi lebih dari 50 orang per sesi, disertai dengan peningkatan intensitas komentar dan interaksi di kolom *live chat*. Hasil ini memperkuat argumen Qonita (2023) bahwa pelatihan dan pengembangan yang terstruktur memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan performa kerja yang berdampak pada kepuasan konsumen dan keterlibatan audiens [17]. Dari sisi organisasi, kegiatan *training and development* di Kemaiu menunjukkan bahwa pelatihan tidak harus bersifat formal. Bentuk pelatihan singkat seperti *briefing* mingguan, dan sesi umpan balik (*feedback session*) terbukti efektif dalam membangun budaya komunikasi terbuka antaranggota tim. Secara umum, dapat disimpulkan bahwa implementasi *training and development* di Kemaiu tidak hanya memperbaiki kemampuan komunikasi verbal dan nonverbal karyawan, tetapi juga memperkuat hubungan sosial dalam tim dan meningkatkan daya tarik konten promosi di mata audiens. Program pelatihan yang dilakukan secara konsisten menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing bisnis lokal berbasis digital,

seperti Kemaiu, yang mengandalkan kemampuan komunikasi interpersonal dalam menjangkau konsumen secara daring.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi langsung, wawancara, serta keterlibatan peneliti dalam program pelatihan dan pengembangan di Kemaiu, dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan pengembangan memiliki peran signifikan dalam meningkatkan keterampilan komunikasi karyawan. Pelatihan yang diberikan berupa briefing mingguan, senam mulut, latihan intonasi, pemahaman produk, serta evaluasi melalui review video terbukti mampu membantu karyawan mengembangkan kemampuan komunikasi verbal maupun nonverbal. Pada tahap awal, karyawan dan mahasiswa magang menunjukkan rasa gugup, kurang percaya diri, dan kesulitan dalam menyampaikan informasi produk secara terstruktur. Namun setelah mengikuti beberapa siklus pelatihan, peserta terlihat mengalami peningkatan pada aspek kejelasan bicara, kelancaran komunikasi, ekspresi wajah, kontak mata, serta kemampuan berinteraksi dengan audiens secara spontan. Peningkatan keterampilan komunikasi ini kemudian berdampak langsung pada efektivitas aktivitas promosi digital seperti live hosting dan pembuatan konten, yang ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah penonton, interaksi komentar, serta respons positif dari audiens. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Ayuni et al. (2022) yang menyatakan bahwa pelatihan internal berkelanjutan dapat meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal karyawan [14], serta Puspaningrum (2022) yang menunjukkan bahwa pelatihan komunikasi dapat meningkatkan efikasi diri saat menghadapi audiens [15]. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program pelatihan dan pengembangan yang diterapkan di Kemaiu sudah cukup efektif dalam meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan, meskipun masih bersifat sederhana dan informal. Secara keseluruhan, pelatihan yang dilakukan tidak hanya meningkatkan kemampuan individu, tetapi juga mendukung penciptaan lingkungan kerja yang lebih kolaboratif dan berfokus pada perbaikan komunikasi sebagai inti dari aktivitas pemasaran digital. Hal ini penting bagi UMKM seperti Kemaiu yang mengandalkan live hosting sebagai strategi utama dalam menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, disarankan agar Kemaiu dapat mengembangkan program pelatihan dan pengembangan secara lebih terstruktur dan berkelanjutan. Pelatihan yang selama ini dilakukan masih bersifat insidental, sehingga perlu dibuat jadwal dan kurikulum pelatihan yang lebih sistematis agar peningkatan kemampuan komunikasi dapat berlangsung secara konsisten. Materi pelatihan juga sebaiknya diperluas, tidak hanya mencakup briefing dan review performa, tetapi juga mencakup teknik public speaking, storytelling, pengaturan intonasi, dan strategi membangun engagement dengan audiens. Selain itu, proses evaluasi sebaiknya dilengkapi dengan instrumen penilaian yang lebih objektif, sehingga progres kemampuan setiap karyawan dapat dipantau dengan jelas. Kemaiu juga diharapkan dapat mempertimbangkan kolaborasi dengan praktisi atau mentor profesional di bidang komunikasi maupun digital marketing, sehingga pelatihan yang diberikan memiliki standar yang lebih baik. Tidak kalah penting, dokumentasi pelatihan perlu diperkuat agar perusahaan memiliki arsip perkembangan kemampuan karyawan dari waktu ke waktu. Dengan penerapan saran-saran ini, diharapkan Kemaiu dapat meningkatkan kualitas komunikasi karyawan secara berkelanjutan dan berdampak pada efektivitas promosi melalui live hosting.

Referensi

- [1] N. N. Putri and E. Lataruva, "UMKM-Masa Kini : Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia," *Equator J. Manag. Entrep.*, vol. 12, no. 1, pp. 1–13, Jan. 2024, doi: 10.26418/ejme.v12i1.75843.
- [2] S. Kalogiannidis and O. Papaevangelou, "Impact of Business Communication on the Performance of Adult Trainees," *Int. J. Acad. Res. Progress. Educ. Dev.*, vol. 9, no. 3, Oct. 2020, doi: 10.6007/ijarped/v9-i3/8154.
- [3] R. Kartika Sari, "Improvement of Knowledge through Effective Communication Training and Soft Skills," 2021.
- [4] I. F. Gunawan, "PENGARUH PELATIHAN DAN BUDAYA ORGANISASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KERJA PADA KARYAWAN PT AMANAH BERSAMA BERKAH," Universitas Islam Indonesia, 2022.
- [5] S. Purwati, A. I. Asmarany, M. Akbar, A. Suroso, M. M. Ibrahim, and M. Orias, "ANALISIS PENGARUH MANAJEMEN PELATIHAN BERKELANJUTAN, ORGANIZATIONAL CULTURE DAN DIGITAL PERFORMANCE MANAGEMENT TERHADAP KINERJA KARYAWAN," *J. LENTERA BISNIS*, vol. 14, no. 2, pp. 1963–1971, Jun. 2025, doi: 10.34127/jrlab.v14i2.1553.
- [6] R. Wisuda Putri and P. Astuti, "PENGARUH PELATIHAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN," *J. Fokus Manaj. Bisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 1–15, Mar. 2022, doi: 10.12928/fokus.v12i1.5713.
- [7] W. Wahyudi, "Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Yang Dimediasi Oleh Disiplin Kerja," vol. 4, no. 2, pp. 265–273, 2021.

- [8] K. P. Marjiyanti and Z. F. Auliya, "Analisis Peningkatan Kompetensi, Pelatihan, dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Perusahaan Daerah Air Minum Surakarta)," vol. 17, no. 2, pp. 253–272, 2020.
- [9] H. Fandika, A. Andriyansah, and F. R. Syamsuddin, "Adaptasi Karyawan UMKM terhadap Perubahan Lingkungan Bisnis untuk Meningkatkan Kinerja," *J. Penelit. Inov.*, vol. 4, no. 2, pp. 491–498, Apr. 2024, doi: 10.54082/jupin.348.
- [10] S. D. S. Ratna Sari, "Pelatihan Komunikasi Efektif untuk Service Excellence," *BERDAYA J. Pendidik. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 3, pp. 133–140, Dec. 2020, doi: 10.36407/berdaya.v2i3.274.
- [11] M. R. Putra, "Pengaruh Komunikasi Dan Profesionalisme Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Dunia Perusahaan (Kajian Empiris Dan Teoritis Dalam Implementasi)," vol. 06, no. No. 01, pp. 62–70, 2024.
- [12] P. Widyawati, "PENGARUH SOFT SKILL, PENGALAMAN MAGANG DAN MINAT KERJA TERHADAP KESIAPAN KERJA MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH," 2024.
- [13] N. A. Rahmah, "LAPORAN PENELITIAN TERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA AKUN TIKTOK BASRENG SULTAN BANDUNG DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN BRAND ENGAGEMENT (STUDI KASUS TIKTOK BASRENG SULTAN BANDUNG)," 2024.
- [14] L. Ayuni, A. Apriliani, and I. F. Sholichah, "Internal Training untuk Meningkatkan Komunikasi Interpersonal Karyawan," 2022.
- [15] Puspaningrum and dyan evita Santi, "Pengaruh Pelatihan Komunikasi untuk Meningkatkan Efikasi Diri Karyawan," vol. 6, no. 2, pp. 14303–14308, 2022.
- [16] K. M. Adiprasetya, M. Padmalia, and A. Widjojo, "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN FRUITZEE DI YOGYAKARTA," *PERFORMA*, vol. 4, no. 2, pp. 305–314, Sep. 2020, doi: 10.37715/jp.v4i2.1530.
- [17] N. Qonita, S. Huda, Maharani, and M. P. Sutisna, "PERAN PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI DAN KINERJA KARYAWAN," vol. 4, no. 1, pp. 17–23, 2023.