



Pengaruh Communication Skills dan Negotiation Ability terhadap Kinerja Usaha UMKM Industri Kreatif di Indonesia

Ayumi Fitriani Gunawan¹, Alfi Rahmawati², dan Tasya Camila Hamdani³

^{1,2,3} Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor

¹ayumifitri@apps.ipb.ac.id

²alfirahmawati@apps.ipb.ac.id

³tasyahmdn@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) are required not only to possess sound managerial capabilities but also interpersonal skills that support the smooth operation of their businesses. Communication skills and negotiation ability help entrepreneurs build effective relationships, reach mutually beneficial agreements, and enhance business performance. This study aims to examine the influence of these two interpersonal competencies on the business performance of MSMEs in the creative industry sector. A quantitative approach was employed, with data collected through Likert-scale questionnaires from 294 respondents across several regions in Indonesia. The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results show that both communication skills and negotiation ability have a positive and significant effect on business performance. These findings highlight interpersonal competencies as valuable resources that contribute to relationship stability, decision-making effectiveness, and overall business outcomes. Moreover, communication skills emerged as the most dominant variable in explaining performance variations, suggesting their importance as a priority in MSME capability development programs. Overall, this study provides empirical evidence that strengthening interpersonal skills plays a strategic role in improving the competitiveness of creative-industry MSMEs.

Keywords: Business Performance, Communication Skill, Creative Industry, Entrepreneur, Negotiation Ability

ABSTRAK

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah tidak hanya dituntut memiliki kemampuan manajerial yang baik, tetapi juga keterampilan interpersonal yang menunjang kelancaran usaha. Communication skills dan negotiation ability membantu wirausahawan membangun hubungan yang efektif, mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan, dan meningkatkan kinerja usaha. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kedua kemampuan tersebut terhadap kinerja usaha pelaku UMKM di sektor industri kreatif. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan pengumpulan data melalui kuesioner berskala Likert yang melibatkan 294 responden dari berbagai wilayah di Indonesia. Analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa communication skills dan negotiation ability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Temuan ini menegaskan bahwa keterampilan interpersonal merupakan sumber daya penting yang berkontribusi pada stabilitas hubungan bisnis, efektivitas pengambilan keputusan, serta pencapaian target usaha. Selain itu, communication skills terbukti menjadi variabel yang paling dominan dalam menjelaskan variasi kinerja, sehingga dapat menjadi prioritas dalam program pengembangan kapasitas pelaku UMKM. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa peningkatan kompetensi interpersonal berperan strategis dalam memperkuat daya saing UMKM industri kreatif.

Kata Kunci: Industri Kreatif, Kemampuan Negosiasi, Keterampilan Komunikasi, Kinerja Usaha, Wirausaha

PENDAHULUAN

Perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis menuntut pelaku usaha untuk memiliki kemampuan adaptif dalam menghadapi persaingan yang kian kompleks. Bagi sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama yang bergerak di bidang industri kreatif, keunggulan tidak lagi ditentukan hanya oleh modal finansial atau teknologi, tetapi juga oleh kualitas sumber daya manusianya. Keberhasilan bisnis bergantung pada kemampuan seseorang untuk membangun hubungan, memahami kebutuhan pasar, dan berkomunikasi dengan baik. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa praktik komunikasi dan negosiasi yang tepat dapat meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas pelaku usaha (Syamsuri et al, 2025; Ginting, 2024). Dalam konteks ini, pengembangan kemampuan personal menjadi salah satu aspek penting yang seringkali terabaikan ketika membahas strategi peningkatan kinerja usaha UMKM di Indonesia.

Sebagian besar peneliti masih menitikberatkan pada faktor manajerial, inovasi, atau digitalisasi dalam menjelaskan kinerja usaha. Padahal, di balik strategi tersebut terdapat unsur kompetensi individu yang menjadi penggerak utama keberhasilan pelaku usaha. Penelitian empiris pada UMKM industri kreatif di Indonesia menunjukkan bahwa karakteristik dan kompetensi wirausahawan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha (Gunawan, 2024). Kompetensi wirausahawan, seperti kemampuan analisis, komunikasi, dan pengambilan keputusan, terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja usaha (Hasanah et al., 2018). Namun demikian, sebagian besar studi tersebut menempatkan kompetensi pada tataran strategis wirausaha (*entrepreneurial competencies*), bukan pada kapasitas individu yang tercermin melalui kemampuan berinteraksi, berkomunikasi, dan bernegosiasi dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Akibatnya, pemahaman mengenai bagaimana kemampuan personal yang bersifat praktis mempengaruhi pencapaian kinerja usaha masih terbatas secara empiris, terutama pada konteks UMKM yang memiliki karakteristik sumber daya manusia yang beragam (Suwandi & Saepulloh, 2025). Dengan demikian, kajian mengenai kompetensi individu yang bersifat interpersonal menjadi penting untuk menjembatani kesenjangan antara kemampuan personal dan kinerja usaha.

Dalam konteks pengembangan kompetensi individu, *communication skills* dan *negotiation ability* merupakan dua kemampuan interpersonal yang sering dikaitkan dengan efektivitas interaksi dalam dunia usaha. *Communication skills* mengacu pada kemampuan pelaku usaha untuk menyampaikan pesan secara jelas, membangun kepercayaan, serta menciptakan hubungan yang produktif dengan mitra bisnis maupun pelanggan. Sementara itu, *negotiation ability* menggambarkan kapasitas individu dalam mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan melalui proses komunikasi yang strategis dan persuasif (Mayer & Voeth, 2021). Sejumlah penelitian terdahulu menyoroti bahwa komunikasi yang efektif dapat memperkuat persepsi kompetensi dan kehangatan dalam interaksi profesional (Pai et al., 2023), meningkatkan kepercayaan dalam hubungan bisnis (Stefanidis et al., 2025), serta berkontribusi terhadap keterlibatan dan kinerja organisasi (Pereira et al., 2023; Yalop et al., 2020). Meskipun demikian, hubungan antara kedua kemampuan tersebut dan kinerja usaha masih jarang diuji secara empiris, terutama dalam konteks pelaku UMKM industri kreatif di Indonesia yang memiliki dinamika sumber daya manusia dan lingkungan bisnis yang unik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus untuk menelaah pengaruh *communication skills* dan *negotiation ability* terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM, khususnya di bidang industri kreatif. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisisnya yang memandang negosiasi tidak hanya sebagai aktivitas transaksional, tetapi juga sebagai kemampuan strategis yang melekat pada individu dan berperan penting dalam membangun kinerja usaha. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pengaruh *communication skills* terhadap kinerja usaha UMKM, (2) menganalisis pengaruh *negotiation ability* terhadap kinerja usaha UMKM, serta (3) mengidentifikasi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap peningkatan kinerja usaha pelaku UMKM industri kreatif.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, kemampuan interpersonal seperti *negotiation ability* dan *communication skill* menjadi elemen penting dalam mendukung keberlangsungan dan kinerja suatu usaha. Kedua kemampuan ini tidak hanya berkaitan dengan interaksi antar individu, tetapi juga dengan bagaimana pelaku usaha mengelola hubungan, mengamankan sumber daya, serta menyesuaikan strategi bisnis di tengah perubahan pasar. *Negotiation ability* sebagai salah satu faktor yang berpotensi mempengaruhi kinerja usaha, terutama pada pelaku UMKM di sektor industri kreatif yang dituntut untuk mampu beradaptasi dan berinovasi dalam menjalin kerja sama bisnis.

Kemampuan negosiasi pada dasarnya mencerminkan kapasitas individu dalam mencapai kesepakatan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak melalui proses komunikasi yang efektif, empati, dan strategi persuasi yang tepat (Borbély & Caputo, 2017). Dalam praktiknya, pelaku usaha yang memiliki kemampuan negosiasi yang baik diharapkan mampu memperoleh kesepakatan yang mendukung kelangsungan bisnis, seperti harga beli yang kompetitif, kemitraan strategis yang saling menguntungkan, serta solusi yang mengakomodasi kepentingan kedua belah pihak. Melalui kemampuan ini, pelaku usaha dapat membangun dan memelihara hubungan bisnis yang lebih stabil, yang pada akhirnya berpotensi berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha.

Secara teoritis, hubungan antara *negotiation ability* dan kinerja usaha dapat dijelaskan melalui pendekatan *Resource-Based View (RBV)* dan *Relational View*. Menurut pandangan RBV, sumber daya internal yang unik seperti kemampuan bernegosiasi merupakan aset tak berwujud (*intangible resource*) yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Barney, 1991; Baber, 2022). Sementara itu, perspektif *relational view* menekankan pentingnya hubungan antar organisasi dalam menciptakan nilai jangka panjang; kemampuan negosiasi dapat memperkuat kepercayaan, komitmen, dan kolaborasi antar mitra bisnis (Høgevoid et al., 2020). Dengan demikian, *negotiation ability* dipandang sebagai salah satu kompetensi strategis yang dapat mempengaruhi kinerja usaha melalui mekanisme hubungan dan efektivitas dalam pengambilan keputusan.

Temuan empiris dari penelitian sebelumnya menunjukkan adanya keterkaitan antara *negotiation ability* dengan kinerja usaha. Penelitian Fernandez-Malpartida dan Dextre-Beteta (2023) menemukan bahwa kemampuan negosiasi manajer berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM, baik dari aspek finansial maupun non finansial. Hasil ini memperkuat pandangan bahwa kompetensi interpersonal memiliki dampak langsung terhadap performa bisnis, melebihi pengaruh faktor demografis seperti usia atau tingkat pendidikan. Penelitian pada UMKM industri kreatif di Indonesia juga menunjukkan bahwa kompetensi wirausahawan berkontribusi positif terhadap kinerja usaha, meskipun belum secara spesifik menelaah kemampuan negosiasi sebagai kompetensi interpersonal tersendiri (Gunawan, 2024). Penelitian lain oleh Baber (2022) menyoroti bahwa pelatihan negosiasi dapat meningkatkan efektivitas individu dalam mencapai kesepakatan bisnis, yang pada gilirannya dapat berdampak terhadap performa organisasi. Meskipun demikian, pengaruh kemampuan negosiasi terhadap kinerja usaha dapat bervariasi tergantung pada karakteristik organisasi, budaya bisnis, serta lingkungan pasar tempat usaha tersebut beroperasi.

Berdasarkan uraian teoritis dan temuan penelitian terdahulu, *negotiation ability* dipandang memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi kinerja usaha. Hubungan antara kedua variabel tersebut masih perlu diuji secara empiris untuk mengetahui sejauh mana kemampuan negosiasi berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha, khususnya pada pelaku UMKM di sektor industri kreatif. Dengan mengacu pada landasan teoritis dan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya keterkaitan antara kemampuan negosiasi dan kinerja bisnis, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *negotiation ability* terhadap kinerja usaha dalam konteks tersebut.

Keterampilan komunikasi (*communication skills*) didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk menyampaikan pesan (ide, informasi, instruksi) secara efektif kepada pihak lain, serta kemampuan untuk menerima dan menafsirkan pesan dengan akurat (DeVito, 2019). Dalam konteks bisnis, komunikasi bukan sekadar pertukaran informasi, melainkan proses strategis untuk membangun hubungan, mempengaruhi, dan menciptakan nilai. Keyton (2011) menekankan bahwa komunikasi organisasi/bisnis meliputi kemampuan verbal, nonverbal, mendengar aktif (*active listening*), dan kemampuan beradaptasi dengan konteks audiens.

Keterampilan komunikasi verbal, merupakan keterampilan komunikasi dalam bentuk kata-kata yang seperti kejelasan artikulasi, penggunaan bahasa yang persuasif dalam pemasaran, serta kemampuan presentasi bisnis. Sedangkan keterampilan komunikasi nonverbal, menurut Knapp et al. (2014) seperti penggunaan bahasa tubuh, ekspresi wajah, visual *branding* yang konsisten untuk membangun kepercayaan dan daya tarik terhadap merek (*brand*). Selain itu, aspek komunikasi yang krusial adalah keterampilan mendengar aktif (*active listening*), yakni kemampuan menyimak, memahami, dan memberikan umpan balik sesuai kebutuhan stakeholder bisnis, karyawan, maupun pelanggan secara mendalam

Keterampilan komunikasi (*communication skills*) berperan penting dalam peningkatan kinerja usaha. Penelitian Kuruchumila (2025) pada pelaku UMKM di Tanzania, menunjukkan bahwa komunikasi yang jelas dan tepat waktu tidak hanya mengurangi kesalahan operasional tetapi juga mendorong kerja sama tim dan loyalitas pelanggan, yang keduanya penting untuk pertumbuhan berkelanjutan. Komunikasi yang efektif dapat memfasilitasi koordinasi kegiatan, berbagi ide, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan karyawan. Dalam konteks UMKM industri kreatif di Indonesia, penelitian empiris juga menunjukkan bahwa kompetensi individu wirausahawan berkontribusi terhadap kinerja usaha, namun belum mengkaji secara spesifik peran keterampilan komunikasi sebagai faktor interpersonal utama (Gunawan, 2024).

Studi Jiang et al., (2020) menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi bisnis yang efektif dapat membangun kepercayaan di antara karyawan, dan mendorong pelaku bisnis untuk mencapai tujuannya. Keterampilan komunikasi yang seharusnya dimiliki pelaku bisnis meliputi kemampuan komunikasi verbal dan non-verbal dalam menyampaikan ide, atau membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, karena komunikasi bisnis yang efektif dengan pelanggan atau stakeholder bisnis, menurut Otto (2016) dapat meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang diambil dalam bentuk wawancara. Kuesioner disajikan dalam bentuk skala Likert dari mulai skala 1 (sangat tidak setuju) hingga skala 5 (sangat setuju). Tujuan utama penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana *communication skills* dan *negotiation ability* seorang wirausahawan berpengaruh terhadap kinerja usahanya.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling* sebagai bentuk dari pendekatan *non-probability sampling*. Artinya, responden dipilih berdasarkan ketersediaan dan kemudahan untuk dihubungi, tanpa mempertimbangkan proporsi populasi di setiap wilayah. Pendekatan ini dipilih karena UMKM di bidang kreatif industri memiliki karakteristik yang sangat beragam yang terdiri dari enam belas subsektor. Oleh karenanya, responden pada penelitian ini diambil dari beberapa wilayah yang tersebar di pulau Jawa, Sumatera, dan Kalimantan.

Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan *software* SPSS versi 26.0. Tahapan analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta uji regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini sudah memenuhi kriteria kelayakan pengukuran. Semua item pada variabel kinerja usaha terbukti valid dan reliabel. Untuk melihat bahwa instrumen sudah valid dapat mengacu dari nilai koefisien korelasi yang memiliki nilai diatas nilai kritis (*r* tabel) yaitu 0.114. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kinerja usaha memiliki hubungan yang signifikan dan kuat, sehingga dapat dinyatakan valid secara statistik. Sedangkan, untuk melihat reliabilitas, dapat mengacu pada Tabel 2, dimana nilai koefisien Cronbach's Alpha yaitu 0.882 lebih besar dibandingkan dengan nilai kritis atau ambang batas minimal yaitu 0.6. Artinya, indikator yang mengukur variabel Kinerja memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi, sehingga memberikan hasil yang stabil dan dapat diandalkan.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	Koef. Korelasi	R tabel	P-value	Keterangan
Kinerja Usaha	Y1	0,894	0,114	< 0,001	Valid
	Y2	0,769	0,114	< 0,001	Valid
	Y3	0,926	0,114	< 0,001	Valid
	Y4	0,860	0,114	< 0,001	Valid

Sumber: hasil pengolahan data

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kinerja Usaha	0,882	0,6	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan data

Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat-syarat statistik dasar sehingga hasil analisisnya bisa dipercaya dan hasil uji regresi bisa menjadi objektif, stabil, dan dapat digeneralisasi, bukan suatu kebetulan atau hasil dari pola data yang menyimpang. Ada tiga uji dalam pengujian asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Tabel 3. Uji Normalitas

N			294
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		3,13623594
Most Extreme Differences	Absolute		0,053
	Positive		0,032
	Negative		-0,053
Test Statistic			0,053
Asymp. Sig. (2-tailed)			0,043 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		0,364 ^d
	95% Confidence Interval	Lower Bound	0,354
		Upper Bound	0,373

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 442399356.

Sumber: hasil pengolahan data

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai Monte Carlo Sig. sebesar 0,364. Nilai ini lebih besar dibandingkan nilai kritis atau ambang batas yaitu 0,05. Artinya, data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal. Uji normalitas memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini harus menyebar secara wajar atau tidak miring ke satu sisi. Jika data tidak normal maka hasil uji dapat bias karena model akan cenderung “berat sebelah”.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Com Skills	0,742	1,348
Neg Ability	0,742	1,348

Sumber: hasil pengolahan data

Untuk uji Multikolinieritas dapat dilihat dari Tabel 4. Uji multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai tolerance dan VIF. Uji ini menilai apakah antar variabel bebas (independen) saling tumpang tindih. Jika kedua variabel terlalu mirip, maka akan sulit menentukan mana variabel yang benar berpengaruh. Pada penelitian ini nilai *tolerance communication skills* dan *negotiation ability* yaitu sebesar 0,742, dimana nilai lebih besar dibandingkan nilai ambang batas yaitu sebesar 0,1. Sedangkan untuk nilai VIF keduanya berada di 1,348 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai ambang batas yaitu 10,00. Artinya, variabel independen dalam penelitian ini tidak terindikasi multikolinieritas, dan masing-

masing variabel independen memiliki kontribusi yang berbeda dalam menjelaskan variabel dependen dan model regresi dapat diinterpretasikan secara tepat.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1,743	0,474		3,678	0,000
	Ability	0,175	0,153	0,077	1,140	0,255
	Skills	0,075	0,147	0,035	0,512	0,609

Sumber: hasil pengolahan data

Pada uji asumsi klasik terakhir adalah uji heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah sebaran error dari kesalahan prediksi merata di seluruh data. Karena jika tidak merata, maka hasil regresi bisa salah menafsirkan kekuatan hubungan antarvariabel. Penelitian ini menggunakan uji Glejser, sehingga apabila nilai Sig. (p-value) lebih besar dari 0,05 maka tidak ada heteroskedastisitas. Baik nilai Sig. (p-value) *Negotiation Ability* dan *Communication Skills* keduanya memiliki nilai masing-masing 0,255 dan 0,609, yang berada di atas nilai ambang batas. Artinya, sebaran residual bersifat homogen dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 6. R Square

Model	R Square		Adjusted R	Std. Error of
	R	R Square	Square	the Estimate
1	0,920 ^a	0,847	0,846	0,31470

a. Predictors: (Constant), Skills, Ability

Sumber: hasil pengolahan data

Setelah semua uji asumsi klasik sudah memenuhi persyaratan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis model. Koefisien determinasi atau R Square pada uji hipotesis model berfungsi untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel independen. Pada Tabel 6 nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,847. Artinya, 84,7% variasi dalam variabel dependen Kinerja Usaha dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel independen *negotiation ability* dan *communication skills*. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,846 memperkuat stabilitas model ini. Selanjutnya adalah melakukan Uji F yang digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Pada Tabel 7 terlihat bahwa perolehan nilai F sebesar 804,973 dengan signifikansi 0,000 (<0,05) mengindikasikan bahwa variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Dikombinasikan dengan nilai R Square yang besar, menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini memiliki kekuatan eksplanatoris yang kuat untuk menjelaskan bahwa peningkatan terhadap *negotiation ability* dan *communication skills* akan mempengaruhi peningkatan kinerja usaha yang signifikan.

Tabel 7. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,442	2	79,721	804,973	0,000 ^b
	Residual	28,819	291	0,099		
	Total	188,262	293			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Skills, Ability

Sumber: hasil pengolahan data

Secara uji simultan model sudah menjelaskan dengan baik, selanjutnya adalah uji parsial. Uji Parsial (Uji t) bertujuan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji t tersaji pada Tabel 8. *Negotiation ability* memiliki nilai t sebesar 12,478 dengan p-value 0,000 (<0.05) menunjukkan bahwa *negotiation ability* secara signifikan mempengaruhi kinerja usaha secara positif. Selanjutnya adalah variabel *communication skills* yang memiliki nilai t sebesar 26,503 dengan p-value 0,000 (<0.05). Artinya, *communication skills* juga berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha dengan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan *negotiation ability*. Hal tersebut dikarenakan *communication skills* memiliki nilai koefisien beta standar yang lebih tinggi (0,706) dibandingkan dengan *negotiation ability* (0,332).

Tabel 8. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.135	0,080		151,160	0,000
	Ability	0,324	0,026	0,332	12,478	0,000
	Skills	0,662	0,025	0,706	26,503	0,000

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: hasil pengolahan data

Tabel 8 juga menjelaskan model regresi linear berganda yang dibentuk dari koefisien regresi tak terstandarisasi (B), dengan rumus sebagai berikut:

$$Kinerja = 12,135 + 0,324 (Ability) + 0.662 (Skills)$$

Artinya adalah dengan intercept ($\beta_0 = 12,135$), ketika *negotiation ability* dan *communication skills* bernilai 0, maka nilai prediksi kinerja adalah 12,135. Walaupun secara nyata *negotiation ability* dan *communication skills* tidak mungkin bernilai 0. Selanjutnya adalah koefisien *negotiation ability* ($\beta_1 = 0,324$), yang mengindikasikan setiap peningkatan 1 unit dalam *negotiation ability* akan meningkatkan kinerja sebesar 0,324 unit, dengan asumsi bahwa *communication skills* konstan. Sedangkan, koefisien *communication skills* ($\beta_2 = 0,662$), menunjukkan setiap peningkatan 1 unit dalam *communication skills* akan meningkatkan kinerja usaha sebesar 0,662 unit, dengan asumsi *negotiation ability* konstan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *negotiation ability* maupun *communication skills* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM industri kreatif. Kemampuan negosiasi terbukti menjadi kompetensi penting yang memungkinkan pelaku UMKM memperoleh kesepakatan bisnis yang lebih optimal, mengelola harga secara strategis, serta membangun hubungan bisnis yang lebih stabil. Hasil uji t menunjukkan bahwa *negotiation ability* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha ($t = 12,478$; $p < 0.05$), sehingga mendukung hipotesis penelitian ini. Hal ini juga selaras dengan temuan Fernandez-Malpartida dan Dextre-Beteta (2023) yang menemukan hubungan positif antara kemampuan negosiasi dan performa UMKM.

Secara teoritis, pengaruh *negotiation ability* terhadap kinerja usaha juga dapat dijelaskan melalui perspektif *relational view*, yang menekankan pentingnya hubungan antar organisasi dalam menciptakan nilai bisnis jangka panjang. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki kemampuan negosiasi strategis akan lebih mampu membangun kepercayaan, komitmen dan kolaborasi yang saling menguntungkan dengan pelanggan, pemasok, maupun mitra lainnya. Temuan ini selaras dengan pandangan Høgevold et al. (2020) yang menegaskan bahwa interaksi bisnis berbasis kepercayaan dan *mutual gain* merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan kinerja usaha. Dengan demikian, kemampuan negosiasi bukan hanya aktivitas transaksional, tetapi merupakan kompetensi interpersonal yang memiliki implikasi strategis terhadap daya saing usaha.

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa meskipun *negotiation ability* berpengaruh signifikan, variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kinerja usaha adalah *communication skills* dengan nilai koefisien beta sebesar 0,662, lebih tinggi dibandingkan kemampuan negosiasi. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi efektif merupakan fondasi utama dari seluruh proses hubungan bisnis, termasuk negosiasi itu sendiri. Menurut Mayer dan Voeth (2022), komunikasi merupakan mekanisme inti yang memungkinkan pelaku usaha menyampaikan gagasan, memahami kebutuhan pihak lain, dan membangun hubungan jangka panjang yang produktif. Pelaku UMKM dengan keterampilan komunikasi yang baik lebih mampu meyakinkan mitra, menjaga hubungan, dan meningkatkan persepsi profesionalitas, sehingga berkontribusi langsung terhadap kinerja usaha.

Pengaruh yang lebih kuat dari *communication skills* juga dapat dijelaskan melalui teori hubungan interpersonal dalam bisnis. Siregar et al. (2023) menyatakan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya meningkatkan kejelasan informasi, tetapi juga memperkuat persepsi kompetensi dan kredibilitas pelaku usaha. Dalam konteks UMKM kreatif yang sangat bergantung pada relasi, jejaring dan reputasi, kualitas komunikasi menjadi modal utama untuk membangun kepuasan pelanggan, memperluas pasar, dan mengamankan peluang kolaborasi. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa ketika pelaku UMKM mampu berkomunikasi secara efektif, mereka dapat mengelola negosiasi dengan lebih baik dan menghasilkan kinerja usaha yang lebih optimal. Dengan demikian, *communication skills* berfungsi sebagai pendorong utama yang memperkuat dampak *negotiation ability* terhadap kinerja usaha.

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan pengaruh signifikan *communication skills* terhadap kinerja UMKM di Indonesia, temuan ini konsisten dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menekankan peran keterampilan komunikasi (*communication skills*) dalam mendorong kinerja bisnis khususnya pada skala Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Penelitian Akampurira dan Musimenta (2024) menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi berkorelasi positif dan tinggi terhadap kinerja

usaha, dimana keterampilan komunikasi mampu menjelaskan 41,8% variasi kerja. Studi ini menemukan bahwa komunikasi verbal dan non-verbal terutama secara tatap muka, efektif dalam membangun kepercayaan dengan karyawan, pelanggan, dan stakeholder eksternal lainnya. Keterampilan komunikasi tersebut berperan penting dalam negosiasi, pemasaran, dan menjaga relasi bisnis.

Pada studi kasus UMKM di Tanzania, Kuruchumila (2025) menunjukkan koefisien regresi $*\beta = 0,748$ ($p < 0,01$) dimana setiap peningkatan satu unit keterampilan komunikasi bisnis dapat meningkatkan kinerja bisnis sebesar 7,48 %. Penelitian ini menekankan bahwa Keterampilan komunikasi adalah pendorong utama peningkatan kinerja UMKM di Tanzania yang dinilai berdasarkan indikator peningkatan profitabilitas, produktivitas, inovasi, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa komunikasi efektif dalam konteks pelaku UMKM di Tanzania mampu mengurangi kesalahpahaman, mempercepat pengambilan keputusan, memperkuat kerja tim, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pelaku UMKM di sektor industri kreatif harus memiliki keterampilan di bidang wirausaha (*entrepreneur skills*), berdasarkan hasil penelitian Matuku *et al.* (2022) keterampilan komunikasi (*communication skills*) merupakan aspek *entrepreneur skills* yang paling berpengaruh terhadap peningkatan kinerja bisnis UMKM. Kemampuan berkomunikasi yang efektif dengan berbagai pihak (internal maupun eksternal) menjadi faktor penentu utama yang memfasilitasi arus informasi, pengambilan keputusan yang cepat, dan penguatan hubungan bisnis. Keterampilan komunikasi efektif yang dilakukan pelaku UMKM Industri kreatif dengan pihak eksternal seperti pemasok (*supplier*) menurut Nyakonu dan Muli (2024) mampu meningkatkan kinerja bisnis UMKM dengan mengefisienkan biaya produksi.

Tidak hanya dalam konteks operasional sehari-hari, peran keterampilan komunikasi juga krusial dalam situasi krisis. Menurut Ekayanthi *et al.* (2024) komunikasi yang efektif berperan penting ketika UMKM menghadapi isu dan krisis dalam bisnisnya. Pelaku UMKM yang memiliki keterampilan komunikasi mumpuni, akan mampu mengkoordinasikan respon secara cepat dan tepat, menjaga reputasi bisnis, dan menjaga kepercayaan stakeholder bisnis mereka. Secara keseluruhan, hasil penelitian mengonfirmasi bahwa kedua variabel yaitu *negotiation ability* dan *communication skills* merupakan aset penting yang secara simultan berpengaruh 84,7% terhadap variabel kinerja usaha UMKM. Temuan ini tidak hanya mendukung teori RBV dan *relational view*, tetapi juga memberikan bukti empiris mengenai pentingnya pengembangan kompetensi personal dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dengan dominannya peran komunikasi, penelitian ini menegaskan bahwa interaksi yang efektif merupakan prasyarat utama terjadinya negosiasi yang berhasil. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memperkuat kompetensi komunikasi dan negosiasi sebagai bagian dari strategi peningkatan kinerja usaha secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *communication skills* dan *negotiation ability* berpengaruh positif terhadap kinerja usaha karena keduanya merupakan kompetensi interpersonal yang memperkuat efektivitas hubungan bisnis. Kemampuan negosiasi membantu pelaku UMKM memperoleh kesepakatan yang lebih menguntungkan, mengelola harga secara strategis, serta

membangun kepercayaan dan kolaborasi jangka panjang dengan mitra. Sementara itu, communication skills menjadi faktor yang paling dominan karena komunikasi efektif merupakan dasar dari seluruh proses interaksi bisnis, mulai dari pemasaran, pelayanan pelanggan, hingga negosiasi itu sendiri. Dalam konteks industri kreatif yang sangat bertumpu pada relasi, reputasi, dan kejelasan informasi, pelaku UMKM dengan komunikasi yang baik lebih mampu meyakinkan mitra, memahami kebutuhan pasar, dan menjaga stabilitas hubungan, sehingga secara langsung meningkatkan kinerja usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, *communication skills* dan *negotiation ability* memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha UMKM. Oleh karena itu, pelaku UMKM disarankan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi dan negosiasi melalui pelatihan yang relevan serta penerapan praktik komunikasi yang lebih terstruktur dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Upaya penguatan kompetensi ini perlu didukung oleh program pendampingan dari lembaga terkait agar sesuai dengan kebutuhan industri kreatif. Adapun untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel kontekstual seperti literasi digital, *business networking* atau *customer trust*. Penambahan variabel tersebut dan disertai perluasan cakupan wilayah penelitian, diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan generalis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Akampungira S, Musimenta N. (2024). The Effect of Communication Skills on the Entrepreneurial Performance of Small-Scale Enterprises in Kyengera Town Council. *METROPOLITAN JOURNAL OF BUSINESS & ECONOMICS (MJBE)* ISSN 1813-4238 Vol. 3 Issue 1, January - 2024, Pages: 185-191. <https://doi.org/10.22161/ijebm.9.3.8>
- Baber, W. W. (2022). Confirming The Impact of Training on Negotiators and Organizations. *Negotiation Journal*, 38(1), 111–136. <https://doi.org/10.1111/nejo.12384>.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>.
- Borbély, A., & Caputo, A. (2017). Approaching Negotiation at The Organizational Level. *Negotiation and Conflict Management Research*, 10(4), 306–323. <https://doi.org/10.1111/ncmr.12106>.
- DeVito, J. A. (2019). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Pearson.
- Ekayanthi D, et al. (2024). Communication strategies to strengthen the resilience of micro, small and medium-sized enterprises during the COVID-19 pandemic: A systematic review. *Multidisciplinary Review* Vol. 8, Iss: 5, pp 2025137-2025137. <https://doi.org/10.31893/multirev.2025137>
- Ginting, A. J. B., Rahmadani, D., Sembiring, M. L., Saragih, L. S., Baskoro, D. A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi dan Negosiasi untuk Meningkatkan Kesuksesan Bisnis. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(4), 182-187. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v2i4.3556>
- Gunawan, A. F. (2023). The Impact of Entrepreneurial Characteristic and Competencies on Business Performance in the Creative Industry in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 18(3), 300-317.
- Otto, F. (2016). *Effect of employee communication on employees performance at Ghana Revenue Authority*. Ghana: Kumasi.
- Fernandez-Malpartida, W. M., & Dextre-Beteta, C. F. (2023). Influence of Manager's Age, Education Level and Negotiation Skills on SMEs Performance in Peru. *Journal of Small Business Strategy*, 33(2), 107–122. <https://doi.org/10.53703/001c.88072>.
- Hasanah, N., Utomo, M. N., Hamid, H. (2018). Hubungan Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha: Studi Empiris UMKM di Kota Tarakan. *Management Insight*, 13(2), 27-38. <https://doi.org/10.33369/insight.13.2.27-38>

- Høgevoid, N., Svensson, G., & Otero-Neira, C. (2020). Trust and Commitment as Mediators Between Economic and Non-Economic Satisfaction in Business Relationship: A Sales Perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(11), 1685–1700. <https://doi.org/10.1108/JBIM-03-2019-0118>.
- Jiang, X., Du, J., Zhou, J., Cui, Y. (2020). Impact of Negative Informal Information Before a Change of Performance: A Within Person Approach. *International Journal of Environmental Resrach and Public Health*, 17(2), 670.
- Kuruchumila, M. (2025). The Effect of Business Communication Skills on Business Performance Among SMEs in Tanzania: A Case of Songea Municipality. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM) Vol-9, Issue-3*. <https://dx.doi.org/10.22161/ijeem.9.3>
- Keyton, J. (2011). *Communication and Organizational Culture: A Key to Understanding Work Experiences*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Knapp, M. L., Hall, J. A., & Horgan, T. G. (2014). *Nonverbal Communication in Human Interaction* (8th ed.). Wadsworth.
- Matuku, A. K., Kiilu, B. N., Mathuku, P., Auka, D. O. (2022) Effect of Entrepreneurial Skills on Organizational Performance of Small and Medium Enterprises in Nakuru City-Kenya. *International Journal of Economics and Business Administration*, 10(3). <https://www.ijesac.net/node/633#:~:text=ABSTRACT,entrepreneurial%20skills%20on%20organizational%20performance>.
- Mayer, M., Voeth, M. (2022). Improving Negotiation Success in B2B Sales Organizations: Is Structured Negotiation Management a Success Facto? *Journal of Business Economics*, 92: 163-196. <https://doi.org/10.1007/s11573-021-01053-w>.
- Nyakonu, E. K., Muli, S. (2024). Supplier Communication and Performance of Micro, Small and Medium Enterprises in Nairobi City County, Kenya . *International Journal of Social Science and Humanities Research (IJSSHR)* ISSN 2959-7056 (o); 2959-7048 (p), 2(2), 353–368. <https://doi.org/10.61108/ijsshr.v2i2.122>
- Pai, J., Chou, E. Y., Halevy, N. (2025). The Humor Advantage: Humorous Bragging Benefit Job Candidates and Entrepreneurs. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 51(8), 1330-1344. <https://doi.org/10.1177/01461672231214462>
- Pereira, M. S., Faria, S., Cardoso, A., Cairrão, A. (2023). Personal Leadership and Communication Abilities: Impacts on Organization Performance. *IntechOpen*. <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.1002647>
- Siregar, B., Rustina, E., Normansyah, Elizabeth, R., & Syahputra, M. I. (2023). The Influence of Interpersonal Communication and Work Ethic on Employee Performance with Commitment as A Moderating Variable. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/11061>.
- Suwandi, Saepulloh, N. A. (2025). Pengaruh Komunikasi Bisnis dan Strategi Negosiasi terhadap Peningkatan Penjualan pada UMKM. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 2(1), 1-7. <https://doi.org/10.2324/fjm76c71>
- Stefanidis, D., Nicolaou, N., Shane, S., Conley, M., Pallis, G., Dikaiakos, M. D. (2025). Founder Smiles Increase Investor Trust and Funding. *Scientific Reports*, 15, 1-14. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-12544-z>
- Syamsuri, Urrosyidin, M. S., Lutfiah, A., Kamaluddin, I., Zarkasyi, M. R. (2025). Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Bisnis melalui Pendampingan Negosiasi dan Public Speaking di UM Krecek Kerupuk “Bu Nor”. *GLOBAL ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 28-35. <https://doi.org/10.51577/globalabdimas.v5i1.650>
- Yalap, O., Yılmaz, H., Polatçı, S. (2020). Do Psychological Capital and Communication Skills Affect Entrepreneurial Intention? A Students Studying At a University in Turkey. *Global Journal of Business, Economics and Management: Current Issues*, 10(1), 21-30. <https://doi.org/10.18844/GJBEM.V10I1.4540>