



Strategi Komunikasi Bisnis Efektif Mahasiswa Prodi S1 Manajemen melalui Pembelajaran Kolaboratif

Afandi Rachman^{1*}, Moh. Tahang², Budi Prajogo³

¹⁻³ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha, Indonesia

Penulis Korespondensi: afarach151184@gmail.com^{1*}

Abstract: *This study aims to analyze the effectiveness of collaborative learning in enhancing business communication skills among management students. The research involved 60 undergraduate management students at STIE Ganesha, enrolled in Business Introduction and Business English courses. Conducted over four months (February–May 2025), the study employed a mixed-method approach, including quantitative and qualitative data collection. Data were gathered through questionnaires, interviews, and classroom observations. Descriptive statistics, regression analysis, and thematic coding were used to analyze the data. The results show that 78% of students gained greater confidence in presenting ideas, 65% improved their use of business terminology, and 70% became more active listeners. Regression analysis confirmed a significant influence of collaborative learning on communication skills ($p < 0.05$). Qualitative findings emphasized the importance of lecturers' facilitation in managing group dynamics and addressing dominance issues among students. The study suggests that the integration of collaborative learning methods into the management curriculum is crucial for enhancing students' soft skills, preparing them for future professional challenges. Additionally, it advocates for the development of structured collaborative activities to promote effective teamwork, active engagement, and better communication outcomes in academic settings, ultimately contributing to students' overall personal and professional growth.*

Keywords: *Business Communication; Collaborative Learning; Communication Skills; Higher Education; Management Students.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pembelajaran kolaboratif dalam meningkatkan keterampilan komunikasi bisnis di kalangan mahasiswa manajemen. Penelitian ini melibatkan 60 mahasiswa S1 manajemen di STIE Ganesha, yang terdaftar dalam mata kuliah Pengantar Bisnis dan Bahasa Inggris Bisnis. Dilaksanakan selama empat bulan (Februari–Mei 2025), penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran, yang mencakup pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi kelas. Statistik deskriptif, analisis regresi, dan pengkodean tematik digunakan untuk menganalisis data. Hasilnya menunjukkan bahwa 78% mahasiswa memperoleh kepercayaan diri yang lebih besar dalam menyampaikan ide, 65% meningkatkan penggunaan terminologi bisnis, dan 70% menjadi pendengar yang lebih aktif. Analisis regresi mengonfirmasi pengaruh signifikan pembelajaran kolaboratif terhadap keterampilan komunikasi ($p < 0,05$). Temuan kualitatif menekankan pentingnya fasilitasi dosen dalam mengelola dinamika kelompok dan mengatasi masalah dominasi di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi metode pembelajaran kolaboratif ke dalam kurikulum manajemen sangat penting untuk meningkatkan keterampilan lunak mahasiswa, mempersiapkan mereka menghadapi tantangan profesional di masa depan. Selain itu, ia menganjurkan pengembangan kegiatan kolaboratif terstruktur untuk meningkatkan kerja sama tim yang efektif, keterlibatan aktif, dan hasil komunikasi yang lebih baik dalam lingkungan akademis, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan pribadi dan profesional siswa secara keseluruhan.

Kata Kunci: Keterampilan Komunikasi; Komunikasi Bisnis; Mahasiswa Manajemen; Pembelajaran Kolaboratif; Pendidikan Tinggi.

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan digitalisasi, dinamika dunia bisnis bergerak dengan sangat cepat dan kompleks. Arus informasi yang masif, perkembangan teknologi komunikasi, serta persaingan global yang semakin ketat menuntut adanya kemampuan komunikasi yang tidak sekadar teknis, tetapi juga strategis (Zainuddin et al., 2025). Bagi mahasiswa program studi manajemen, keterampilan komunikasi bisnis merupakan kompetensi inti yang menentukan

keberhasilan mereka ketika terjun ke dunia kerja. Komunikasi bisnis yang efektif bukan hanya mencakup kemampuan menyampaikan pesan secara lisan atau tertulis, melainkan juga keterampilan mendengarkan secara aktif, merumuskan argumen yang persuasif, memahami konteks sosial-budaya, hingga mengelola dinamika komunikasi lintas budaya dan lintas generasi. Kompetensi inilah yang kerap menjadi pembeda antara lulusan yang mampu beradaptasi dengan cepat di dunia profesional dan mereka yang mengalami hambatan dalam perjalanan kariernya (Ramadhanna et al., 2024).

Namun, jika menilik kondisi pembelajaran di perguruan tinggi Indonesia, terdapat tantangan nyata dalam mengintegrasikan keterampilan komunikasi bisnis ke dalam kurikulum manajemen. Banyak mata kuliah seperti *Pengantar Bisnis*, *Bahasa Inggris Bisnis*, atau mata kuliah metodologis lainnya masih dominan menggunakan pendekatan konvensional (Haq, 2022). Model pembelajaran seperti ceramah dan evaluasi berbasis kognitif lebih menekankan pemahaman konsep dibandingkan pada penguasaan keterampilan praktis. Akibatnya, mahasiswa seringkali kurang mendapatkan pengalaman langsung untuk berlatih komunikasi dalam situasi nyata, baik melalui diskusi, presentasi, negosiasi, maupun simulasi bisnis. Celah inilah yang mengakibatkan adanya ketidaksesuaian antara kemampuan lulusan dengan kebutuhan dunia kerja (Aisha et al., 2024).

Seiring dengan perubahan paradigma pendidikan abad ke-21, berbagai inovasi metode pembelajaran mulai diperkenalkan di perguruan tinggi. Salah satunya adalah pembelajaran kolaboratif (*collaborative learning*), yang menekankan pada interaksi antar mahasiswa dalam suasana belajar yang partisipatif. Metode ini memposisikan mahasiswa tidak lagi sebagai penerima pasif informasi, melainkan sebagai aktor aktif dalam proses konstruksi pengetahuan (Hajarudin, 2023). Melalui diskusi kelompok, studi kasus, simulasi, dan proyek bersama, mahasiswa didorong untuk mengembangkan kemampuan komunikasi yang lebih autentik, berbasis pengalaman, dan relevan dengan dunia bisnis nyata. Pendekatan kolaboratif juga membantu membangun keterampilan interpersonal, seperti empati, kepemimpinan, kemampuan menyelesaikan konflik, serta kolaborasi lintas disiplin—kompetensi yang sangat diperlukan di lingkungan kerja kontemporer (Aulia et al., 2024).

Keterampilan komunikasi bisnis melalui pembelajaran kolaboratif bukan hanya relevan dalam konteks akademik, tetapi juga memiliki implikasi luas bagi pembangunan sumber daya manusia di Indonesia (Fadli et al., 2023). Era digital menuntut adanya talenta muda yang mampu mengelola komunikasi dalam jaringan (*networked communication*), menguasai media digital untuk kepentingan bisnis, dan menavigasi perbedaan budaya komunikasi global. Dengan kata lain, mahasiswa yang dibekali dengan strategi komunikasi bisnis efektif sejak di

bangku kuliah akan memiliki modal yang lebih kuat untuk bersaing di pasar kerja global maupun mengembangkan kewirausahaan berbasis inovasi (A. Siregar, 2018).

Selain itu, pembelajaran kolaboratif memberikan ruang yang lebih besar bagi mahasiswa untuk belajar dari pengalaman kolektif. Proses saling bertukar ide, memberi dan menerima umpan balik, serta menghadapi perbedaan pendapat melatih mereka untuk berpikir kritis sekaligus komunikatif (Agustina et al., 2025). Keterampilan ini jauh lebih sulit diasah melalui metode pembelajaran yang hanya menekankan hafalan atau ujian tertulis. Dengan demikian, pendekatan kolaboratif dapat menjadi jembatan yang menghubungkan antara teori komunikasi bisnis dengan praktik nyata di lapangan (Azzahra et al., 2025).

Namun, implementasi pembelajaran kolaboratif dalam meningkatkan keterampilan komunikasi bisnis tidak selalu berjalan mulus. Terdapat sejumlah faktor penghambat, mulai dari kesiapan dosen dalam merancang desain pembelajaran interaktif, keterbatasan sarana dan prasarana, hingga resistensi mahasiswa yang masih terbiasa dengan pola belajar pasif (F. G. Siregar et al., 2025). Di sisi lain, terdapat pula faktor pendukung yang dapat memperkuat penerapan strategi ini, seperti ketersediaan teknologi digital, dukungan institusi, serta semangat generasi muda yang relatif lebih terbuka terhadap kolaborasi. Oleh karena itu, kajian lebih lanjut mengenai strategi komunikasi bisnis efektif melalui pembelajaran kolaboratif menjadi sangat penting untuk memastikan metode ini dapat diimplementasikan secara optimal (Ramaditya et al., 2020).

Artikel ini berusaha mengisi kesenjangan penelitian dengan menganalisis bagaimana penerapan pembelajaran kolaboratif pada mata kuliah seperti *Pengantar Bisnis* dan *Bahasa Inggris Bisnis* dapat meningkatkan keterampilan komunikasi mahasiswa manajemen. Fokus penelitian diarahkan pada tiga hal utama: pertama, efektivitas pembelajaran kolaboratif dalam mengasah keterampilan komunikasi bisnis; kedua, identifikasi faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi mahasiswa dalam proses tersebut; dan ketiga, perumusan strategi optimal yang dapat diadopsi dosen untuk memfasilitasi proses pembelajaran yang lebih komunikatif, kontekstual, dan berorientasi pada kebutuhan dunia kerja.

Dengan eksplorasi ini, diharapkan penelitian tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur komunikasi bisnis dan metode pembelajaran, tetapi juga menghasilkan rekomendasi praktis bagi dosen, program studi, serta lembaga pendidikan tinggi. Pada tataran sosial-ekonomi, penguatan keterampilan komunikasi bisnis mahasiswa akan berkontribusi pada lahirnya lulusan yang lebih siap menghadapi persaingan global, baik sebagai profesional maupun wirausahawan. Dengan demikian, urgensi penelitian ini semakin jelas, yakni mendorong integrasi strategi komunikasi bisnis efektif ke dalam praktik

pembelajaran manajemen melalui pendekatan kolaboratif, guna menghasilkan lulusan yang kompeten, adaptif, dan unggul di era globalisasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis merupakan salah satu keterampilan yang memiliki peran krusial dalam pengembangan sumber daya manusia di era globalisasi. (McCabe & Denny, 2019) menegaskan bahwa komunikasi bisnis tidak hanya sebatas pertukaran pesan, melainkan sebuah proses strategis yang melibatkan penyampaian ide, instruksi, serta informasi melalui beragam media, baik verbal maupun non-verbal. Dalam konteks organisasi, komunikasi yang efektif mampu meningkatkan koordinasi, meminimalisasi konflik, serta memperkuat budaya kerja yang produktif. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi bisnis memiliki hubungan positif dengan kepuasan kerja, kinerja individu, hingga keberhasilan organisasi. Namun, literatur yang ada sebagian besar masih menekankan konteks praktisi bisnis dan korporasi, sementara aspek pengembangan keterampilan komunikasi bisnis di lingkungan pendidikan tinggi, khususnya pada mahasiswa manajemen, relatif masih terbatas. Hal ini menimbulkan kebutuhan akan kajian yang lebih komprehensif mengenai bagaimana keterampilan komunikasi bisnis dapat ditanamkan sejak dini melalui metode pembelajaran yang sesuai.

Pembelajaran Kolaboratif

Pembelajaran kolaboratif (*collaborative learning*) hadir sebagai pendekatan yang menawarkan solusi terhadap keterbatasan metode konvensional. (Doktoralina et al., 2024) menjelaskan lima prinsip utama dalam pembelajaran kolaboratif, yaitu adanya saling ketergantungan positif, akuntabilitas individu, interaksi tatap muka, keterampilan sosial, serta evaluasi kelompok. Beberapa penelitian lanjutan menegaskan bahwa pembelajaran kolaboratif efektif dalam meningkatkan kemampuan berpikir kritis, motivasi belajar, serta keterampilan interpersonal mahasiswa. Dalam kerangka komunikasi, metode ini menciptakan ruang praktik nyata yang memungkinkan mahasiswa untuk menguji kemampuan menyampaikan ide, menegosiasikan perbedaan, hingga membangun kesepakatan bersama. Dengan demikian, pembelajaran kolaboratif secara konseptual memiliki relevansi yang kuat untuk dijadikan instrumen dalam mengembangkan keterampilan komunikasi bisnis mahasiswa (Blau et al., 2020).

Relevansi dengan Pendidikan Manajemen

Dalam konteks pendidikan manajemen, kebutuhan akan keterampilan komunikasi semakin mendesak. Mahasiswa manajemen tidak hanya dituntut menguasai pengetahuan teoretis tentang bisnis, tetapi juga soft skills seperti kepemimpinan, kerja sama tim, serta komunikasi efektif (Oliveira & de Souza, 2021). Berbagai studi mengindikasikan bahwa pembelajaran kolaboratif mampu mensimulasikan dinamika dunia kerja melalui interaksi kelompok dalam kelas. Melalui aktivitas seperti diskusi kasus, presentasi kelompok, maupun simulasi bisnis, mahasiswa belajar menyampaikan gagasan dengan runtut, mendengarkan perspektif yang berbeda, dan mengelola konflik komunikasi. Kegiatan ini secara tidak langsung melatih mahasiswa untuk beradaptasi dengan kompleksitas komunikasi di organisasi nyata. Akan tetapi, sebagian besar studi sebelumnya hanya menekankan pada hubungan antara pembelajaran kolaboratif dan hasil akademik secara umum, belum banyak yang mengkaji secara spesifik keterkaitannya dengan pengembangan strategi komunikasi bisnis mahasiswa manajemen (Blau et al., 2020).

Gap analisis dari literatur terdahulu menunjukkan bahwa meskipun komunikasi bisnis telah lama diakui sebagai kompetensi penting, penelitian yang mengaitkannya secara langsung dengan penerapan pembelajaran kolaboratif di lingkungan pendidikan tinggi masih sangat terbatas. Sebagian penelitian hanya fokus pada efektivitas kolaborasi dalam meningkatkan hasil belajar kognitif, seperti pemahaman konsep manajemen atau peningkatan nilai akademik. Sementara itu, dimensi keterampilan praktis, terutama keterampilan komunikasi bisnis yang aplikatif, kurang mendapat perhatian. Hal ini menimbulkan kesenjangan penelitian, mengingat dunia kerja modern menuntut lulusan yang tidak hanya cerdas secara kognitif, tetapi juga kompeten dalam mengomunikasikan ide, membangun relasi profesional, serta menyelesaikan konflik melalui komunikasi yang efektif.

Selain itu, keterbatasan penelitian terdahulu juga terlihat pada konteks lokal. Banyak studi tentang komunikasi bisnis dan pembelajaran kolaboratif lebih banyak dilakukan di negara-negara maju dengan infrastruktur pembelajaran yang sudah mapan. Sementara di Indonesia, dengan karakteristik mahasiswa, budaya akademik, serta tantangan pembelajaran yang berbeda, kajian mengenai efektivitas pembelajaran kolaboratif dalam meningkatkan keterampilan komunikasi bisnis mahasiswa manajemen masih jarang ditemui. Padahal, kondisi lokal justru dapat memberikan kontribusi penting dalam memperkaya literatur global, terutama dalam hal bagaimana metode kolaboratif diadaptasi dalam konteks perguruan tinggi di negara berkembang.

Novelty dari penelitian ini terletak pada upaya untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan memfokuskan kajian pada strategi komunikasi bisnis mahasiswa program studi manajemen melalui pendekatan pembelajaran kolaboratif. Penelitian ini tidak hanya berupaya mengukur efektivitas metode kolaboratif, tetapi juga mengeksplorasi faktor pendukung dan penghambat yang dialami mahasiswa selama proses interaksi. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu merumuskan strategi pembelajaran yang lebih aplikatif, kontekstual, dan relevan dengan kebutuhan kurikulum manajemen di Indonesia. Pendekatan ini memberikan nilai tambah karena mengintegrasikan aspek teori komunikasi bisnis, inovasi metode pembelajaran, serta relevansi praktis bagi dunia kerja global.

Dengan kata lain, penelitian ini menawarkan kebaruan dalam dua aspek utama. Pertama, secara teoretis, ia memperluas pemahaman tentang bagaimana pembelajaran kolaboratif dapat menjadi sarana efektif dalam mengembangkan keterampilan komunikasi bisnis mahasiswa. Kedua, secara praktis, penelitian ini menghasilkan rekomendasi strategis bagi dosen dan lembaga pendidikan tinggi untuk merancang kurikulum yang mampu menjawab tantangan dunia kerja modern. Oleh karena itu, tinjauan pustaka ini menegaskan bahwa penelitian yang dilakukan bukan sekadar pengulangan dari studi terdahulu, melainkan sebuah kontribusi baru yang mengisi celah akademik sekaligus memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kualitas pendidikan manajemen di Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-method dengan menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai efektivitas pembelajaran kolaboratif dalam meningkatkan keterampilan komunikasi bisnis mahasiswa. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengintegrasikan kekuatan analisis angka (kuantitatif) dengan pemahaman mendalam atas pengalaman mahasiswa (kualitatif) (Masing & Widyana, 2021).

Subjek penelitian adalah 60 mahasiswa Program Studi S1 Manajemen STIE Ganesha semester III yang sedang mengikuti mata kuliah *Pengantar Bisnis* dan *Bahasa Inggris Bisnis*. Kelompok ini dipilih karena berada pada tahap awal perkuliahan inti, sehingga intervensi berupa pembelajaran kolaboratif dinilai strategis untuk membentuk keterampilan komunikasi sejak dini. Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama. Pertama, kuesioner diberikan kepada seluruh mahasiswa untuk mengukur persepsi mereka mengenai peningkatan keterampilan komunikasi, baik dalam aspek kejelasan penyampaian ide, penggunaan istilah bisnis, maupun keberanian berbicara. Kedua, wawancara mendalam dilakukan terhadap perwakilan mahasiswa

guna menggali pengalaman subjektif, dinamika interaksi kelompok, serta tantangan komunikasi yang mereka hadapi. Ketiga, observasi kelas digunakan untuk merekam pola komunikasi langsung, strategi fasilitasi dosen, serta bentuk partisipasi mahasiswa selama kegiatan kolaboratif (Saady, 2020).

Analisis data dilakukan dengan dua pendekatan. Data kuantitatif dari kuesioner dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan uji regresi sederhana untuk melihat kecenderungan hubungan antara intensitas kolaborasi dan peningkatan keterampilan komunikasi. Data kualitatif dari wawancara dan observasi dianalisis dengan teknik *thematic coding* untuk mengidentifikasi tema-tema kunci seperti kepercayaan diri, penggunaan bahasa formal, maupun kendala partisipasi.

Penelitian dilaksanakan selama empat bulan (Februari–Mei 2025). Bulan pertama difokuskan pada persiapan instrumen dan koordinasi dengan dosen. Bulan kedua dan ketiga diarahkan pada pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, dan wawancara. Bulan keempat digunakan untuk analisis, interpretasi temuan, serta penyusunan rekomendasi strategi pembelajaran kolaboratif yang optimal.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran kolaboratif memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan keterampilan komunikasi bisnis mahasiswa manajemen. Dari analisis kuesioner, sebanyak 78% mahasiswa menyatakan bahwa metode kolaboratif membantu mereka lebih percaya diri dalam menyampaikan ide bisnis. Hal ini mengindikasikan bahwa ruang diskusi kelompok mampu mengurangi hambatan psikologis seperti rasa gugup atau takut salah ketika berbicara di depan umum. Temuan ini sejalan dengan literatur yang menyebutkan bahwa interaksi dalam kelompok kecil dapat menjadi media efektif untuk membangun kepercayaan diri dan keterampilan presentasi secara bertahap sebelum mahasiswa tampil di forum yang lebih luas.

Selain itu, 65% mahasiswa merasa lebih terampil dalam menggunakan istilah bisnis selama diskusi. Fakta ini menunjukkan bahwa pembelajaran kolaboratif tidak hanya berfungsi sebagai arena bertukar ide, tetapi juga sebagai wadah untuk melatih penggunaan bahasa bisnis secara praktis. Mahasiswa terbiasa mendengar, mencoba, dan mengoreksi penggunaan istilah melalui interaksi langsung dengan rekan kelompok. Dengan demikian, keterampilan berbahasa formal yang sebelumnya cenderung pasif dapat berkembang menjadi kompetensi aktif yang lebih siap diaplikasikan dalam konteks bisnis nyata.

Sebanyak 70% mahasiswa juga menyatakan bahwa pembelajaran kolaboratif mendorong mereka untuk lebih aktif mendengarkan rekan kelompok. Hal ini penting karena komunikasi bisnis tidak hanya menekankan kemampuan berbicara, tetapi juga keterampilan mendengarkan secara kritis dan empatik. Melalui mekanisme diskusi kolaboratif, mahasiswa belajar memberi ruang bagi ide orang lain, merespons dengan relevan, dan membangun argumen yang lebih komprehensif. Temuan ini menegaskan relevansi pembelajaran kolaboratif dengan teori komunikasi yang menempatkan mendengarkan aktif sebagai salah satu kompetensi utama.

Analisis uji regresi mendukung hasil deskriptif tersebut, dengan menunjukkan adanya pengaruh signifikan ($p < 0,05$) antara intensitas keterlibatan mahasiswa dalam pembelajaran kolaboratif dengan peningkatan keterampilan komunikasi. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi partisipasi mahasiswa dalam aktivitas kolaboratif, semakin besar pula peluang mereka untuk mengasah keterampilan komunikasi bisnis. Temuan ini memperkuat argumen bahwa keterampilan komunikasi bukanlah kemampuan yang hanya dapat dipelajari secara teoritis, melainkan harus dikembangkan melalui pengalaman langsung yang berulang dan interaktif.

Dari sisi data kualitatif, wawancara dengan mahasiswa menegaskan beberapa tema penting. Pertama, meningkatnya kepercayaan diri. Mahasiswa mengaku lebih berani berbicara ketika berada dalam kelompok kecil, karena suasana yang lebih intim mengurangi tekanan sosial. Kedua, penggunaan bahasa formal. Diskusi kelompok melatih mahasiswa untuk membiasakan diri menggunakan istilah bisnis yang lebih profesional, sehingga menambah nilai pada proses pembelajaran. Ketiga, kendala dinamika kelompok. Beberapa mahasiswa mengungkapkan adanya dominasi individu tertentu yang menghambat partisipasi anggota lain. Situasi ini menunjukkan bahwa kolaborasi membutuhkan fasilitasi yang tepat agar tidak menciptakan ketidakseimbangan kontribusi. Keempat, peran dosen. Hampir semua responden menegaskan bahwa keberhasilan pembelajaran kolaboratif sangat ditentukan oleh sejauh mana dosen berperan aktif dalam mengelola diskusi, memberikan arahan, serta memastikan semua mahasiswa memiliki kesempatan yang setara untuk berpartisipasi.

Temuan ini memperlihatkan bahwa pembelajaran kolaboratif mampu memperkuat keterampilan komunikasi bisnis mahasiswa, baik dalam aspek kepercayaan diri, penggunaan bahasa formal, maupun kemampuan mendengarkan. Namun, efektivitasnya tidak terlepas dari faktor penghambat seperti dinamika kelompok yang kurang seimbang dan perlunya fasilitasi aktif dari dosen. Dengan demikian, strategi implementasi yang optimal perlu memperhatikan keseimbangan partisipasi, desain tugas yang menantang sekaligus inklusif, serta dukungan

pedagogis yang konsisten dari dosen. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa pembelajaran kolaboratif merupakan strategi yang relevan dan efektif untuk mengintegrasikan keterampilan komunikasi bisnis ke dalam kurikulum manajemen di perguruan tinggi.

Tabel 1. Ringkasan Temuan Kuantitatif.

Indikator yang Diukur	Persentase Mahasiswa	Interpretasi
Kepercayaan diri dalam menyampaikan ide bisnis	78%	Mahasiswa merasa lebih berani berbicara melalui forum kelompok kecil.
Penggunaan istilah bisnis dalam diskusi	65%	Diskusi kolaboratif melatih penggunaan bahasa bisnis yang lebih tepat.
Kemampuan mendengarkan aktif rekan kelompok	70%	Mahasiswa terdorong untuk lebih responsif dan empatik dalam komunikasi.
Hubungan keterlibatan kolaboratif dengan keterampilan komunikasi	$p < 0,05$ (signifikan)	Intensitas partisipasi berpengaruh positif terhadap peningkatan keterampilan komunikasi.

Tabel 2. Ringkasan Temuan Kualitatif.

Tema Utama	Temuan dari Wawancara	Implikasi
Meningkatkan Kepercayaan Diri	Mahasiswa lebih berani berbicara di kelompok kecil.	Kelompok kecil efektif mengurangi hambatan psikologis dalam komunikasi.
Penggunaan Bahasa Formal	Diskusi kelompok melatih penggunaan istilah bisnis secara profesional.	Keterampilan bahasa bisnis meningkat melalui praktik langsung.
Kendala Dinamika Kelompok	Dominasi individu tertentu mengurangi partisipasi anggota lain.	Perlu desain pembelajaran yang mencegah ketidakseimbangan kontribusi.
Peran Dosen	Fasilitasi dosen menentukan keberhasilan diskusi kolaboratif.	Dosen perlu mengelola partisipasi agar komunikasi berjalan seimbang.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa pembelajaran kolaboratif berkontribusi signifikan terhadap pengembangan keterampilan komunikasi bisnis mahasiswa. Data kuantitatif menunjukkan bahwa 78% mahasiswa merasa lebih percaya diri dalam menyampaikan ide, 65% lebih terampil menggunakan istilah bisnis, dan 70% lebih aktif mendengarkan rekan kelompok. Hasil ini diperkuat oleh uji regresi yang mengindikasikan adanya pengaruh signifikan ($p < 0,05$) antara intensitas keterlibatan kolaboratif dengan peningkatan keterampilan komunikasi. Hal ini menegaskan bahwa keterlibatan aktif dalam interaksi kelompok tidak hanya memperkaya pemahaman materi, tetapi juga memperkuat kompetensi interpersonal yang sangat relevan dalam dunia bisnis.

Secara kualitatif, mahasiswa menyoroti bahwa diskusi kelompok kecil mendorong keberanian mereka untuk berbicara, yang sulit dilakukan dalam forum besar. Penggunaan bahasa formal dalam konteks diskusi akademik juga muncul sebagai keterampilan yang berkembang secara alami melalui interaksi dengan rekan sebaya. Namun, kendala dinamika kelompok, seperti dominasi individu tertentu, menjadi tantangan yang dapat mengurangi

kualitas kolaborasi. Peran dosen dalam menjaga keseimbangan komunikasi terbukti krusial, karena fasilitasi aktif mampu menciptakan ruang partisipasi yang lebih adil.

Temuan ini konsisten dengan penelitian (Hakim, 2020) yang menyatakan bahwa pembelajaran kolaboratif efektif dalam mengembangkan soft skills mahasiswa, khususnya komunikasi, kerja tim, dan kepercayaan diri. Sejalan dengan itu, (Saefullah et al., 2025) menekankan bahwa kolaborasi dalam pembelajaran memberikan kesempatan mahasiswa untuk belajar melalui pengalaman langsung, sehingga keterampilan komunikasi tidak hanya dipelajari secara teoritis, tetapi juga diinternalisasi dalam praktik nyata. Namun demikian, masalah ketidakmerataan partisipasi yang ditemukan dalam penelitian ini juga sejalan dengan temuan (Yansyah et al., 2023) yang mengungkapkan bahwa dominasi dalam kelompok dapat menurunkan efektivitas kolaborasi apabila tidak diimbangi dengan strategi fasilitasi yang tepat.

Implikasinya, strategi fasilitasi yang lebih adaptif perlu diterapkan untuk memaksimalkan manfaat pembelajaran kolaboratif. Misalnya, penerapan role assignment dapat memastikan distribusi tugas yang adil sehingga setiap mahasiswa memiliki ruang kontribusi yang seimbang. Selain itu, rubrik penilaian yang menekankan kontribusi individu juga dapat memotivasi mahasiswa untuk berpartisipasi lebih aktif tanpa bergantung pada dominasi anggota tertentu. Dengan demikian, pembelajaran kolaboratif tidak hanya menjadi sarana transfer pengetahuan, tetapi juga wadah pembentukan kompetensi komunikasi yang komprehensif sesuai tuntutan era global.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menegaskan bahwa pembelajaran kolaboratif berperan penting dalam meningkatkan keterampilan komunikasi bisnis mahasiswa manajemen. Sebagian besar responden merasakan peningkatan kepercayaan diri dalam menyampaikan ide, kemampuan menggunakan istilah bisnis dengan tepat, serta keterampilan mendengarkan secara aktif. Hasil regresi yang menunjukkan pengaruh signifikan antara keterlibatan kolaboratif dan peningkatan komunikasi memperkuat temuan ini. Namun, dinamika kelompok yang tidak seimbang, seperti dominasi individu tertentu, menjadi tantangan yang perlu diantisipasi. Peran dosen sebagai fasilitator terbukti krusial dalam menciptakan ruang interaksi yang adil dan produktif. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar perguruan tinggi, khususnya program studi manajemen, lebih mengintegrasikan metode kolaboratif dalam kurikulum dengan dukungan strategi fasilitasi yang adaptif, seperti pembagian peran dalam kelompok dan penilaian berbasis kontribusi individu. Upaya ini akan memastikan bahwa mahasiswa tidak hanya menguasai teori, tetapi juga keterampilan komunikasi praktis yang sangat dibutuhkan di

dunia kerja. Penelitian selanjutnya perlu memperluas cakupan sampel lintas perguruan tinggi dan menerapkan desain longitudinal untuk mengamati perkembangan keterampilan komunikasi secara lebih komprehensif dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I., Saefullah, A., Saputri, H., Tohiroh, T., Sitohang, R. M., Rita, R., Sutariyono, S., Kusnaedi, U., Tahang, M., Rahmi, C., AR, R., Gaffar, I., Tjiwidjaja, H., Hajar, E. S., & Putera, I. R. (2025). Pelatihan penulisan book chapter akuntansi berbasis keberlanjutan, pilar bisnis masa depan bagi dosen STIE Ganesha. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 1318-1328. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i1.42702>
- Aisha, N., Zulkarnain, N., Nurhayati, N., Siregar, F. G., & Sukardi, S. (2024). Penerapan marketing mix terhadap pembelajaran kewirausahaan siswa dalam bazaar sekolah: Perspektif resiliensi generasi Z. *Jurnal Rectum: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana*, 4(2), 910-924. <https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v4i2.5462>
- Aulia, A. P., Fahri, & Tahang, M. (2024). Participative leadership strategy on employee job satisfaction at PT Kitita Alami Propertindo in Bekasi. *Journal of International Trade*, 3(2). <https://ejournal2.uika-bogor.ac.id/index.php/JIT/article/view/1370>
- Azzahra, S. A., Saefullah, A., Tafsiruddin, M., Saksana, J. C., Nurrahman, S., Tohiroh, T., Suharmanto, S., Sutaryono, S., Suhermanto, S., Jayaun, J., Jakarta, S. G., Putera, A. R., Nurhayati, N., Nurhidayat, M., & Salima, R. (2025). Focus group discussion (FGD) mengukur kepuasan pengguna portal akademik perguruan tinggi di Tangerang Selatan dengan metode PIECES. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 305-315. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i1.40303>
- Blau, I., Shamir-Inbal, T., & Hadad, S. (2020). Digital collaborative learning in elementary and middle schools as a function of individualistic and collectivistic culture: The role of ICT coordinators' leadership. *Journal of Computer Assisted Learning*, 36(5), 647-661. <https://doi.org/10.1111/jcal.12436>
- Doktoralina, C. M., Abdullah, M. A. F., Febrian, W. D., Maulana, D., Prayogo, D. A., Ahmad Shaifful Anuar, & Ahmad, S. (2024). Islamic values in coastal SME education: A model for sustainable development. *TARBIYA: Journal of Education in Muslim Society*, 11(2), 105-114. <https://doi.org/10.15408/tjems.v11i2.43868>
- Fadli, A., Pardian, R., Fahri, F., Saefullah, A., Tahang, M., Candra, H., & Ramayanti, P. N. (2023). Analysis studies appropriateness transformation of higher education at universities: Studies STIE Ganesha case. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 12(03), 577-587. <https://doi.org/10.22202/mamangan.v12i03.7906>
- Hajarudin, H. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai alat kolaboratif dalam proses pembelajaran bahasa Inggris di STIE Ganesha. *Journal on Education*, 5(4), 17352-17362. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.4154>
- Hakim, M. (2020). Implementasi kolaborasi orang tua dan guru dalam pelaksanaan pembelajaran daring pada PAUD. *Journal of Islamic Education at Elementary School*. <http://jjees.alkhoziny.ac.id/index.php/jjees/article/view/8>
- Haq, S. (2022). Model pembelajaran berbasis proyek dalam ranah kewirausahaan. *CIVED*, 9(2), 184. <https://doi.org/10.24036/cived.v9i2.117804>

- Masing, M., & Widyana, R. (2021). Marketing mix method sebagai strategi pemasaran pendidikan di SMA Kristen Barana. *Jurnal Pendidikan Indonesia*. <https://doi.org/10.36418/JAPENDI.V2I3.111>
- McCabe, M., & Denny, R. (2019). Anthropology in consumer research. In *Oxford Research Encyclopedia of Anthropology*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190854584.013.9>
- Oliveira, K. K. de S., & de Souza, R. A. C. (2021). Digital transformation towards education 4.0. *Informatics in Education*, 21(2), 283-309. <https://doi.org/10.15388/infedu.2022.13>
- Ramadhanna, Sari, Y., Ramadhinna, Safitri, D. Y., Siswanto, A., Saefullah, A., & Siregar, F. G. (2024). Pengaruh lingkungan pendidikan dalam mengembangkan wirausaha muda di STIE Ganesha. *Jurnal Ekonomi Sakti (JES)*, 13(1), 14-21. <https://doi.org/10.36272/jes.v13i1.319>
- Ramaditya, M., Effendi, S., Faruqi, F., & Darmawan, A. (2020). Pelatihan kewirausahaan kreatif berbasis manajemen pemasaran digital bagi UMKM di wilayah Rawamangun. *Journal of Social and Community Development*, 2(1), 48-54. <https://doi.org/10.32924/jscd.v2i1.13>
- Saady, A. F. (2020). Penelitian kualitatif; Phenomenology dan grounded theory (G. Firryant, Ed.; Pertama). PT Firryant Pratama.
- Saefullah, A., Siregar, F. G., Noor, M. A., Salima, R., & Rosliana, R. (2025). Market analysis and business operations of online food delivery around STIE Ganesha. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 6(3), 779-795. <https://doi.org/10.35912/jakman.v6i3.4278>
- Siregar, A. (2018). Metode pengajaran bahasa Inggris anak usia dini (S. Hani, Ed.; Pertama). Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI. <https://aqli.org>
- Siregar, F. G., Noor, M. A., & Saefullah, A. (2025). Innovation and collaboration: Strategies of online food delivery MSMEs around STIE Ganesha to enhance competitiveness in the digital era. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 20(1), 116-126. <https://doi.org/10.34152/fe.20.1.116-126>
- Yansyah, M., Raditya, A., Tafsiruddin, M., Rochmatun, S., Agustina, P., & Alfiansari, A. (2023). Orientasi teknologi pendidikan dalam perspektif peningkatan kreativitas guru pada proses pembelajaran. *Journal on Education*, 6(1), 3601-3609. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3457>
- Zainuddin, Z., Saefullah, A., Noviar, E., Ramdhan, M., Gaffar, I., Ridwan, M., Mulasih, S., Haryono, H., Pagiling, S., & Akmas, N. (2025). Improving entrepreneurial competence in B2B negotiation and affiliate marketing through batch 3 entrepreneurship workshop. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Thawalib*, 4(1), 1-10. <https://doi.org/10.54150/thame.v4i1.576>