

## **MENINGKATKAN KEMAMPUAN TEKNIK PENJUALAN PADA UKM**

**Arifin Djakasaputra<sup>1\*</sup>, Elizabeth Christinio<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta  
E-mail: <sup>1)</sup> [arifind@fe.untar.ac.id](mailto:arifind@fe.untar.ac.id)

### **Abstract**

*In a competitive business era, sales skills are crucial for every salesperson to face market competition. This article discusses the importance of an in-depth understanding of the goods or services sold by the company as well as expertise in applying effective sales techniques. The main focus is on the role of the salesperson in optimizing the sales of services and goods. This research was conducted with the aim of helping business owners, particularly in the culinary industry in Jambi, to improve their understanding and skills in sales techniques. The method used involved training and socialization to business partners, covering in-depth introduction to product offering techniques, handling buyer rejection, and coping strategies. The results of the research activities showed that the training provided significantly improved the partners' sales technique skills. Business partners were able to optimize their skills in selling products to end consumers. In addition, the partners' active participation in the training process was reflected in the two-way discussion between the research team and business partners. The enthusiasm shown by the partners in receiving the training materials confirmed the success of the activities in having a positive impact on the partners' sales skills. This research provides an important contribution for business owners, especially in the culinary sector, in improving the efficiency and effectiveness of sales techniques.*

**Keywords:** Techniques, Sales, Stages, SMEs, Training

### **Abstrak**

Dalam era bisnis yang kompetitif, kemampuan penjualan menjadi faktor krusial bagi setiap penjual dalam menghadapi persaingan pasar. Artikel ini membahas pentingnya pemahaman mendalam terhadap produk barang atau jasa yang dijual oleh perusahaan serta keahlian dalam menerapkan teknik penjualan yang efektif. Fokus utama adalah pada peran penjual dalam mengoptimalkan penjualan produk jasa dan barang. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan membantu pemilik usaha, khususnya dalam industri kuliner di Jambi, untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknik penjualan. Metode yang digunakan melibatkan pelatihan dan sosialisasi kepada mitra usaha, dengan mencakup pengenalan mendalam terhadap teknik menawarkan produk, penanganan penolakan pembeli, dan strategi mengatasi penolakan tersebut. Hasil kegiatan penelitian menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan kemampuan teknik penjualan mitra secara signifikan. Mitra usaha mampu mengoptimalkan keterampilan mereka dalam melakukan penjualan produk kepada konsumen akhir. Selain itu, partisipasi aktif mitra dalam proses pelatihan tercermin dari adanya diskusi dua arah antara tim peneliti dan mitra usaha. Antusiasme yang ditunjukkan oleh mitra dalam menerima materi pelatihan menegaskan keberhasilan kegiatan dalam memberikan dampak positif pada kemampuan penjualan mitra. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pemilik usaha, terutama di sektor kuliner, dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas teknik penjualan.

**Kata kunci:** Teknik, Penjualan, Tahapan, UKM, Pelatihan

## 1. PENDAHULUAN

Penjualan merupakan suatu unsur penting dalam suatu perusahaan atau badan usaha yang bergerak dalam berbagai bidang baik industri maupun jasa, karena melalui penjualan perusahaan berharap mendapat keuntungan. Basu Swastha dalam (Sasangka, 2018) dan Rusmayadi (2018), menjelaskan bahwa penjualan adalah proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Penjualan karena itu juga dapat diartikan sebagai upaya orang untuk mengirimkan barang kepada mereka yang membutuhkannya dengan harga yang disepakati bersama dengan imbalan uang. Suatu perusahaan yang sudah memulai bergerak dibidang produk dan jasa harus selalu siap dengan segala resiko-resiko yang dilewati. Penjualan juga harus melayani secara berkala dan terus berulang untuk menjaga loyalitas seorang konsumen kepada perusahaan. Sebagai penjual harus menguasai setiap produk barang atau produk jasa yang dijual perusahaan. Setiap penjual harus menguasai teknik menawarkan produk jasa maupun produk jasa yang dijual, hal ini akan menjadi pertimbangan oleh seorang konsumen sebagai penyedia.

Penjualan adalah Proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi penjual maupun pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak (Indah, 2013). Agar transaksi dapat berlangsung, penjualan merupakan kegiatan pelengkap dari pembelian, dimana pemilik usaha harus dapat menyampaikan produk ke pada pembeli dengan strategi dan teknik penjualan yang tepat (Abdullah, 2014). Sebagai media pemasaran dalam menyampaikan produk ke konsumen dikenal sebagai personal selling(Akkas, 2019; Sukanta & Muis, 2022),

Dimana peran personal selling/tenaga penjual merupakan kunci sukses dalam menghasilkan proses pembelian (Hair, 2008). Personall selling merupakan sarana efektif untuk membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembelian (Kotler, 2021). Untuk itu pemilik usaha harus meningkatkan keahliannya yang dapat dicapai melalui salles training dan menggunakan fasilitas yang memadai. Dengan adanya salles training ini diharapkan akan meningkatkan kemampuan dalam meningkatkan penjualan.

Mitra yang dijadikan tempat kegiatan merupakan usaha kecil bergerak dalam bidang kuliner dengan Nama Usaha: Rumah Kue Afka Pemilik usaha Bernama Rizka Yulia.

Berbagai variasi makanan yang dihasilkan mitra, namun dari produk yang dihasilkan memiliki kelemahan terutama dalam hal memahami teknik penjualan. Sebagaimana (Hair, 2008) menjelaskan tenaga penjual mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam mengurangi perginya konsumen ke pelanggan lain melalui Teknik penjualan yang tepat . Sebagai upaya mengenalkan teknik penjualan ke mitra maka TIM dosen dan mahasiswa Untar bermaksud mentransfer knowledge ke mitra terutama fokus pada teknik menawarkan produk ke konsumen yang perlu dimiliki mitra untuk meningkatkan penjualan dan mengurangi perginya konsumen ke pesaing.

Dari hasil observasi yang dilakukan kepada mitra dan melalui analisis situasi tentang produk mitra maka terdapat beberapa permasalahan yang dialami mitra, yaitu: (1) Produk yang dihasilkan mitra sudah memiliki brand namun belum dapat menawarkan produk kepada konsumen secara optimal (2) Belum memiliki tenaga penjual yang handal memahami teknik penjualan (3). Belum optimalnya mitra memahami teknik penjualan

Berdasarkan analisis situasi di atas, prioritas masalah mitra yang ingin diselesaikan adalah Bagaimana mengoptimalkan kemampuan mitra dalam memiliki teknik menawarkan produk ke konsumen akhir, agar mitra dapat meningkatkan penjualan.

## **2. METODE PENELITIAN**

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, solusi yang ditawarkan berupa, membuat PPT , pelatihan atau sosialisasi Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan pembekalan terhadap pemahaman tentang pengetahuan dalam teknik penjuallahn dimulali dengan identifikasi teknik menawarkan produk, mengetahui penolakan dan mengatasi penolakan pembeli Beberapa teknik yang dapat diterapkan dalam menawarkan produk antara lain : Teknik Percaya diri, Tunjukkan keunggulan produk, Jangan merendahkan produk lain, Memberikan kesan pertama yang baik dan lainnya.

Untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi ini, ada beberapa langkah yang perlu dilakukan.

- a. Ketua pelaksana PKM menghubungin pihak mitra
- b. Melakukan pengamatan terkait permasalahan yang dihadapi mitra
- c. Mitra memberikan pernyataan kesedian untuk bekerja sama
- d. Pelaksana dan mitra menentukan jadwal pelaksanaan untuk sosialisasi
- e. Pelaksana PKM menyiapkam materi yang akan disampaikan ke mitra
- f. Pelaksana PKM minta izin melakukan sosialisasi sesuai dengan kesepakatan.
- g. Pelaksana PKM melakukan pembagian tugas dengan mahasiswa yang membantu kegiatan
- h. Pelaksana PKM menyampaikan materi sosialisasi melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab. sosialisasi secara luring
- i. Pelaksana PKM menjelaskan tentang apa yang harus dilakukan dalam pelaksanaan Teknik penjualan
- j. Pelaksana meminta mitra untuk bertanya jika belum di mengerti dari materi yang disampaikan.
- k. Pelaksana PKM menanggapi respon mitra tentang materi yang sudah disampaikan dan melakukan evaluasi.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1. Profil Usaha Mitra**

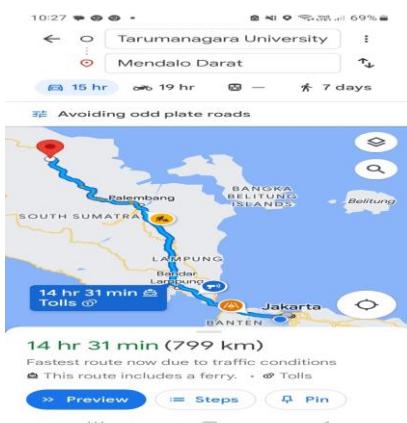
Mitra yang dijadikan tempat kegiatan merupakan usaha kecil bergerak dalam bidang kuliner dengan Nama Usaha: Rumah Kue Afka Pemilik usaha Bernama Rizka Yulia Alamat usaha RT.12/002 dusun kota graha desa Mendalo darat kec. Jaluko, kab. Muaro Jambi. Usaha rumah kue afka menjual aneka kue tradisional dan tumpeng merupakan ide yang muncul ketika setelah menikah dan Resain kerja. Awal nya mencoba untuk makan sendiri dan keluarga, kemudian muncul inspirasi untuk menjual kue dan di apresiasi oleh suami. Awal nya ibu Rizka ragu, apakah akan laku atau tidak, tetapi suami

terus memberi support sehingga saya memberanikan diri untuk berjualan. Waktu itu di tanggal 25 Oktober 2018 pertama kali berjualan menitipkan kue di lapak-lapak kue , dan pada hari pertama kue terjual habis. Hal itu membuat mitra tambah semangat untuk berjualan. Berikut ini produk yang dihasilkan mitra adalah:



Gambar 1. Produk Mitra

Lokasi mitra Alamat: Jl. Blekok Raya IV No.58, RT.27, Handil Jaya, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36137.



Gambar 2. Peta Lokasi Mitra

### 3.2. Model Ipteks yang ditransfer ke Mitra

#### 3.2.1 Mode Ipteks yang ditransfer ke Mitra

Sousi transfer knowegde tentang hal yang perlu menjadi perhatian mitra dalam melakukan kegiatan menjual adalah dimulai dengan identifikasi teknik menawarkan produk, mengetahui penolakan dan mengatasi penolakan pembeli

Beberapa teknik yang dapat diterapkan dalam menawarkan produk antara lain: Teknik Percaya diri, Tunjukkan keunggulan produk, Jangan merendahkan produk lain, Memberikan kesan pertama yang baik dan lainnya.

#### 3.2.2 Teknik Menawarkan

Beberapa teknik yang dapat diterapkan dalam menawarkan produk adalah: Percaya diri. Sebelum melakukan trik menawarkan produk, pastikan telah memiliki rasa percaya diri yang besar. Dengan rasa percaya diri salespeople akan mampu menawarkan produk dengan tenang dan jelas, sehingga calon konsumen dapat memahami dan

mempercayai apa yang anda katakan. Seorang sales baru, terkadang mempunyai perasaan yang tidak percaya diri, ragu atau bahkan takut yang berasal dari dirinya sendiri saat akan menghadapi konsumen maupun calon konsumen. Sehingga sebagai seorang sales sebaiknya selalu berpikir bahwa orang yang akan ditemui adalah manusia biasa. Jadi sama-sama manusia kenapa harus takut atau ragu untuk bertemu. Selanjutnya dapat mencoba untuk menawarkan produk yang ingin dipasarkan, sehingga lebih mengetahui kelebihan dan kelebihan dari produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Tunjukkan keunggulan produk. Jika salespeople menginginkan produk-produk yang dijual lebih mudah diterima oleh calon konsumen ketika menawarkan, maka salespeople harus menjelaskan keunggulan dari produk tersebut dengan benar dan natural. Biasanya calon konsumen akan mudah curiga jika salespeople menawarkan sebuah produk dengan penjeasan yang terlalu berebihan dan dengan nada provokatif. Apabila produk memiliki sedikit kekurangan, maka sebagai sales harus menjelaskan dengan jujur dan dapat meyakinkan calon konsumen bahwa kekurangan tersebut tidak menjadi masalah karena manfaatnya yang besar.

Jangan merendahkan produk lain. Dalam berbisnis, pastinya memiliki kompetitor yang memiliki produk serupa atau mirip. Ketika menawarkan produk yang dijual, jangan sampai merendahkan produk lain. Meskipun pada kenyataannya produk tersebut memang memiliki kuaitas di bawah

Memberikan kesan pertama yang baik. Jika salespeople menginginkan produk anda lebih mudah di terima oleh calon konsumen, maka harus memberikan kesan pertama yang baik di mata konsumen. Ketika menawarkan suatu barang, akan menimbulkan respon positif dari konsumen akan kepercayaannya, membeli produk yang ditawarkan dan salespeople dapat membuat konsumen sulit untuk melupakan produk-produk yang telah ditawarkan. Ha ini tentunya bisa menjadi pencitraan yang efektif. Salespeople dapat memberikan kesan pertama yang baik dengan menggunakan cara yang persuasif atau merayu namun tidak terkesan memaksa, memberikan penjelasan dengan detail dan sopan sehingga konsumen merasa senang dan memahami semua kelebihan produk tanpa takut terintimidasi.

Memberikan pelayanan terbaik. Pelayanan terhadap konsumen menjadi kunci utama dalam menawarkan produk baru. Berikan pelayanan terbaik bagi semua konsumen. Baik konsumen lama ataupun baru. Layanilah setiap konsumen dengan sopan, sepenuh hati dan penuh keikhlasan. Jangan pernah mengabaikan pelanggan, walaupun pelanggan sudah mendapatkan barang yang diinginkan dan keuntungan telah didapatkan dari transaksi tersebut. Biasanya konsumen baru yang merasa puas dan nyaman akan datang kembali dengan membawa teman-teman mereka. Jadi beraku adil pada semua konsumen dan layani dengan tenang.

### **3.2.3 Penanganan Penolakan Pembeli**

Ketakutan akan penolakan merupakan hal yang biasa bagi pemilik bisnis kecil terutama bagi orang yang baru saja mempelajari bagaimana cara menjual diri mereka sendiri dan produk atau jasa. Terdapat beberapa jenis keberatan pelanggan yaitu *Fake objection*, keberatan yang mengada-ada. Misalnya keberatan karena hanya ingin tahu dan keberatan karena tidak memiliki uang atau keberatan yang tidak muncul karena pelanggan. *Real objection*, keberatan yang dimunculkan karena ketertarikan pelanggan terhadap

produk yang dijual. Keberatan ini dapat muncul karena perbedaan persepsi antara penjual dan pembeli

- a. Gunakan tujuh alutan untuk mengatasi penolakan berikut ini:
- b. Tau Rasio penjualan anda
- c. Tentukan target jangka Panjang
- d. Menghindari perasaan menyalahkan diri sendiri, dan tetap optimis.
- e. Buat Rutinitas
- f. Membangun hubungan
- g. Berbicaralah dengan entrepreneur lainnya
- h. Akui Pencapaian anda

### 3.2.4 Cara Menutup Penjualan

Penutupan atau closing adalah melakukan kesepakatan terhadap closing adalah melakukan kesepakatan terhadap pembicaraan dan menutup penjualan atau memperoleh kesepakatan pada waktu yang tepat. Langkah-langkah closing:

1. Perhatikan buying signal yang ada
2. Konfirmasi buying signal tersebut
3. Pertegaslah menjadi jumlah suatu produk yang dibutuhkan

yang berhasil dilakukan dan memastikan bahwa keberhasilan lebih besar dari pada jumlah penolakan yang diterima.

**Tabel 1. Buying Signals**

BUYING SIGNALS	
Verbal	Non Verbal
<input type="radio"/> Customer menanyakan harga, TOP, Diskon, Promosi	<input type="radio"/> Customer tersenyum
<input type="radio"/> Customer menanyakan keunggulan produk	<input type="radio"/> Customer mulai melihat-lihat brosur
<input type="radio"/> Customer bertanya siapa saja yang sudah membeli produk	<input type="radio"/> Customer mulai menekan-nekan tombol kalkulator
	<input type="radio"/> Customer mulai mencatat beberapa informasi penting

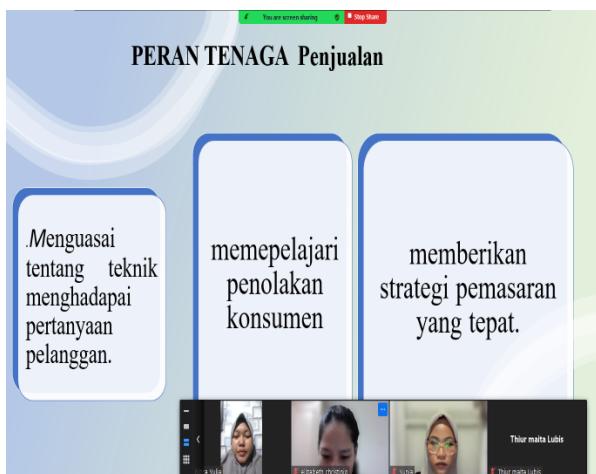
Pelaksanaan kegiatan disajikan dalam bentuk PPT melalui ZOOM, Materi sosialisasi secara sampel didokumentasikan dalam foto berikut :

**PORTAL RISET DAN INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT  
(PRIMA)  
VOLUME 3 NO. 1 (2023)**



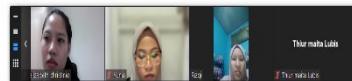
## Penjualan

- 1. Penjualan merupakan suatu unsur penting suatu usaha, karena melalui penjualan perusahaan berharap mendapat keuntungan.
- 2. Penjualan adalah Proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan agar dicapai manfaat baik bagi penjual maupun pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak



## Teknik Menawarkan

- ❑ Percaya diri
- ❑ Tunjukkan keunggulan produk
- ❑ Jangan merendahkan produk lain
- ❑ Memberikan kesan pertama yang baik
- ❑ Memberikan pelayanan terbaik



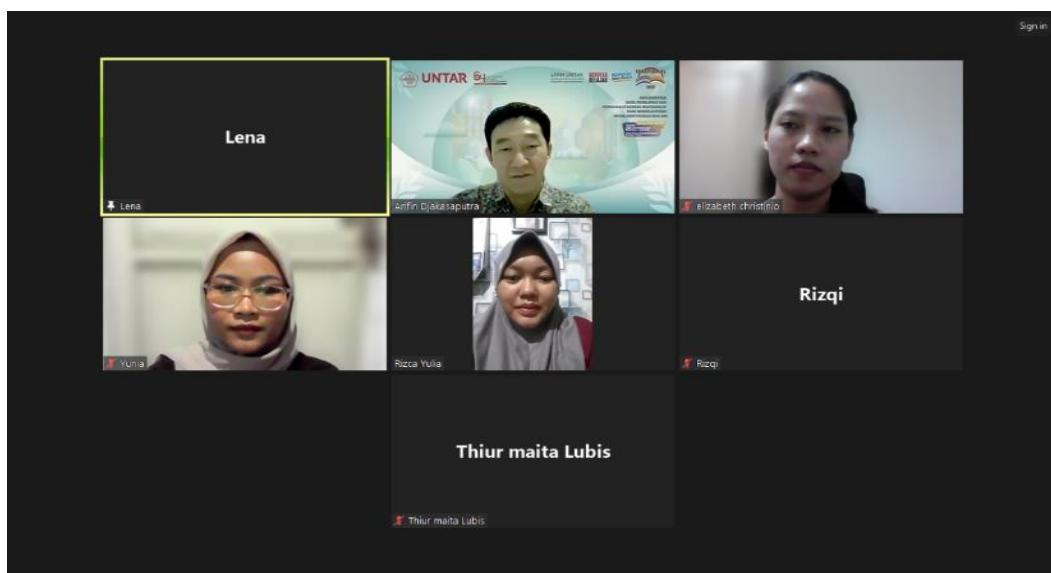
## Cara Menutup Penjualan

BUYING SIGNALS	
Verbal	Non Verbal
○ Customer menanyakan harga, TOP, Diskon, Promosi	○ Customer tersenyum
○ Customer menanyakan keunggulan produk	○ Customer mulai melihat-lihat brosur
○ Customer bertanya siapa saja yang sudah membeli produk	○ Customer mulai menekan-nekan tombol kalkulator
	○ Customer mulai mencatat hal-hal yang informatif tentang produk

## Mengatasi Penolakan

- 1 Tau Rasio penjualan anda
- 2. Tentukan target jangka Panjang
- 3. Menghindari perasaan menyalahkan diri sendiri, dan tetap optimis.
- 4. Buat Rutinitas
- 5 . Membangun hubungan
- 6. Berbicaralah dengan entrepreneur lainnya
- 7. Akui Pencaapaian anda





Gambar 3. Foto Kegiatan

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan ini, diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Pelatihan tentang teknik melakukan kegiatan menjual adalah dimulai dengan identifikasi teknik menawarkan produk, mengetahui penolakan dan mengatasi penolakan pembeli mengacu pada berbagai sumber texbook maupun journal.
2. Penyampaian materi disajikan dalam bentuk PPT dan disosialisasikan secara daring. Dibantu oleh 2 orang mahasiswa telah berjalan dengan lancar.
3. Mitra bersemangat menerima materi yang disampaikan. Selama proses sosialisasi berlangsung mitra banyak berdiskusi dan tanya jawab dengan pelaksana PKM.

#### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan PKM, khususnya ketua LPPM Untar dan jajaran, ibu Rizka Yulia pemilik usaha rumah kue Afka dan sebagai mitra di PKM, dan mahasiswa yang terlibat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2014). Manajemen Pemasaran (PT RajaGrafindo Persada. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Akkas, N. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Spring Bed Pada Pt. Donggala Bintang Lestari Palu. *Jurnal Sinar Manajemen*, 6(1), 79–88.
- Hair, J. F. (2008). *Sales management: Building customer relationships and partnerships*.
- Indah, I. N. (2013). Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Sehat Jaya Elektronik Pacitan. *Speed-Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 12(1).
- Sasangka, I. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada mini

- market minamart'90 Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 129–154.
- Sukanta, S., & Muis, M. A. (2022). Marketing Mix Of 4p's For Customer Purchasing Decisions. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(3), 432–439.

### **Copyrights**

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).