

Pelatihan Keterampilan Menjual Bagi Pelaku Usaha UMKM Perempuan

Hamida Syari Harahap¹, Nita Komala Dewi²,

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

E-mail: ¹hamida.syari@dsn.ubharajaya.ac.id, ²nita.komala@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM perempuan yang berada di FKRW Teluk Pucung, Bekasi Utara. Permasalahannya dimana masih adanya kemampuan dalam keterampilan menjual yang masih bersifat konvensional sehingga membuat penjualan tidak mencapai target. Ada beberapa tahapan dalam metode pelaksanaan yakni observasi dan wawancara, penyusunan materi, pelaksanaan pelatihan, evaluasi pelaksanaan dan pendampingan. Kegiatan ini dilaksanakan selama 3 (tiga) hari yakni dari Jumat – Minggu, 2 – 4 Juni 2022 pada pukul 09.00 -12.00 WIB di Aula FKRW Teluk Pucung, Bekasi Utara dengan diikuti oleh 20 orang perwakilan pelaku usaha UMKM dengan kriteria berjenis kelamin perempuan, usia 17 – 40 Tahun, usaha UMKM < 2 tahun dan belum memiliki media sosial sebagai wadah berjualan. Hasil dari kegiatan yakni meningkatnya pemahaman, kemampuan, dan keterampilan peserta mengenai keterampilan menjual dari yang bersifat konvensional menjadi modern dengan menggunakan media sosial sebagai wadah untuk berjualan/memasarkan produk.

Kata kunci: UMKM, Pelatihan, Selling Skill.

Abstract

This PKM activity aims to solve the problems faced by female UMKM entrepreneurs who are in FKRW Teluk Pucung, North Bekasi. The problem is that there is still the ability in selling skills that are still conventional so that sales do not reach the target. There are several stages in the implementation method, namely observation and interviews, preparation of materials, training implementation, implementation evaluation and mentoring. This activity was carried out for 3 (three) days, namely from Friday – Sunday, June 2 – 4, 2022 at 09.00 -12.00 WIB at the FKRW Teluk Pucung Hall, North Bekasi, attended by 20 representatives of UMKM business actors with criteria for female gender, age 17 – 40 years, UMKM businesses \leq 2 years and do not yet have social media as a place to sell. The results of the activity are increasing participants' understanding, abilities, and skills regarding selling skills from conventional to modern by using social media as a place to sell/market products.

Keywords: UMKM, Training, Selling Skill

1. PENDAHULUAN

Fenomena meningkatnya peran perempuan baik pada sektor formal maupun informal menunjukkan adanya keberhasilan program pemerintah dalam pemberdayaan perempuan [1]. Pemberdayaan perempuan merupakan salah satu upaya memampudayakan perempuan pada berbagai sektor dengan tujuan untuk menjadi lebih produktif dan memberi dampak positif di lingkungan internal maupun eksternal. Pada sektor ekonomi terlihat kemampuan perempuan dalam mendukung perekonomian keluarga dan aktualisasi diri melalui kegiatan wira usaha.

Aktifitas wirausaha yang dilakukan tidak hanya bersifat konvensional akan tetapi kemampuan perempuan dalam penggunaan teknologi telah menggambarkan adanya peningkatan kreatifitas, minat dan motivasi para perempuan dalam kewirausahaan [2].

Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara Kota Bekasi merupakan satu wilayah yang mendukung terlaksananya program pembangunan dalam pemberdayaan perempuan salah satunya dalam bidang ekonomi. Hal ini terlihat dari adanya Forum Komunikasi Warga yang menjadi wadah untuk mendukung para penggiat pelaku usaha UMKM (Wawancara dengan Ketua FKRW tertanggal 27 Februari 2022). Mayoritas pelaku UMKM pada FKRW adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan sebagai penggiat UMKM menjadi salah satu aktifitas yang dapat dilakukan dalam peningkatan perekonomian keluarga. Kegiatan pemasaran produk industri rumahan yang dilakukan oleh pelaku UMKM perempuan di Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara Kota Bekasi selama ini masih bersifat konvensional. Hal ini menandakan masih minimnya pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha UMKM perempuan dalam pemanfaatan teknologi media komunikasi sehingga berdampak pada kurang luasnya jangkauan pemasaran produk industri rumahan yang selama ini mereka pasarkan. Berikut gambar kegiatan pemasaran produk industri rumahan yang dilakukan para pelaku usaha UMKM perempuan di Kelurahan Teluk Pucung, Bekasi Utara, Kota Bekasi.

Situasi wabah covid 19 sampai saat ini masih mempengaruhi penjualan produk di Indonesia. Berbagai usaha masih belum mengalami perbaikan. Hal ini pun tidak berbeda dengan pemasaran produk industri rumahan yang ada di Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara Kota Bekasi. Pelaku usaha UMKM perempuan ibu Endah mengatakan “dampak dari situasi covid 19 semakin mendukung penurunan penjualan produk industri rumahan yang mereka tekuni (Wawancara 22 Oktober 2021).

Selling skill menurut [3] yaitu kapabilitas yang perlu diketahui dalam melakukan penjualan seperti keterampilan interpersonal, keterampilan penjualan dan keterampilan teknis. Selling skill atau keterampilan menjual merupakan kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang penggiat UMKM terutama pada situasi covid 19 yang semakin memperparah pemasaran produk industri rumahan.

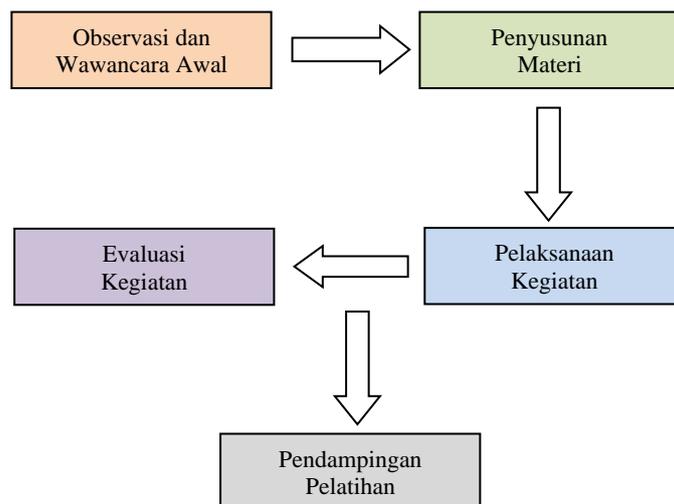
Sebagian orang mengatakan selling skill berkaitan dengan kemampuan manipulatif, membujuk, menekan dan menarik perhatian orang. Padahal sesungguhnya menjual adalah menjelaskan logika dan keuntungan terhadap keputusan yang diambil konsumen dalam pembelian atau penggunaan produk. Untuk memberikan keyakinan terhadap calon konsumen tentunya bukanlah hal yang mudah terutama dalam hal keuntungan atau kemanfaatan atas produk yang dipakai atau dikonsumsi. Pada dasarnya selling skills sama halnya dengan communication skills atau keterampilan komunikasi. Keterampilan komunikasi merupakan kemampuan seseorang secara interpersonal dalam mengatasi permasalahan dalam hal ini terkait dengan permasalahan penjualan [4].

UMKM di Teluk Pucung sudah cukup mengalami perkembangan baik dari segi pemasarannya maupun kegiatan usahanya. Dilain sisi, hal ini belumlah cukup dirasakan oleh para pengusaha UMKM terutama pelaku usaha UMKM perempuan sehingga perlu ditambahkan dengan keterampilan komunikasi dalam penjualan produk.

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM perempuan yakni masih kurangnya pemahaman mengenai selling skill yang dimiliki untuk melakukan pemasaran secara online maupun offline, maka melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan oleh tim kepada mitra diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta kemampuan melakukan pemasaran produk UMKM.

2. METODE

Metode kegiatan terdiri dari beberapa tahapan yakni dimulai dari :



Gambar 1. Alur Metode PKM

Penentuan Tim Abdimas merupakan tahap awal dalam kegiatan ini dengan menentukan tim yang akan melaksanakan kegiatan abdimas yang terdiri dari dosen dan mahasiswa aktif dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, sehingga terbentuklah tim dari dosen Fakultas Ilmu Komunikasi dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ilmu Ekonomi. Adapun untuk tahapan selanjutnya sesuai dengan gambar 3 di atas, yakni:

- Tahap observasi dan wawancara. Kegiatan observasi dan wawancara dilakukan setelah terbentuk tim dengan tujuan mengetahui fenomena atau masalah yang ada di wilayah Kelurahan Teluk Pucung, Bekasi Utara, Kota Bekasi khususnya untuk organisasi UMKM FKRW. Hasil wawancara dengan ketua FKRW Teluk Pucung, Bapak Bowo menyampaikan permasalahan dalam organisasi UMKM FKRW yaitu masih belum terampil dalam menjual produk industri rumahan baik yang dilakukan secara langsung maupun menggunakan teknologi komunikasi seperti media sosial. Penentuan target sebagai peserta dalam kegiatan ini dengan menentukan kriteria peserta yakni berjenis kelamin perempuan usia 17 – 40 tahun, usaha UMKM < 2 Tahun, kemampuan *selling skill* yang masih kurang dalam komunikasi secara langsung dengan konsumen maupun komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung dengan menggunakan media sosia. Penentuan tema pelaksanaan kegiatan abdimas berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang berhubungan dengan permasalahan.
- Tahap pengumpulan materi melalui daftar pustaka, sumber keilmuan dari buku dan jurnal yang memiliki keterkaitan dengan tema dalam kegiatan abdimas yakni ilmu komunikasi dan manajemen.
- Tahapan pelaksanaan kegiatan. Pada tahapan ini diawali dengan adanya pemberian ceramah, diskusi, dan pelatihan. Untuk ceramah melalui pemaparan materi dari narasumber tentang *selling skill*. Pada kegiatan pelatihan, pelaku usaha UMKM perempuan memperoleh pelatihan secara langsung mempraktekkan penggunaan teknologi komunikasi untuk penjualan produk industri rumahan yakni media sosial sebagai digital marketing [5].
- Tahapan terakhir yakni evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah solusi dari kegiatan sudah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh peserta. Alat ukur evaluasi dari kegiatan yakni kuisisioner pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta diawal kegiatan dan akhir kegiatan dalam bentuk Gform melalui media sosial (WhatsApp Group).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini dilaksanakan pada hari Jumat – Minggu, 2 – 4 Juni 2022 pukul 09.00 WIB

– 12.00 WIB di aula FKRW Teluk Pucung, Bekasi Utara yang diikuti oleh 20 orang perwakilan pelaku usaha UMKM di FKRW yang memiliki persyaratan berjenis kelamin perempuan usia 17 – 40 tahun, usaha UMKM < 2 Tahun, kemampuan selling skill yang masih kurang dalam komunikasi secara langsung dengan konsumen maupun komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung dengan menggunakan media sosial. FKRW (Forum Komunikasi Rukun Warga) Teluk Pucung, Bekasi Utara merupakan wadah dari para penggiat UMKM yang didirikan pada tahun 2013 dan berada di lingkungan Kelurahan Teluk Pucung dengan anggota sebanyak 213 (Dua Ratus Tiga Belas) UMKM yang terdiri dari kuliner sebanyak 144 UKM, Jasa sebanyak 20 UKM, Kerajinan Tangan sebanyak 3 UKM, Fashion/Pakaian sebanyak 18 UKM, Lainnya sebanyak 25 UKM, Start up (memulai) sebanyak 3 orang [5].

Pada hari pertama (Jumat, 2 Juni 2022) dilaksanakan kegiatan diawali dengan memberikan pre-test sebagai langkah awal yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peserta mengenai selling skill yang bersifat komunikasi langsung dengan konsumen maupun media sosial. Dilanjutkan pemberian materi oleh narasumber mengenai selling skill yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh peserta yakni kemampuan selling skill masih konvensional, sehingga jarang mencapai target penjualan. Selling skill merupakan kemampuan atau keterampilan seseorang dengan sistem memanipulasi, membujuk, dan menarik perhatian dari orang lain untuk membeli produk, barang, atau jasa yang dijual[6]. Selain itu, peserta juga mendapatkan pemahaman mengenai keterampilan berjualan dengan tiga komponen keterampilan interpersonal, keterampilan penjualan, dan keterampilan teknis[3]. Pada sesi ini narasumber membawakan materi dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh peserta, sehingga terlihat sikap antusias dari peserta dengan banyaknya peserta yang bertanya pada sesi diskusi. Luaran dari kegiatan ini bahwa pengetahuan atau wawasan mengenai selling skill dari peserta meningkat.

Pada hari berikutnya (Sabtu, 3 Juni 2022) peserta diberikan pelatihan oleh narasumber yang kompeten dalam bidangnya. Tujuan dari pelatihan ini sebagai simulasi dari materi selling skill yang sudah diterima peserta pelaku usaha UMKM. Pada sesi ini, peserta diarahkan untuk membawa produk unggulan dari masing – masing usaha kemudian menjelaskan terlebih dahulu mengenai produk tersebut baik dari segi bahan pembuatannya, proses pembuatan sampai keunggulannya. Tujuannya agar peserta dapat menjual barang/jasanya kepada konsumen dan mendapatkan kepercayaan konsumen sehingga timbulah interaksi jual beli yang efektif.

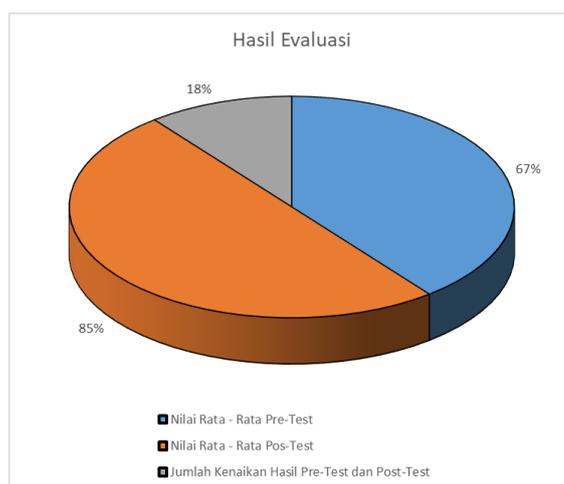
Proses jual beli yang efektif tidak jauh dari keterampilan menjual (selling skill) penjual. Dikarenakan peserta masih memiliki keterampilan menjual (selling skill) yang konvensional, maka pelatihan ini sebagai simulasi untuk merubah keterampilan menjual barang/jasa peserta pelaku usaha UMKM yang konvensional menjadi modern seperti halnya menggunakan media sosial sebagai wadah untuk pemasaran barang/jasa yang dijual. Untuk itu, peserta diminta untuk membuat akun pada media sosial salah satunya intragram bisnis. Pada Instagram bisnis, peserta diminta untuk mengupload foto barang dagangannya dan memberikan caption. Keterampilan menjual (selling skill) dilihat dari bagaimana peserta berkomunikasi dengan membuat caption yang dapat menarik perhatian customer. Salah satu hasil dari pelatihan sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Pelatihan PKM Selling Skill

Luaran dari kegiatan ini peserta pemahaman dan kemampuan peserta meningkat mengenai keterampilan menjual melalui media sosial.

Pada hari terakhir (Minggu, 4 Juni 2022) merupakan kegiatan evaluasi dari kegiatan PKM sebelumnya. Tim memberikan peserta post – test sebagai tolak ukur dari evaluasi kegiatan. Post- test yang diberikan melalui gform yang diberikan kepada peserta melalui media sosial WhatsApp Group. Adapun hasil dari evaluasi kegiatan mengalami kenaikan 18% dari hasil pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta sebagai berikut:



Gambar 3. Presentasi hasil rata – rata kenaikan pre-test dan post-test PKM

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan yang diberikan oleh tim kepada peserta melalui pengabdian kepada masyarakat yakni adanya peningkatan dalam pemahaman peserta mengenai selling skill dan meningkatnya keterampilan peserta dalam membuat captions dalam media sosial sebagai bentuk komunikasi dalam keterampilan menjual dari peserta untuk mendapatkan ketertarikan dan kepercayaan customer.

UCAPAN TERIMA KASIH

Mengucapkan terima kasih kepada LPPMP Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan Pengurus FKRW Teluk Pucung, Bekasi Utara atas bantuan dan dukungan baik secara moril maupun materil dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. S. Harahap, “Pemberdayaan lurah perempuan dalam komunikasi pembangunan,” *Makna J. Kaji. Komun. ...*, vol. 1, no. September 2016, pp. 27–39, 2016, [Online]. Available: <https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/makna/article/view/806%0Ahttps://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/makna/article/download/806/691>.
- [2] I. Latipah, “Pemberdayaan Perempuan Melalui Pemanfaatan Media Youtube Dalam Meningkatkan Keterampilan Wirausaha,” *Comm-Edu (Community Educ. Journal)*, vol. 3, no. 2, p. 83, 2020, doi: 10.22460/comm-edu.v3i2.4150.
- [3] J. O. Rentz, C. D. Shepherd, A. Tashchian, P. A. Dabholkar, and R. T. Ladd, “A measure of selling skill: Scale development and validation,” *J. Pers. Sell. Sales Manag.*, vol. 22, no. 1, pp. 13–21, 2002, doi: 10.1080/08853134.2002.10754289.

- [4] N. Kusnilawati, D. C. Kuswardani, and L. Mara, “Pelatihan Keterampilan Menjual (Selling Skill) Produk Industri Rumah Tangga di Kelurahan Bulusan Kecamatan Tembalang Kota Semarang,” 2021.
- [5] H. S. Harahap, N. K. Dewi, and E. P. Ningrum, “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM,” *J. Loyal. Sos. J. Community Serv. Humanit. Soc. Sci.*, vol. 3, no. 2, p. 77, 2021, doi: 10.32493/jls.v3i2.p77-85.
- [6] Emanuel Teiseran, *Menjadi Penjual Sukses Dengan Selling Skills*, 2nd ed. Jakarta: elex media komputindo, 2005.