

Pelatihan Keterampilan Menjual (*Selling Skill*) Untuk Pelaku Usaha Mikro-Kecil di Kelurahan Meteseh Kecamatan Tembalang Kota Semarang

Nunik Kusnilawati, Anandha, Nining Hidayah

Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia

*e-mail korespondensi: nunikenka@gmail.com

Abstract

After starting entrepreneurship, soft skills are needed to start maintaining and developing a business. Soft skills that are very strategic for entrepreneurs are selling skills, which are needed for the success of selling products to consumers so that business capital turnover can be maintained as expected. This community service in the form of selling skill training was held in the Meteseh Village, Tembalang District, Semarang City with partners from female Micro-Small Enterprises. The purpose of this activity is to improve skills regarding techniques and strategies for selling industrial products/services that have been engaged in by utilizing their potential, including the environmental potential of the Meteseh Village. It is suggested that service activities with the topic of aspects that support entrepreneurial success can be carried out in a sustainable manner so that micro-small businesses that have started to grow can develop, so that they can increase income/revenue to improve family welfare. This community service has produced several outputs, namely scientific journal articles, published in electronic media, registered with Intellectual Property Rights, and teaching materials.

Keywords: training, selling skills, micro-small business

Abstrak

Setelah mulai berwirausaha, diperlukan *soft skill* untuk mulai mempertahankan dan mengembangkan usaha. *Soft skill* yang sangat strategis bagi wirausahawan adalah *selling skill*, yang diperlukan untuk keberhasilan menjual produk kepada konsumen sehingga perputaran modal usaha dapat terjaga seperti yang diharapkan. Pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan *selling skill* ini diselenggarakan di Kelurahan Meteseh Kecamatan Tembalang Kota Semarang dengan mitra ibu-ibu Pelaku Usaha Mikro-Kecil. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan keterampilan tentang teknik dan strategi menjual produk industri/jasa yang telah digeluti dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki, termasuk potensi lingkungan Kelurahan Meteseh. Disarankan agar kegiatan pengabdian dengan topik aspek-aspek yang mendukung keberhasilan wirausaha dapat dilaksanakan berkelanjutan sehingga usaha bisnis mikro-kecil yang telah mulai tumbuh dapat berkembang, sehingga dapat menambah penghasilan/pendapatan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. Pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan beberapa luaran yaitu artikel jurnal ilmiah, dipublikasikan pada media elektronik, terdaftar HKI, dan bahan ajar.

Kata kunci: pelatihan, *selling skill*, usaha mikro-kecil

Accepted: 2023-06-30

Published: 2023-07-15

PENDAHULUAN

Meteseh adalah kelurahan yang terdapat di wilayah Kecamatan Tembalang, Kota Semarang. Kelurahan Meteseh memiliki wilayah seluas \pm 855,838 Ha, dimana wilayah ini termasuk wilayah dataran tinggi/perbukitan, dengan ketinggian 52m dpl. Wilayah Kelurahan Meteseh secara administratif terbagi menjadi 31 wilayah RW (Rukun Warga) yang melingkupi 195 RT (Rukun Tetangga), dengan 6.358 KK.

Berdasarkan data dari BPS (tembalang dalam angka 2021) dapat disampaikan bahwa mata pencaharian penduduk Kelurahan Meteseh didominasi oleh kategori buruh bangunan buruh industri dan buruh bangunan. Berdasarkan pengamatan, pelaku usaha kecil-mikro di Kelurahan Meteseh belum optimal berkembang, karena data yang ada menunjukkan penduduknya didominasi pegawai/pekerja. Hal ini dapat dilihat dari data pada table 1 tentang Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian (Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2021).

Tabel 1
Jumlah Penduduk Kel. Meteseh Menurut Mata Pencaharian (usia angkatan kerja)

Mata Pencaharian	Jumlah
Petani :	701 orang
Pedagang	911 orang
Pengusaha	9 orang
Buruh Industri	184 orang
Buruh Bangunan	341 orang
Angkutan	117 orang
PNS / TNI / POLRI	1.893 orang
Pensiunan	1.155 orang
Lain-lain	9.248 orang

Sumber : Tembalang dalam angka 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa lain-lain mendominasi mata pencaharian penduduk Meteseh. Sebaliknya yang berprofesi pelaku usaha (pengusaha) sangat minimum jumlahnya, realita ini tentu saja kontradiktif dengan visi Kelurahan Meteseh, yakni terciptanya masyarakat sehat yang mempunyai kemampuan cipta, rasa, serta karya yang unggul dengan memiliki karakter, demokratis, berbudaya, partisipatif, mandiri, kreatif, memiliki penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi serta sejahtera. Selain visi terdapat juga misi Kelurahan Meteseh yaitu: 1) Menciptakan sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan, memiliki kemampuan,serta memiliki kepribadian dan religius. 2) Menciptakan kelurahan yang sehat. 3) Menciptakan pelayanan public yang optimal. 4) Memberdayakan masyarakat dalam pembangunan. 5) Meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Dari data diatas dapat diasumsikan bahwa pekerjaan lain-lain yang mendominasi mata pencaharian juga meliputi sektor informal, termasuk usaha mikro kecil yang belum tertangani secara optimal. Penduduk Meteseh belum optimal menggali dan memanfaatkan potensi bidang ekonomi. Apabila mempertimbangkan potensi penduduk Meteseh yang berjumlah relatif besar, maka kondisi demikian merupakan peluang untuk diberdayakan ke arah kegiatan produktif.

Dari hasil observasi awal, di Kelurahan Meteseh relatif banyak dijumpai pelaku usaha mikro-kecil dari kalangan ibu rumah tangga dengan berbagai jenis usaha. Ibu rumah tangga pelaku usaha mikro-kecil merupakan potensi dan merupakan peluang untuk memberdayakannya. Melalui upaya pemberdayaan ibu rumah tangga pelaku usaha mikro-kecil, harapannya adalah kemudian mereka mampu menciptakan prospek kegiatan ekonomi produktif, sehingga pada masa berikutnya akan mampu memperbaiki kondisi keuangan keluarga. Eksistensi ibu rumah tangga pelaku usaha mikro-kecil adalah potensi yang menunjang upaya pemberdayaan usaha mikro-kecil. Apalagi ditemukan data bahwa tingkat pendidikan sebagian besar penduduk kelurahan Meteseh relatif cukup tinggi (setidaknya berpendidikan menengah), sehingga dapat diasumsikan bahwa mereka memiliki kualitas sumber daya manusia yang memadai dan berotensi mampu menerima pemberdayaan.

Tabel 2.
Latar belakang pendidikan penduduk Kel. Meteseh

Tamat Universitas	Tamat Akademi	Tamat SLTA	Tamat SLTP	Tamat SD	Belum Tamat SD	Tidak Seklah
1.053 orang	1.038 orang	3.593 orang	3.654 orang	4.385 orang	2.672 orang	1.748 Orang

Sumber : Tembalang dalam angka 2022

Kondisi saat ini, keberadaan tempat dan pelaku usaha di Kelurahan Meteseh ditunjukkan oleh tabel berikut (Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2021).

Tabel 3.
Pelaku Usaha di Kelurahan Meteseh Tahun 2021

Jenis Usaha	Jumlah
Pasar permanen	1
Kelompok Pertokoan	5
Minimarket /swalayan	10
Toko / Warung kelontong	98
Restoran / rumah makan	11
Warung / Kedai makanan	82
Koperasi Simpan Pinjam	2
Jumlah Pelaku Usaha	209

Sumber : Kecamatan Tembalang dalam Angka, 2022

Apabila disandingkan data keseluruhan jumlah penduduk (22.936 penduduk) dan data jumlah pelaku usaha di Kelurahan Meteseh, dapat dijustifikasi bahwa jumlah pelaku usaha di Meteseh sangat kecil, walaupun tidak terlepas dari kemungkinan bahwa terdapat pelaku-pelaku usaha informal yang luput dari pendataan. Kondisi minimnya pelaku usaha dapat mengindikasikan perlunya memberdayakan potensi yang dimiliki Kelurahan Meteseh, mengingat wilayah Meteseh memiliki potensi ekonomi relatif besar sejalan dengan berkembangnya kawasan Meteseh menjadi kawasan sekitar kampus dan pemukiman. Hanya sayang data BPS tidak menyajikan berapa jumlah usaha industri rumah tangga/ kerajinan, rumah sewa/kos dan beberapa jenis usaha lain di Kelurahan Meteseh, karena dari pengamatan relatif cukup banyak usaha kategori tersebut di Kelurahan Meteseh. Tentu saja usaha yang belum terdata oleh BPS juga merupakan potensi perekonomian di wilayah tersebut.

Berdasarkan analisis awal maka masih dibutuhkan berbagai *soft skill* untuk menumbuhkan kembangkan kewirausahaan di kelurahan Meteseh. Peluang usaha di Kelurahan Meteseh sangat potensial, karena kedekatan lokasinya dengan beberapa kampus dapat dikategorikan sebagai kawasan yang terdampak kemajuan kampus. Dari tahun ke tahun kehadiran mahasiswa terus meningkat, dan hal ini seharusnya dapat dijadikan konsumen potensial bagi berbagai macam usaha bisnis. Bila disusun skala prioritas *soft skill* yang dibutuhkan saat ini dalam rangka menunjang kesuksesan berwirausaha pada pelaku usaha adalah keterampilan menjual (*selling skill*) (Andersen, n.d). Kendala dalam menjual produk dapat berakibat usaha mengalami keterpurukan. Sering mudah ditemui keberadaan produk hasil industri rumah tangga yang spesifik, memiliki mutu baik, mengandung unsur kebaruan dan bernilai lebih, tetapi kenyatannya kurang mendapatkan perhatian konsumen, dan setelah dianalisis hal tersebut lebih disebabkan kurangnya kemampuan dan keterampilan dalam menjual produk (Longenekcer, et.al, 2015). Saat ini pelaku usaha tidak bisa lagi menerima keadaan begitu saja karena adanya kompetisi intensif dan akan semakin keras di masa depan. Prospek pasar kompetitif pada masa yang akan datang bagi dunia usaha telah menghadirkan tekanan yang besar pada pelaku usaha untuk memasarkan produk atau jasanya sehingga menuntut pelaku usaha bukan sekedar hanya bertahan tetapi harus meluaskan atau memperbesar pangsa pasar (Ahmad, S. Z., Basir. et.al, 2015). Peran strategis pemasaran dan penjualan sekarang ini bukan sekedar menyerahkan produk atau jasa yang dibeli kepada konsumen, melainkan juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara berkelanjutan sehingga konsumen merasakan kepuasan, sehingga pelaku usaha dapat memperoleh keuntungan dengan adanya pengulangan pembelian (Almassawa, Syafieq Fahlevi dan Suhartono, Irwan, 2019). Berdasarkan uraian tersebut di atas maka di Kelurahan Meteseh masih diperlukan peningkatan keterampilan untuk menunjang kesuksesan berwirausaha.

Analisis yang dilakukan tim pengabdian berdasarkan data sekunder dan hasil pengamatan langsung/ observasi, berhasil menemukan beberapa permasalahan mitra yang dapat disusun berdasarkan skala prioritas, yaitu :

1. Usaha mikro-kecil telah berjalan, tetapi mitra memiliki kendala dalam menjual produk/ jasa yang dihasilkan
2. Potensi pasar dari pelaku usaha mikro-kecil di lingkungan sekitar kawasan Tembalang belum mampu digarap secara optimal oleh mitra
3. Belum diberdayakan secara optimal sumber daya manusia mitra ke arah visi bisnis
4. Belum adanya sumber daya manusia mitra yang memiliki *selling skill* memadai dan sesuai dengan kebutuhan bisnis mitra

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dicarikan solusi untuk menyelesaikan masalah mitra yang terkait dengan kendala penjualan dan pemasaran. Karena itu perlu diupayakan untuk mendorong ibu rumah tangga pelaku usaha mikro-kecil di Kelurahan Meteseh yang belum memiliki *soft skills* (terutama *selling skill*) yang menunjang pengembangan usaha agar menjadi lebih terampil, kreatif dan mampu menjual produk/jasa dengan lebih strategis. Sehingga dalam jangka panjang diharapkan suatu saat nanti mitra bisa menjadi pelaku usaha yang selalu berkembang dan bertahan. Pencapaian tersebut turut membantu mewujudkan visi dan misi Kota Semarang, yaitu "Semarang Kota Perdagangan dan Jasa yang Hebat Menuju Masyarakat Semakin Sejahtera".

Bila digambarkan maka keterkaitan antara masalah yang dihadapi mitra di bidang penjualan dan pemasaran, dengan solusi yang ditawarkan tim pengabdian, akan nampak seperti gambar berikut :



Gambar 1

Keterkaitan masalah mitra dan solusi

Mengapa diperlukan keterampilan menjual (*Selling Skill*)? *Selling skill* diperlukan karena 1). Untuk meningkatkan kinerja dalam penjualan; 2). Untuk meningkatkan penilaian kinerja usaha; 3). Memandang penjualan sebagai suatu proses dan suatu mata rantai yang saling berhubungan; 4). Untuk mempelajari dan mengembangkan fungsi-fungsi kunci dalam pekerjaan bidang penjualan (Arafat, R, 2013). Kompetisi dunia usaha semakin keras. Diperlukan kinerja yang luar biasa dalam menghadapi kompetisi saat ini. Sekarang ini setiap pelaku usaha sangat bergantung kepada tenaga penjual, karena sector penjualan sangat menentukan apakah sebuah usaha dapat mencapai kesuksesan (Olievera, Desmond, 2009).

METODE

Pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Meteseh menjadikan ibu rumah tangga pelaku usaha mikro kecil sebagai kelompok sasaran kegiatan sekaligus mitra. Dalam pelaksanaan kegiatan

tersebut diperlukan suatu metode pelaksanaan agar kegiatan yang dilakukan tepat mencapai sasaran dan berdampak positif seperti yang diharapkan. Diperlukan tahapan-tahapan berkesinambungan untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan ini, sehingga serangkaian tahapan tersebut dapat diasumsikan sebagai metode pelaksanaan kegiatan.

Tahap pertama tentu adalah observasi terhadap mitra dan lingkungan usahanya (*stake holders*), untuk mendapatkan gambaran tentang potensi dan permasalahan yang ada pada mitra, kemudian dapat disusun skala prioritas permasalahan mitra dan alternatif solusi penyelesaian masalah. Sedangkan tahap berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan yang meliputi *pre-test* untuk mengetahui kondisi *existing* keterampilan menjual yang ada pada mitra sebelum mendapatkan intervensi berupa pelatihan *selling skill*. Kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi/ceramah tatap muka dengan mitra peserta pelatihan *selling skill*, dalam sesi ini juga dilakukan dialog interaktif dengan mitra peserta pelatihan dan diberikan contoh-contoh sederhana tentang keterampilan menjual yang disertai dengan kiat-kiat menghadapi konsumen dalam kegiatan penjualan. Pada saat dilakukan dialog interaktif dengan mitra peserta pelatihan, dibuka kesempatan seluas-luasnya kepada seluruh mitra peserta untuk mengungkapkan permasalahan yang dihadapi dan menjadi kendala dalam penjualan produk/ jasa usaha yang dimilikinya. Tim pengabdian akan membantu mencari solusi atas permasalahan/ kendala yang dihadapi setiap mitra peserta. Diskusi dalam forum ini juga dikembangkan sehingga setiap mitra peserta pelatihan mendapatkan pengalaman dari sesama peserta pelatihan melalui forum diskusi yang memberikan kesempatan mitra untuk mengungkapkan kegiatan apa yang saat ini telah dilakukan dalam penjualan produk/ jasa usahanya. Sasaran pada sesi ini adalah meningkatkan pengetahuan dan mengasah keterampilan mitra pada aktifitas penjualan, serta menanamkan *mindset* bahwa menjual adalah aktifitas melayani konsumen dan konsumen potensial.

Tahapan berikutnya adalah evaluasi pada kondisi *existing* mitra pasca dilakukannya pelatihan *selling skill*. Sesi ini dilakukan dengan melalui *post-test* terhadap semua mitra peserta pelatihan. Hasil *post-test* akan dapat digunakan sebagai indikator pencapaian target kegiatan, yaitu adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan menjual dari mitra peserta. Sedangkan tahap terakhir adalah pemantauan capaian penerapan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh mitra pada usaha kecil-mikro masing-masing. Pada tahap ini tim pengabdian masih memberi kesempatan kepada seluruh mitra melakukan konsultasi melalui media online, sehingga apabila mitra masing mengalami kendala dalam penerapan *selling skill*, maka tim pengabdian masih berkesempatan membantu menyelesaikannya.

Berikut adalah skema yang menggambarkan tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Meteseh, Tembalang, Kota Semarang :



Gambar 2
Skema kegiatan pelatihan *Selling Skill*

Adapun materi yang disampaikan saat pelatihan *Selling Skill* meliputi (1) perbedaan antara pemasaran dan penjualan, (2) fenomena pemasaran dan penjualan produk/ jasa saat ini, (3) arti penting *selling skill*, (4) kesalahan yang sering dilakukan penjual, (5) syarat ideal penjual, (6) kualifikasi penjual yang ideal, (7) kiat penting dalam aktifitas penjualan, (8) type konsumen dan konsumen potensial, (9) kiat mendorong minat konsumen dan konsumen potensial, (10) prinsip yang harus dipegang teguh penjual, (11) karakter ideal penjual.

Berikut adalah sebagian media visual yang digunakan dalam penyampaian materi pada pelatihan *Selling Skill* di Kelurahan Meteseh



Gambar 3
Sebagian media visual materi pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah kegiatan pendahuluan (observasi, temuan masalah mitra, penjadwalan kegiatan dll) maka kegiatan pengabdian berupa pelatihan *selling skill* dilaksanakan bertempat di Balai Kelurahan Meteseh secara *offline* sekalipun masih ada status pandemi, mengingat pertimbangan efektifitas pelatihan yaitu akan memberikan kemudahan bagi peserta dan tim pengabdian pada saat pelatihan dilaksanakan secara tatap muka. Arahan dari Kepala Kelurahan Meteseh juga merekomendasikan untuk dilaksanakannya kegiatan secara *offline*. Tim pengabdian hanya menggunakan sarana *online* untuk kegiatan konsultasi lanjutan pasca dilaksanakannya pelatihan *offline* guna memberi kesempatan kepada mitra peserta pelatihan yang membutuhkan konsultasi lanjutan.

Berdasarkan rencana awal, terdapat beberapa luaran dari kegiatan ini yang diharapkan berguna, baik untuk mitra yaitu peserta pelatihan, Tim pengabdian, *stake holders* perguruan tinggi, serta institusi penentu kebijakan pengembangan usaha kecil-mikro, serta pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sejumlah luaran tersebut ini adalah : (1). Laporan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, (2) artikel ilmiah yang dipublikasikan di jurnal nasional terakreditasi, (3) publikasi kegiatan di media massa elektronik, (4) video kegiatan yang telah didaftarkan dan mendapatkan sertifikat HKI, dan yang paling utama adalah (5) adanya peningkatan kompetensi "selling Skill" dari mitra peserta.

Peningkatan kompetensi di bidang *Selling Skill* dari peserta pelatihan dapat diukur berdasarkan persepsi dari setiap peserta pelatihan, yaitu melalui uji sebelum kegiatan dan uji pasca kegiatan. Berikut adalah table yang menunjukkan adanya perubahan asumsi peserta saat sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan pelatihan *Selling Skill*.

Tabel 4
Hasil Pre-test persepsi peserta sebelum kegiatan

No	Uraian	Tidak	Kurang	Baik	Jumlah
1	Memiliki pengetahuan tentang pengertian usaha mikro-kecil serta informasi seputar usaha mikro-kecil	20	10	0	30
2	Wawasan /pengetahuan tentang perbedaan pemasaran dan penjualan	26	4	0	30
3	Pengetahuan yang dimiliki tentang Keterampilan Menjual (<i>Selling Skill</i>)	25	5	0	30
4	Pengetahuan tentang langkah / cara mengoptimalkan penjualan produk/jasa	24	6	0	30
5	Pemahaman tentang cara meyakinkan konsumen dan menjaga kepercayaan konsumen dalam rangka penjualan produk/jasa	25	5	0	30

Tabel 5
Hasil Post-test persepsi peserta setelah kegiatan

No	Uraian	Tidak	Kurang	Baik	Jumlah
1	Memiliki pengetahuan tentang pengertian usaha mikro-kecil serta informasi seputar usaha mikro-kecil	0	4	26	30
2	Wawasan /pengetahuan tentang perbedaan pemasaran dan penjualan	0	2	28	30
3	Pengetahuan yang dimiliki tentang Keterampilan Menjual (<i>Selling Skill</i>)	0	3	27	30
4	Pengetahuan tentang langkah / cara mengoptimalkan penjualan produk/jasa	0	1	29	30
5	Pemahaman tentang cara meyakinkan konsumen dan menjaga kepercayaan konsumen dalam rangka penjualan produk/jasa	0	0	30	30

Dokumentasi kegiatan pelatihan dapat ditunjukkan melalui gambar-gambar berikut ini :



Gambar 4
Dokumentasi kegiatan pelatihan

Perubahan persepsi peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan *selling skill* bagi pelaku usaha mikro-kecil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan telah berdampak positif pada khalayak sasaran, selain itu pasca pelatihan jalinan komunikasi masih terus dibuka oleh tim pengabdian untuk memberi kesempatan kepada mitra peserta (melalui telepon seluler). Melalui fasilitasi ini peserta dapat berkomunikasi atau melakukan konsultasi seputar keterampilan menjual (*selling skill*) apabila mengalami kendala dalam mengaplikasikannya. Bagi tim pengabdian media/fasilitas tersebut dapat digunakan untuk mengevaluasi dalam rangka mengetahui tingkat ketercapaian tujuan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan. Realisasi tingkat capaian terkait *selling skill* yang dimiliki peserta pelatihan sebagai dampak diselenggarakannya kegiatan adalah seperti berikut :

Tabel 6
Perubahan Pasca Pengabdian

No	Unsur	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
1	Pengetahuan dan keterampilan menjual	Belum/ terbatas memiliki pengetahuan dan keterampilan menjual	Pengetahuan <i>selling skill</i> memadai dan mulai mencoba mengaplikasikan pada usaha masing-masing

2	Pola komunikasi dengan konsumen terkait penjualan	Kurang / tidak efektif dan efisien	Efektif dan efisiensi
3	Pelayanan penjualan	Kurang / tidak memuaskan konsumen	memuaskan konsumen
4	Total nilai penjualan produk/ jasa	Belum optimal	optimal

KESIMPULAN

1. Pengabdian kepada masyarakat dengan peserta ibu rumah tangga pelaku usaha mikro kecil di Kelurahan Meteseh Kecamatan Tembalang Kota Semarang sudah terselenggara melalui pelatihan dan transfer informasi. Pelatihan diawali dengan memotivasi peserta, dilanjutkan membuka wawasan peserta terkait usaha mikro kecil, memberikan pemahaman tentang perbedaan pemasaran dengan penjualan, pembelajaran dan pelatihan keterampilan menjual (*selling skills*). Selanjutnya pembelajaran/ peningkatan pengetahuan tentang upaya mendapatkan dan mempertahankan kepercayaan dari konsumen yang terkait kepuasan akan produk / jasa.
2. Peserta/ mitra demikian antusias mengikuti pelatihan *Selling Skill* serta menghendaki kegiatan tersebut berkelanjutan, dengan diselenggarakan secara berkala dengan topik yang berkesinambungan, serta peserta dapat lebih variatif agar dapat sekaligus bertukar pengalaman. Beberapa kendala pengelolaan usaha yang masih dihadapi mitra juga diungkapkan, dan berharap lembaga Perguruan Tinggi dapat berperan membantu menyelesaikan masalah tersebut.
3. Uji pasca kegiatan (*post-test*) menghasilkan data yang mengindikasikan bahwa kegiatan pelatihan *Selling Skill* telah sampai pada tujuan yang direncanakan. Mitra mempersepsikan diri telah mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengelolaan usaha mikro kecil, selain itu juga memiliki pemahaman tentang perbedaan pemasaran dengan penjualan, memahami dan memiliki pengetahuan keterampilan menjual, serta memahami pentingnya membangun kepercayaan konsumen dalam upaya mengoptimalkan penjualan. Dengan hasil demikian maka para peserta berpeluang mengelola dan menumbuhkembangkan usaha mikro kecil dengan lebih profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arafat, R., (2013). Pengaruh Dimensi Sales Skill Terhadap Kinerja Penjualan. *Management Analysis Journal*, Vol. 2, No.1, h. 110-118.
- Ahmad, S. Z., Basir, M.S., & Kitchen, P.J. (2015). The Relationship between Sales Skills and Salesperson Performance, and The Impact of Organizational Commitment as a Moderator: An Empirical Study in a Malaysian Telecommunications Company. *International Journal of Economics and Management*.
- Almassawa, Syafieq Fahlevi dan Suhartono, Irwan, (2019), Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan Menjual pada Pengurus Posyantek (Pos Pelayanan Teknologi) Kecamatan Serpong Utara, *Jurnal Dharma Laksana*, Vol.2 No.1
- Anderson, R. 1991. *Professional Personal Selling*. New Jersey: Prentice Hall.

-
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang, Kecamatan Tembalang Dalam Angka 2021, (2022),
<https://semarangkota.bps.go.id/publication/2021/09/24/405bb62d7be6636ba8f68eab/kecamatan-tembalang-dalam-angka-2021.html> *diakses 9 Feb 2023 jam 20.05*
- Justin G. Longenekcer , Carlos W. Moore. Dan J. William Petty. (2015), *Kewirausahaan*, Penerbit Salemba Empat , Jakarta.
- Olievera, Desmond, *Selling Skill*, (2019), Corporate Dimension Business Management Service, www.academia.edu/8142504/Selling_Skills_Training_Manual