

**PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN KETERAMPILAN MENJUAL
PADA PENGURUS POSYANTEK (POS PELAYANAN TEKNOLOGI)
KECAMATAN SERPONG UTARA**

¹Syafieq Fahlevi Almassawa , ²Irwan Suhartono
Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang
Email: dosen01855@unpam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan tulisan ini adalah untuk memberikan pembekalan ketrampilan dalam menjual, menumbuhkan semangat berwiraswasta pengurus POSYANTEK Kecamatan Serpong Utara Kota Tangerang Selatan sehingga mereka dapat menyampaikannya pada setiap anggota.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini merupakan salah satu Tri Darma Perguruan Tinggi selain pengajaran dan Penelitian. Dengan adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat diharapkan keberadaan perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi besar terhadap pengembangan dan penerapan keilmuan kepada masyarakat.

Hasil pengabdian kepada masyarakat yang diperoleh diharapkan semakin bertambahnya keilmuan dan wawasan para pengurus Posyantek (pos pelayanan teknologi) Bisa Kecamatan Serpong Utara, Serpong, agar dapat memahami bagaimana melakukan kegiatan menjual yang berkualitas dan amanah sehingga bisa memajukan Posyantek tersebut.

Kata Kunci : Pemasaran, Ketrampilan Menjual, Kewirausahaan

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997 – 1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh.

Data Badan Pusat Statistik memperlihatkan, pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat terus, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pada tahun itu, jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebanyak 56.534.592 unit atau 99.99%. Sisanya, sekitar 0,01% atau 4.968 unit adalah usaha besar. Jumlah pelaku UMKM di Indonesia termasuk yang terbanyak dari Negara lainnya terlebih setelah

tahun 2014. Sehingga jumlah ini mengalami pertumbuhan dari tahun 2014 s.d. 2016. Selain itu UMKM ini mampu menyerap tenaga kerja lebih dari 90%. Hal ini akan terus berkembang hal ini sesuai dengan peningkatan jumlah UMKM yang dicatat oleh BPS. Melihat tingginya perkembangan UMKM ini pemerintah memiliki harapan bahwa UMKM dapat menopang dan menjadi garda terdepan dalam membangun ekonomi Indonesia

Sejalan dengan perkembangan pendidikan yang semakin berkembang dan menjadi salah satu pintu utama kemajuan suatu bangsa. Dunia globalisasi mengakibatkan persaingan dalam bidang intelektual, teknologi, ekonomi, budaya, dsb. Sehingga pendidikan yang saat ini berjalan merupakan salah satu persaingan global. Pendidikan merupakan salah satu aspek penting yang harus dikembangkan sesuai dengan kemampuan intelektual umum yang memadai.

Pembentukan dan pengembangan Posyantek adalah menjembatani masyarakat pengguna teknologi tepat guna dengan sumber TTG, memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memperoleh pelayanan teknis, pelayanan informasi dan promosi berbagai TTG kepada masyarakat. Meningkatkan kerjasama dan koordinasi antar pemangku kepentingan dalam rangka pemanfaatan TTG.

Kegiatan Pendidikan dan Pelatihan Penguatan Posyantek, bertujuan memberikan pemahaman bagi pengurus Posyantek dalam memberdayakan dan mengembangkan Posyantek di wilayahnya masing-masing, meningkatkan pengetahuan tentang peningkatan kapasitas serta ketrampilan manajemen pengelolaan Posyantek, mempersiapkan pengurus posyantek agar dapat menjadi perintis dalam pengembangan dan pemanfaatan TTG.

Metode pembelajaran dalam kegiatan penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan penguatan Posyantek ini adalah, teori, tanya jawab dan diskusi. Materi yang akan disampaikan strategi membangun desa dengan teknologi tepat guna, pedoman umum pengembangan Posyantek, penguatan pemberdayaan Posyantek.

Sehubungan dengan kondisi di atas maka civitas akademika Universitas Pamulang memiliki tanggung jawab dan terpenggil dalam mengembangkan masyarakat khususnya siswas ehingga memiliki jiwa kewirausahaan dalam program pengabdian kepada masyarakat (PKM) Universitas Pamulang. Adapun temadari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah “Pelatihan Dan Pengembangan Keterampilan Menjual Pada Pengurus POSYANTEK “

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Dalam pelatihan ini peserta pelatihan dan training diberikan materi tentang ketrampilan menjual dan diberikan simulasi bagaimana menjadi penjual yang baik dan berhasil. POSYANTEK adalah lembaga yang memproduksi suatu barang yang nantinya akan dipasarkan. Dengan pelatihan dan training ini diharapkan pengurus dapat menyampaikan pada para anggotanya tentang teknik menjual, dengan teknik menjual yang benar produk bisa laku dipasaran, sehingga produksi meningkat.



Gambar 1.1 Pembukaan PKM di Posyantek Serpong Utara

HASIL DAN PEMBAHASAN

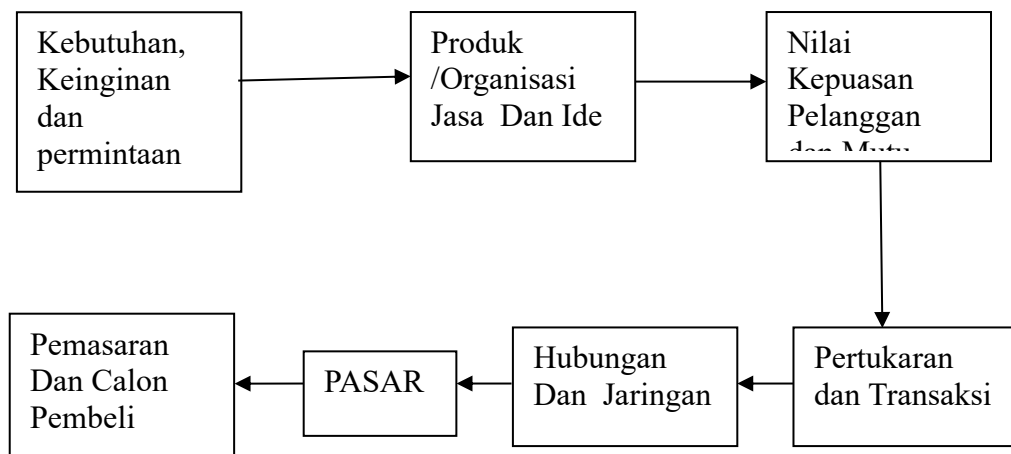
Menurut Dr Budi Rahayu Tanam Putri ,S.Pt.,MM pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang.

Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.



Gambar 1.2 Penyampaian Materi

Dasar pemikiran pemasaran dimulai dengan adanya kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*); produk (barang, jasa, gagasan); nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar; pemasar dan calon pembeli Konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan dan permintaan; produk (barang, jasa dan gagasan); nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; serta hubungan dan jaringan (Gambar 1.2).



Gambar 1.3 Konsep inti pemasaran

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Membuka Paradigma, menumbuhkan semangat wirausaha serta memberikan gambaran dalam melihat peluang usaha.

2. Membantu pengurus posyantek dalam memahami pentingnya keterampilan menjual pada posyantek Bisa Serpong Utara
3. Mengkoordinir dan memfasilitasi pemasaran produk pengembangan dan pemanfaatan TTG hasil dari posyantek desa/kelurahan.
4. Memotivasi pengurus posyantek dalam pengembangan dan penerapan keterampilan menjual.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat oleh lembaga penelitian dan pengembangan masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang yang dilakukan oleh dosen-dosen program studi manajemen telah berjalan dengan lancar dan peserta sangat antusias dalam menerima paparan materi dan contoh-contoh kasus yang dijelaskan oleh para nara sumber.

Dengan adanya kegiatan ini pengurus POSYANTEK bersemangat untuk terus belajar dan mempraktekannya dilapangan bagaimana teknik menjual produk yang benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Priangani (2013) *Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global*
- Oktavian Putra Dewi Saktya, Ferdinandus Hindiarto dan Th. Dewi Setyorini *Pengaruh Pelatihan Keterampilan menjual Terhadap Peningkatan Kinerja Penjualan Staf Marketing PT.BPR Mekar Nugraha*
- Dr. H. A. Rusdiana, Drs., M.M.(2013) *Buku Teori Dan Praktek Kewirausahaan*