

# **PENGARUH SISTEM PEMBINAAN, TINGKAT PENGETAHUAN DAN TEKNIK PENJUALAN TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA KELOMPOK UMK WARUNG CETAAARRR DI JAWA BARAT**

**Didit Aditya Pradana<sup>1</sup>**

Program Studi Magister Manajemen,  
Pascasarjana, Universitas Langlangbuana  
diditadityapradana@gmail.com<sup>1</sup>

---

## **Abstract**

The management of micro and small enterprises (MSEs) in West Java is a challenge in itself in an effort to increase sales results for business actors. MSEs have the potential to provide extensive economic services to the community. DP3AKB West Java has a role in the development and guidance of MSEs through a program called Warung Cetaaarr. However, the sales results of Warung Cetaaarr for one year experienced unstable fluctuations. This indicates that there are still challenges to overcome in improving sales performance in this program. This study was conducted to prove that the influence of the coaching system, level of knowledge and sales techniques have a positive and significant influence on sales results. The research method used is quantitative research method with a total of 50 respondents. The data were processed using SPSS instrument version 25 and hypothesis testing using path analysis. Based on the results of hypothesis testing, the study results show that the coaching system, knowledge level and sales techniques together have a positive relationship value to sales results in the Warung Cetaaarr MSE group. Furthermore, the coaching system and knowledge level partially have no significant effect on sales results, while sales techniques partially show a significant effect on sales results.

Keywords: Coaching System, Knowledge Level, Sales Techniques, Sales Results, MSMEs, SPSS, Path Analysis

## **Abstrak**

Pengelolaan usaha mikro kecil (UMK) di Jawa Barat merupakan tantangan tersendiri dalam upaya meningkatkan hasil penjualan bagi para pelaku usaha. UMK memiliki potensi untuk memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat. DP3AKB Jawa Barat memiliki peran dalam pengembangan dan pembinaan UMK melalui program bernama Warung Cetaaarr. Namun, hasil penjualan Warung Cetaaarr selama satu tahun mengalami fluktuasi yang tidak stabil. Ini menunjukkan bahwa masih ada tantangan yang harus diatasi dalam meningkatkan kinerja penjualan dalam program ini. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan bahwa pengaruh sistem pembinaan, tingkat pengetahuan dan teknik penjualan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 50 orang pelaku usaha. Data diolah dengan menggunakan instrument SPSS versi 25 dan pengujian hipotesis menggunakan analisis jalur. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, hasil studi menunjukkan sistem pembinaan, tingkat pengetahuan dan teknik penjualan secara bersama-sama memiliki nilai hubungan positif terhadap hasil penjualan pada kelompok UMK Warung Cetaaarr. Lebih lanjut, sistem pembinaan dan tingkat pengetahuan secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap hasil penjualan, sementara teknik penjualan secara parsial menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap hasil penjualan.

Kata Kunci: Sistem Pembinaan, Tingkat Pengetahuan, Teknik Penjualan, Hasil Penjualan, UMKM, SPSS, Analisis Jalur.

## **PENDAHULUAN**

Pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Jawa Barat merupakan sebuah tantangan karena terdapat kendala seperti keterbatasan modal, kesulitan pemasaran, dan kurangnya

pengetahuan bisnis, dengan kata lain provinsi Jawa Barat memiliki potensi besar dengan

622.225 UMK pada tahun 2021 (BPS, 2021). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM menegaskan peran vital UMKM dalam ekonomi regional. Pemerintah, melalui Undang-Undang tersebut, memiliki peran dalam membantu mengatasi kendala-kendala dengan pengembangan dan pembinaan UMKM. Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana Provinsi Jawa Barat turut berperan melalui program Warung Cetaaarr, yang merupakan implementasi dari program Perempuan Kepala Keluarga (PEKKA). PEKKA berfokus pada pemberdayaan ekonomi perempuan kepala keluarga yang tergabung dalam UMK.

Warung Cetaaarr bertujuan memberikan akses kepada perempuan kepala keluarga untuk menjual produk mandiri mereka dan meningkatkan penjualan. Meskipun memiliki beberapa kelompok usaha di bawah binaan DP3AKB Provinsi Jawa Barat, namun grafik penjualan Warung Cetaaarr menunjukkan fluktuasi selama tahun 2022. Peningkatan penjualan di Warung Cetaaarr diharapkan dapat membantu perekonomian perempuan kepala keluarga dan mendukung UMK yang dibina di provinsi Jawa Barat.

Kendala-kendala seperti keterbatasan pengetahuan, keterampilan manajerial, termasuk pengelolaan hasil penjualan yang dihadapi oleh pelaku usaha binaan UMK diharapkan dapat segera ditangani (Irawati, 2018). Pembinaan yang melibatkan peningkatan pengetahuan, keterampilan manajerial, dan teknik penjualan dianggap penting untuk meningkatkan hasil penjualan. Diperlukan pemahaman mendalam mengenai volume penjualan, tren pasar, dan pengembangan strategi penjualan yang efektif. Pengetahuan yang memadai dan pemahaman tentang teknik penjualan dapat membantu pelaku usaha UMK memanfaatkan sumber daya yang ada dengan efektif. Selain itu, eksekusi yang

baik melalui teknik penjualan yang efektif dan efisien dianggap penting. Teknik penjualan yang tepat dapat meningkatkan hasil penjualan dengan memahami produk, target pasar, membangun hubungan pelanggan, dan menciptakan strategi pemasaran yang kreatif (Yanuar, 2018).

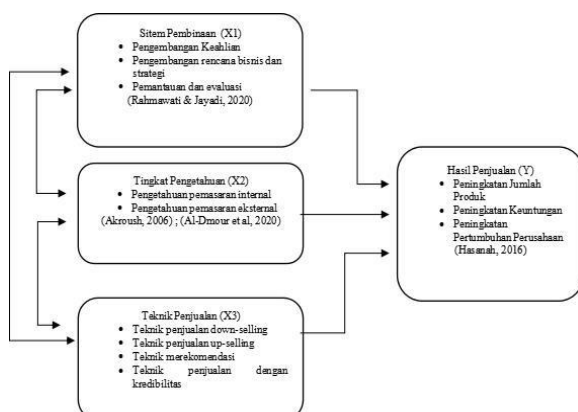
Sistem pembinaan dapat didefinisikan sebagai suatu kerangka atau struktur terorganisi yang melibatkan serangkaian kegiatan, program, dan interaksi yang bertujuan untuk memberikan bimbingan, pelatihan, pendampingan dan dukungan kepada individu atau kelompok dalam mencapai perkembangan, peningkatan kinerja dan pencapaian tujuan yang diinginkan (Farhan & Jamaluddin, 2019). Adapun Indikator sistem pembinaan seperti pengembangan keahlian dan pengetahuan, pengembangan rencana bisnis dan strategi, serta pemantauan dan Evaluasi (Rahmawati & Jayadi, 2020). Penelitian berjudul Penguatan Bidang Marketing dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan pada Kubah Konveksi Dengan Pelatihan Bisnis menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan kesadaran para peserta untuk meningkatkan volume penjualan mereka (Harissa, & Anggrahini, 2020).

Tingkat pengetahuan adalah kompilasi pengetahuan tentang semua jenis informasi yang mencakup pemahaman dan ingatan tentang langkah-langkah dalam berwirausaha. Hal ini mendorong seseorang untuk mengambil risiko dan memulai serta mengembangkan usaha tanpa ketakutan akan kegagalan (Anggraeni, 2015). Adapun indikator tingkat pengetahuan seperti pengetahuan pemasaran internal dan eksternal (Al-Dmour, Asfour, Al-Dmour, & Al-Dmour, 2020). Salah satu penelitian berjudul Pengaruh tingkat pengetahuan pelaku UMKM terhadap digitalisasi dalam bidang pemasaran (Studi kasus: Usaha mikro kecil dan menengah di Kota Malang) menyatakan bahwa tingkat pengetahuan berdampak positif terhadap digitalisasi dalam bidang pemasaran (Yanuar, 2018).

Teknik penjualan adalah strategi yang sering digunakan oleh banyak penjual

dalam menghadapi pasar. Dalam situasi normal, konsumen cenderung tidak akan secara spontan membeli produk. Biasanya, konsumen menunjukkan minat yang kurang kuat atau bahkan menunjukkan penolakan terhadap pembelian. Oleh karena itu, penjual harus aktif dalam melakukan upaya penjualan yang agresif dan promosi yang intensif (Swastha, 2005). Adapun indikator teknik penjualan seperti teknik penjualan down selling, up selling, kredibilitas dan rekomendasi (Kubiak, 2021). Terdapat sebuah penelitian meneliti pengaruh kapabilitas terkait penjualan dari organisasi penjualan personal terhadap kapabilitas penjualan individual, perilaku penjualan, dan kinerja penjualan dalam saluran penjualan personal kosmetik. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kedua jenis kapabilitas terkait penjualan (kapabilitas manajemen tenaga penjualan dan kapabilitas penjualan pribadi) masing-masing memiliki efek positif yang signifikan pada kapabilitas penjualan individu. Penelitian ini memasukkan kemampuan mencari pelanggan baru, termasuk melakukan berbagai aktivitas penjualan sebagai aspek dari kapabilitas penjualan (Yi, Cha, & Amenuvor, 2021).

Hasil penjualan adalah akhir pada pencapaian atau kinerja keseluruhan perusahaan yang dapat diukur dari segi pendapatan dan laba yang diperoleh melalui penjualan produk (Swastha, 2005). Adapun indikator hasil penjualan seperti peningkatan jumlah produk, peningkatan keuntungan dan pertumbuhan perusahaan (Hasanah, 2016).



Gambar 1 Model Hipotetik

## METODE

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan mengambil sampel dari populasi perempuan kepala keluarga yang tergabung dalam UMK warung Cetaaarr. Sampel penelitian terdiri dari 50 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara dan observasi. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis jalur, dan alat analisis yang digunakan adalah SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Tabel 1 Perhitungan Validitas

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.723	0.2535	Valid
X1.2	0.771	0.2535	Valid
X1.3	0.818	0.2535	Valid
X1.4	0.454	0.2535	Valid
X1.5	0.627	0.2535	Valid
X1.6	0.748	0.2535	Valid
X1.7	0.724	0.2535	Valid
X1.8	0.711	0.2535	Valid
X1.9	0.810	0.2535	Valid
X1.10	0.794	0.2535	Valid
X1.11	0.787	0.2535	Valid
X1.12	0.684	0.2535	Valid
X2.1	0.687	0.2535	Valid
X2.2	0.660	0.2535	Valid
X2.3	0.651	0.2535	Valid
X2.4	0.776	0.2535	Valid
X2.5	0.570	0.2535	Valid
X2.6	0.665	0.2535	Valid
X2.7	0.803	0.2535	Valid
X2.8	0.746	0.2535	Valid
X3.1	0.547	0.2535	Valid
X3.2	0.730	0.2535	Valid
X3.3	0.632	0.2535	Valid
X3.4	0.681	0.2535	Valid
X3.5	0.734	0.2535	Valid
X3.6	0.795	0.2535	Valid
X3.7	0.509	0.2535	Valid
Y.1	0.799	0.2535	Valid
Y.2	0.868	0.2535	Valid
Y.3	0.831	0.2535	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh indikator memiliki r Hitung yang lebih besar dari r Tabel, hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan pada kuesioner ini dinyatakan valid.

## Uji Reliabilitas

Tabel 2 Perhitungan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
X1	0.915	12	Reliable
X2	0.842	8	Reliable
X3	0.770	7	Reliable
Y	0.775	3	Reliable

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,70. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan pada kuesioner ini dinyatakan reliable.

## Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 <sup>a</sup>	.521	.490	1.31969

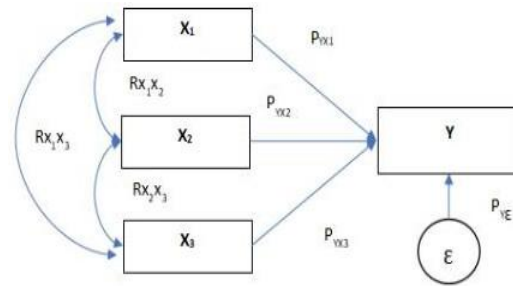
a. Predictors: (Constant), Teknik Penjualan, Sistem Pembinaan, Tingkat Pengetahuan

Gambar 2 Perhitungan Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa hubungan antara Sistem Pembinaan (X1), Tingkat Pengetahuan (X2) dan Teknik Penjualan (X3) secara bersama-sama (simultan) terhadap Hasil Penjualan sebesar ditunjukkan oleh nilai koefisien r square atau R<sup>2</sup> sebesar 0,521 atau 0,521 x 100% =52,1%.

Sisanya sebesar 100% - 52,1% = 47,9% adalah pengaruh variabel lain yang tidak diteliti atau diluar penelitian.

Analisis Jalur



Gambar 3 Analisis Jalur

Tabel 3 Perhitungan ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	87.107	3	29.036	16.672	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	80.113	46	1.742		
	Total	167.220	49			

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

b. Predictors: (Constant), Teknik Penjualan, Sistem Pembinaan, Tingkat Pengetahuan

Tabel 4 Perhitungan Koefisien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.213	1.715		.124	.902
	Sistem Pembinaan	.034	.038	.111	.916	.364
	Tingkat Pengetahuan	.032	.072	.070	.446	.658
	Teknik Penjualan	.285	.073	.606	3.914	<.001

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

## Pengaruh Sistem Pembinaan, Tingkat Pengetahuan dan Teknik Penjualan Terhadap Hasil Penjualan

Kriteria pengujian adalah jika Sig > 0,05 maka hipotesis penelitian ditolak. Berdasarkan perhitungan SPSS dimana Sig. 0.001 lebih kecil dari 0.05. Maka H1 diterima yang artinya Sistem Pembinaan (X1), Tingkat Pengetahuan (X2), dan Teknik Penjualan (X3) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap Hasil Penjualan.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan bahwa Sistem Pembinaan, Tingkat Pengetahuan, dan Teknik Penjualan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Hasil Penjualan Warung Cetaaarr.

Berdasarkan hasil penelitian, hal tersebut terjadi dikarenakan dengan adanya pembinaan yang disampaikan secara tepat kepada pelaku usaha, yang mencakup berbagai aspek seperti pelatihan, akses

informasi, dan sebagainya, yang tentunya didukung dengan pengetahuan mengenai produk yang mereka jual, ditambah dengan penggunaan teknik-teknik penjualan yang dimiliki oleh para pelaku usaha tersebut, maka hasil penjualan mereka dapat ditingkatkan secara signifikan.

### **Pengaruh Sistem Pembinaan Terhadap Hasil Penjualan**

Kriteria pengujian adalah jika  $Sig > 0,05$ . Berdasarkan perhitungan SPSS dimana  $Sig. 0.364$  lebih besar dari  $0.05$ . Maka berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa koefisien jalur Sistem Pembinaan ke Hasil Penjualan sebesar  $0.111$  hipotesis ditolak. Dengan demikian keputusannya ialah hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh sistem pembinaan secara parsial terhadap hasil penjualan ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian, sistem pembinaan yang dilakukan oleh DP3AKB tidak berpengaruh terhadap hasil penjualan Warung Cetaaarr, hal ini dikarenakan Sistem Pembinaan yang difasilitasi oleh DP3AKB tidak terfokus pada permasalahan didalam penjualan Warung Cetaaarr, kurangnya frekuensi pembinaan yang diadakan oleh DP3AKB, dan hasil binaan dirasa kurang berdampak pada hasil penjualan.

### **Pengaruh Tingkat Pengetahuan Terhadap Hasil Penjualan**

Kriteria pengujian adalah jika  $Sig > 0,05$  maka hipotesis penelitian ditolak. Berdasarkan perhitungan SPSS dimana  $Sig. 0.658$  lebih besar dari  $0.05$ . Maka berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa koefisien jalur Tingkat Pengetahuan ke Hasil Penjualan sebesar  $0.070$  hipotesis ditolak. Dengan demikian keputusannya ialah hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh tingkat pengetahuan secara parsial terhadap hasil penjualan ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok Binaan Warung Cetaaarr merasa kurang memahami pemilihan media platform dalam mempromosikan produk mereka, dan

kelompok Binaan Warung Cetaaarr merasa kurang memahami manajemen keuangan arus kas.

### **Pengaruh Teknik Penjualan Terhadap Hasil Penjualan**

Kriteria pengujian adalah jika  $Sig > 0,05$  maka hipotesis penelitian ditolak. Berdasarkan perhitungan SPSS dimana  $Sig. 0.01$  lebih kecil dari  $0.05$ . Maka berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa koefisien jalur Teknik Penjualan ke Hasil Penjualan sebesar  $0.606$  hipotesis diterima. Dengan demikian keputusannya ialah hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh teknik penjualan secara parsial terhadap hasil penjualan dapat diterima.

Berdasarkan hasil penelitian, teknik penjualan memiliki pengaruh terhadap hasil penjualan dikarenakan kelompok Binaan Warung Cetaaarr merasa sering melakukan penjualan secara tatap muka serta kelompok Binaan Warung Cetaaarr merasa rekomendasi pelanggan berperan dalam hasil penjualan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Sistem pembinaan, tingkat pengetahuan dan teknik penjualan secara bersama-sama mempengaruhi hasil penjualan Warung Cetaaarr, tetapi memiliki nilai signifikansi yang berbeda antara sistem pembinaan, tingkat pengetahuan dan teknik penjualan. Artinya sistem pembinaan yang baik, tingkat pengetahuan yang baik dan teknik penjualan yang baik dapat meningkatkan hasil penjualan Warung Cetaaarr.
2. Sistem pembinaan yang diberikan DP3AKB terhadap kelompok Binaan Warung Cetaaarr tidak berdampak terhadap hasil penjualan Warung Cetaaarr dikarenakan kurangnya



frekuensi pembinaan yang dilakukan. Artinya sistem pembinaan yang dilakukan oleh DP3AKB terhadap kelompok Warung Cetaaarr belum dapat meningkatkan penjualan.

3. Tingkat pengetahuan yang dimiliki Warung Cetaaarr tidak berdampak terhadap hasil penjualan Warung Cetaaarr. dikarenakan mayoritas pelaku usaha Warung Cetaaarr beradaditingkat SMA/Sederajat yang belum menguasai tentang pengelolaan keuangan. Artinya tingkat pengetahuan yang dimiliki kelompok UMK Warung Cetaaarr belum dapat meningkatkan penjualan.
4. Teknik penjualan yang dilakukan oleh Warung Cetaaarr mempengaruhi hasil penjualan Warung Cetaaarr. Artinya Teknik penjualan yang dilakukan oleh Warung Cetaaarr dengan tatap muka secara langsung dengan pelanggan dan menerapkan rekomendasi dari pelanggan lainnya mampu meningkatkan hasil penjualan mereka.

### Saran

Harapannya penelitian ini dapat memberikan masukan tindak lanjut, seperti:

1. Sistem pembinaan, tingkat pengetahuan dan Teknik penjualan yang dimiliki oleh Warung Cetaaarr sudah cukup baik, namun sebaiknya perlu ditingkatkan dari segi frekuensi pelatihan, penambahan pengetahuan, dan mengembangkan Teknik penjualan agar dapat meningkatkan penjualan Warung Cetaaarr
2. Sistem pembinaan yang diberikan oleh DP3AKB Provinsi Jawa Barat sudah cukup baik, namun perlu ditingkatkan frekuensi pembinaan melalui pelatihan-pelatihan yang difokuskan pada peningkatan hasil penjualan Warung Cetaaarr serta sebaiknya dilakukan evaluasi dalam kualitas produk seperti variasi produk, kemasan yang menarik, dan harga yang kompetitif dalam jangka waktu tertentu.
3. Tingkat pengetahuan Warung Cetaaarr yang saat ini mayoritas berpendidikan SMA/ sederajat sudah cukup baik,

namun perlu dipertimbangkan bagi DP3AKB Provinsi Jawa Barat untuk merekrut anggota Warung Cetaaarr yang memiliki Pendidikan lebih tinggi agar pemahaman mengenai pengelolaan keuangan lebih mudah diterima dan diimplementasikan pada usaha Warung Cetaaarr, serta sebaiknya dilakukan penambahan wawasan pengetahuan mengenai digital marketing baik melalui media sosial maupun e-commerce guna meningkatkan hasil penjualan.

4. Teknik penjualan yang dilakukan oleh Warung Cetaaarr sudah baik, dan perlu dipertahankan agar hasil penjualan Warung Cetaaarr terus meningkat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Dmour, H., Asfour, F., Al-Dmour, R., & Al-Dmour, A. (2020). The effect of marketing knowledge management on bank performance through fintech innovations: A survey study of Jordanian commercial banks. *15*(1), 203–225.
- Anggraeni, B. (2015). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Islam Nusantara Comal Kabupaten Pemalang. *10*(1), 42-52.
- BPS. (2021, Juni 20). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved from Usaha Mikro dan Kecil: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- Farhan, M., & Jamaluddin, N. (2019). A Conceptual Review on Entrepreneurship Education and Business Incubator Programs. *22*(1).
- Harissa, P., & Anggrahini, M. (2020). Penguatan bidang marketing dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada kubah konveksi dengan pelatihan bisnis. *6*(2), 101–106.
- Hasanah, T. (2016). Volume penjualan berdasarkan kualitas produk, promosi dan saluran distribusi. *2*(2), 159–171.
- Irawati, R. (2018). Pengaruh pelatihan dan pembinaan terhadap pengembangan usaha kecil. *12*(1).

- Kubiak, B. (2021). Cross- and up-selling techniques in e-commerce activities. *15(3)*, 1–7.
- Rahmawati, Y., & Jayadi, H. (2020). The Role of Entrepreneurship Education in Entrepreneurial Intention. *23(2)*.
- Swastha, B. (2005). *Asas-asas marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Yanuar, M. (2018). Pengaruh tingkat pengetahuan pelaku UMKM terhadap digitalisasi dalam bidang pemasaran (Studi kasus: Usaha mikro kecil dan menengah di Kota Malang). *6(2)*, 1–15.
- Yi, H., Cha, Y., & Amenuvor, F. (2021). Effects of sales-related capabilities of personal selling organizations on individual sales capability, sales behaviors and sales performance in cosmetics personal selling channels. *13(7)*, 1–21.