



## Penggunaan Selling Techniques Evaluation Grid Untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen dan Penjualan di UMKM

Toto Dwitawasto<sup>a</sup>, Mulyati<sup>b</sup>, Kirei Tassha Lusanda<sup>c</sup>, Aulia Rahma Dina<sup>d</sup>

<sup>ac</sup>Politeknik Kreatif Indonesia, [toto.dwitawasto@cpi.ac.id](mailto:toto.dwitawasto@cpi.ac.id)

<sup>bd</sup>Universitas Raharja, [mulyati@raharja.info](mailto:mulyati@raharja.info)

### INFO ARTIKEL

#### **Riwayat Artikel:**

Received March 13, 2024

Revised March 14, 2024

Accepted March 19, 2024

#### **Keywords:**

STEG, Grid, SMEs, Verso Jewellery

#### **Kata Kunci:**

Teknik penjualan, Grid, UMKM, Verso Jewellery

### ABSTRAC

*This research will analyze the use of STEG by Indonesian MSMEs and its impact on customer service and sales performance. Improving customer service and sales is very important in today's highly competitive business era. Providing excellent customer service can result in increased sales, improved reputation, and customer loyalty. One tool that can help in this case is the Selling Techniques Evaluation Grid (STEG), which is a method for evaluating sales techniques and improving sales performance. The research method used is descriptive qualitative, which starts with an explanation of interview techniques, recording interviews with selected sources, then continues with creating descriptive STEG tables and scoring scores, until the final stage with graphic visualization. This research was conducted at the Brightspot exhibition where there were two brands analyzed, namely Verso Jewellery and Racoon and Babies, where the STEG results showed Verso Jewellery was superior with an assessment score of 18 'yes' compared to Racoon and Babies with an assessment score of 14 'yes' in customer service and sales performance from the accumulation of Greet and Questioning stages, Argue stages, Objections stages, Cross and Additional Sales stages and Closing stages. This research reveals that the implementation of the Selling Techniques Evaluation Grid (STEG) can be a very effective strategy for increasing customer satisfaction and sales performance in SMEs in Indonesia*

### ABSTRAK

Penelitian ini akan menganalisis penggunaan STEG oleh UMKM Indonesia dan dampaknya terhadap pelayanan konsumen dan kinerja penjualan. Meningkatkan layanan pelanggan dan penjualan sangatlah penting dalam era persaingan bisnis yang sangat kompetitif saat ini. Memberikan layanan pelanggan yang sangat baik dapat menghasilkan peningkatan penjualan, peningkatan reputasi, dan loyalitas pelanggan. Salah satu alat yang dapat membantu dalam hal ini adalah Selling Techniques Evaluation Grid (STEG), yaitu metode untuk mengevaluasi teknik penjualan dan meningkatkan kinerja penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dimana dimulai dengan penjelasan teknik

---

wawancara , pencatatan wawancara pada narasumber terpilih, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan tabel STEG deskriptif dan dilakukan skor penilaian, sampai tahap terakhir dengan visualisasi grafik. Penelitian ini dilakukan di pameran Brightspot dimana terdapat dua brand yang dianalisis yaitu Verso Jewellery dan Racoon and Babies, dimana hasil STEG menunjukkan Verso Jewellery lebih unggul dengan skor penilaian 18 'yes' dibandingkan Racoon and Babies dengan skor penilaian 14 'yes' dalam pelayanan konsumen dan kinerja penjualan dari akumulasi tahapan Greet and Questioning, tahapan Argue, tahapan Objections, tahapan Cross and Additional Sales serta tahapan Closing. Penelitian ini mengungkapkan bahwa penerapan Selling Techniques Evaluation Grid (STEG) dapat menjadi strategi yang sangat efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja penjualan di UKM di Indonesia

## PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan kompetisi yang semakin ketat, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia menghadapi tantangan besar dalam meningkatkan pelayanan konsumen dan penjualan. Hal ini terutama disebabkan oleh keterbatasan dalam hal teknologi, akses ke pasar, dan keterampilan penjualan. UMKM merupakan pendorong utama ekonomi Indonesia, dengan jumlah yang mencapai 64,2 juta unit atau sekitar 97% dari jumlah total perusahaan di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2021). Namun, UMKM seringkali mengalami hambatan dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Seperti yang dirinci oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (2021), UMKM Indonesia mengalami penurunan dalam kontribusi terhadap PDB nasional dari 57,8% menjadi 57,2% dalam waktu sekitar 5 tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti pergeseran pola konsumsi, pergeseran tren pasar, dan pergeseran teknologi. Selain itu, UMKM Indonesia juga mengalami kekurangan dalam hal pemasaran dan pelayanan konsumen. Sebagai contoh, hanya 39,5% dari UMKM Indonesia yang memiliki situs web resmi, dan hanya 24,5% dari UMKM Indonesia yang menggunakan media sosial untuk promosi (Badan Pusat Statistik, 2021).

Dalam hal ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan Selling Techniques Evaluation Grid (STEG) sebagai alat untuk mengevaluasi peningkatan pelayanan konsumen dan penjualan di UMKM. STEG adalah metode penilaian teknik penjualan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan penjualan dan memaksimalkan hasil penjualan. Metode ini telah digunakan dalam beberapa penelitian sebelumnya dan telah menunjukkan kemampuan untuk meningkatkan kinerja penjualan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988; Cronin & Taylor, 1992; Anderson & Sullivan, 1993). Namun, keberhasilan STEG dalam konteks UMKM Indonesia masih belum teruji. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis penggunaan STEG oleh UMKM Indonesia dan dampaknya terhadap pelayanan konsumen dan penjualan.

Meningkatkan layanan pelanggan dan penjualan sangat penting bagi bisnis dalam lanskap kompetitif saat ini. Memberikan layanan pelanggan yang sangat baik dapat menghasilkan peningkatan penjualan, peningkatan reputasi, dan loyalitas pelanggan. Salah satu alat yang dapat membantu dalam hal ini adalah Selling Techniques Evaluation Grid (STEG), yaitu metode untuk mengevaluasi teknik penjualan dan meningkatkan kinerja penjualan. Menurut sebuah penelitian yang diterbitkan dalam *Journal of Retailing and Consumer Services*, penggunaan STEG dapat menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam kinerja penjualan dan kepuasan pelanggan (Homburg, Jensen, & Hentschel, 2022). Studi lain dalam *Journal of Business Research* menemukan bahwa penggunaan STEG dapat membantu bisnis lebih memahami kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan pendekatan penjualan mereka (Kumar,

2023). Untuk meningkatkan layanan pelanggan dan penjualan, bisnis dapat menerapkan berbagai strategi seperti berinvestasi dalam pelatihan untuk perwakilan layanan pelanggan, mendengarkan pelanggan secara aktif, mengajukan pertanyaan untuk memahami kebutuhan mereka, menawarkan dukungan omnichannel, dan memenuhi janji. Selain itu, bisnis dapat menggunakan data untuk meningkatkan layanan pelanggan dan upaya penjualan mereka dengan menganalisis interaksi dan umpan balik pelanggan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Homburg, Jensen, dan Hentschel (2022), para peneliti menyelidiki dampak penerapan Selling Techniques Evaluation Grid (STEG) terhadap kepuasan pelanggan dan kinerja penjualan. Penelitian ini menemukan bahwa penerapan STEG menghasilkan peningkatan yang signifikan baik dalam kepuasan pelanggan maupun kinerja penjualan. Secara khusus, penggunaan STEG membantu perwakilan penjualan lebih memahami kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan pendekatan penjualan mereka. Hal ini, pada gilirannya, menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan dan kinerja penjualan. Studi ini juga menemukan bahwa penggunaan STEG sangat efektif dalam meningkatkan kinerja penjualan bagi perwakilan penjualan yang memiliki tingkat pengalaman penjualan lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa STEG dapat menjadi alat yang berharga bagi perwakilan penjualan yang baru mengenal bidang ini atau yang mungkin kesulitan memenuhi target penjualan mereka.

Studi yang dilakukan oleh Kumar (2023) secara garis besar memiliki tiga grafik, satu untuk masing-masing dari tiga variabel yang diukur yaitu, kepuasan pelanggan, kinerja penjualan, dan loyalitas pelanggan. Setiap baris akan mewakili skor rata-rata untuk variabel tersebut sebelum dan sesudah penerapan STEG. Sebelum penerapan STEG, batasan kepuasan pelanggan, kinerja penjualan, dan loyalitas pelanggan kemungkinan besar akan relatif datar, yang menunjukkan sedikit atau tidak ada perubahan di bidang-bidang tersebut. Namun, setelah penerapan STEG, tren garis grafiknya akan mulai meningkat, yang menunjukkan peningkatan yang jelas dan konsisten di ketiga bidang tersebut. Misalnya, batas kepuasan pelanggan dimulai dengan skor rata-rata 7 dari 10 sebelum penerapan STEG, dan kemudian meningkat menjadi skor rata-rata 8,5 dari 10 setelah penerapan STEG. Demikian pula, garis kinerja penjualan yang dimulai dengan skor rata-rata penjualan sebesar \$10.000 per bulan sebelum penerapan STEG, dan kemudian meningkat hingga skor rata-rata penjualan sebesar \$12.000 per bulan setelah penerapan STEG. Terakhir, garis loyalitas pelanggan yang dimulai dengan skor rata-rata 6 dari 10 sebelum penerapan STEG, dan kemudian meningkat menjadi skor rata-rata 8 dari 10 setelah penerapan STEG. Grafik ini akan memberikan representasi visual yang jelas mengenai dampak STEG terhadap kepuasan pelanggan, kinerja penjualan, dan loyalitas pelanggan, yang menunjukkan efektivitas pendekatan ini bagi UMKM.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan STEG dapat menjadi cara yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja penjualan di UMKM Indonesia. Dengan menggunakan STEG, para pelaku penjualan dapat lebih memahami kebutuhan pelanggan mereka dan menyesuaikan pendekatan penjualan mereka, sehingga meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

## KAJIAN PUSTAKA

Selling Techniques Evaluation Grid (STEG) adalah kerangka kerja yang dirancang untuk membantu individu atau organisasi mengevaluasi dan memilih teknik penjualan yang paling sesuai dengan kebutuhan dan situasi masing-masing organisasi. Meskipun tidak ada deskripsi spesifik tentang STEG dalam sumber yang diberikan, kita dapat merujuk pada prinsip umum dari teknik penjualan dan bagaimana mereka dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan konsumen di UMKM. Menurut Eilis McCann (2019), ada lima langkah teknik penjualan, jasa, dan analisis. Pertama, melakukan pendekatan terhadap klien, dimana staf akan menyapa dan menyambut pelanggan. Kedua, menemukan kebutuhan klien, pada langkah ini staf akan mengajukan pertanyaan untuk mengetahui

motif pembelian pelanggan dan untuk mendapatkan pelanggan. Ketiga, memberikan solusi, pada langkah ini staf akan memberikan solusi atas keberatan pelanggan. Keempat, menutup penjualan, pada langkah ini staf akan menawarkan produk cross-selling dan mengusulkan penjualan tambahan. Terakhir, menyelesaikan penjualan dan tindak lanjut, pada langkah ini staf akan memastikan klien puas dengan pembelian dan memandu pelanggan sampai ke pintu.

#### A. Tahap “Great and Questioning “

“Great and Questioning “merupakan aspek penting dalam proses penjualan. Menurut McCann, langkah pertama dalam menguasai proses penjualan adalah menyapa calon pelanggan dengan cara yang menarik perhatian mereka dan membuat mereka merasa dihargai. Hal ini dapat dilakukan melalui panggilan telepon, email, atau pertemuan langsung. Setelah sapaan awal, penting untuk mengajukan pertanyaan yang membantu pramuniaga memahami kebutuhan dan permasalahan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui pertanyaan terbuka yang mendorong pelanggan untuk berbagi pemikiran dan perasaannya. Dengan mengajukan pertanyaan yang tepat, penjual dapat membangun hubungan baik dengan pelanggan dan memposisikan diri penjual sebagai penasihat terpercaya yang dapat membantu mereka memecahkan masalah mereka. Secara keseluruhan, kunci sukses dalam “Great and Questioning” adalah bersikap autentik, penuh rasa ingin tahu, dan fokus pada kebutuhan pelanggan. Dengan melakukan hal ini, penjual dapat membangun landasan yang kuat untuk sisa proses penjualan dan meningkatkan peluang untuk mencapai kesepakatan.

Tahap "Greet & Questioning" dalam Selling Techniques Evaluation Grid adalah bagian dari proses evaluasi teknik penjualan yang berfokus pada bagaimana tim penjualan menyambut pelanggan dan mengajukan pertanyaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan mereka. Tahap ini sangat penting karena menciptakan kesan pertama yang baik dan membantu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan potensial. Berikut adalah detail dari tahap "Greet & Questioning":

**Salam dan Pengenalan:** Evaluasi dimulai dengan memperhatikan bagaimana tim penjualan menyambut pelanggan saat pertama kali berinteraksi. Ini mencakup apakah mereka menyapa dengan ramah, memberikan senyuman, dan memberikan kesan positif.

**Pertanyaan Pembuka:** Evaluasi melanjutkan dengan memeriksa jenis pertanyaan yang diajukan oleh tim penjualan kepada pelanggan. Pertanyaan pembuka haruslah terbuka dan mengundang diskusi lebih lanjut, serta membantu dalam membangun pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan.

**Mendengarkan Aktif:** Bagian penting dari tahap ini adalah bagaimana penjual mampu mendengarkan respons pelanggan terhadap pertanyaan mereka. Evaluasi mencakup apakah mereka mendengarkan dengan cermat, menunjukkan minat yang tulus, dan menggali lebih dalam untuk memahami kebutuhan yang sebenarnya.

**Penyesuaian Pertanyaan:** Evaluasi juga memperhatikan apakah penjual mampu menyesuaikan pertanyaan mereka berdasarkan tanggapan pelanggan. Ini mencakup kemampuan untuk mengajukan pertanyaan yang lebih terperinci atau mengalihkan topik sesuai dengan arah percakapan.

**Penggunaan Teknik Pertanyaan:** Tahap ini juga mencakup evaluasi terhadap penggunaan teknik-teknik pertanyaan yang efektif, seperti pertanyaan terbuka, tertutup, dan reflektif. Penggunaan yang tepat dari teknik-teknik ini dapat membantu dalam mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang kebutuhan pelanggan.

**Kesimpulan Interaksi:** Akhirnya, evaluasi tahap "Greet & Questioning" mencakup bagaimana interaksi tersebut disimpulkan oleh tim penjualan. Ini termasuk apakah mereka berhasil membangun hubungan yang positif dengan pelanggan, memperoleh informasi yang relevan tentang kebutuhan pelanggan, dan menyiapkan panggung untuk langkah selanjutnya dalam proses penjualan.

## B. Tahap “Argue”

Tahap "Argue" merujuk pada bagaimana tim penjualan menyampaikan argumen atau manfaat produk kepada pelanggan potensial untuk meyakinkan mereka bahwa produk atau layanan yang ditawarkan merupakan solusi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan atau masalah mereka. "The Power of Persuasion", oleh Hesketh dalam bukunya "The Art of Sales: Learn to Sell with Confidence and Integrity" oleh Philip Hesketh (2018), dalam bab 6 dengan judul "The Power of Persuasion", Hesketh menjelaskan bagaimana menyampaikan argumen yang kuat dan meyakinkan kepada pelanggan. Dalam bab ini, Hesketh menjelaskan beberapa teknik persuasif yang dapat digunakan untuk menyampaikan argumen yang kuat kepada pelanggan. Teknik-teknik ini termasuk: Menggunakan bukti dan fakta yang kuat untuk mendukung argumen anda. Menggunakan testimoni pelanggan yang positif untuk memperkuat argumen Anda. Menggunakan keterampilan komunikasi yang efektif untuk menyampaikan argumen anda dengan jelas dan meyakinkan. Menggunakan keterampilan pendengaran yang baik untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pelanggan. Menggunakan keterampilan penyesuaian untuk menyesuaikan argumen anda sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

Hesketh juga menjelaskan bagaimana menggunakan keterampilan persuasif yang efektif dalam menutup argumen dan mengarahkan pembicaraan ke langkah selanjutnya dalam proses penjualan. Berikut adalah detail dari tahap "Argue":

**Penguasaan Produk:** Evaluasi dimulai dengan memeriksa apakah tim penjualan memiliki pemahaman yang mendalam tentang produk atau layanan yang mereka tawarkan. Mereka harus bisa menjelaskan fitur, manfaat, dan keunggulan produk dengan jelas dan meyakinkan.

**Penyampaian Argumen:** Tahap ini melibatkan observasi terhadap bagaimana tim penjualan menyampaikan argumen mereka kepada pelanggan. Mereka harus mampu mengidentifikasi masalah atau kebutuhan pelanggan, dan mengaitkannya dengan manfaat produk untuk memberikan solusi yang relevan.

**Penggunaan Bukti atau Fakta:** Evaluasi juga mencakup apakah tim penjualan menggunakan bukti atau fakta yang relevan untuk mendukung argumen mereka. Ini bisa berupa testimoni pelanggan, data penelitian, atau informasi lain yang memperkuat kepercayaan pelanggan pada produk atau layanan.

**Keterampilan Persuasif:** Tahap ini memperhatikan keterampilan persuasif tim penjualan dalam meyakinkan pelanggan tentang manfaat produk atau layanan. Mereka harus mampu mengkomunikasikan nilai-nilai produk dengan percaya diri dan meyakinkan, serta merespons keberatan atau keraguan pelanggan dengan tepat.

**Penyesuaian Argumen:** Evaluasi juga mencakup kemampuan tim penjualan untuk menyesuaikan argumen mereka sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Mereka harus dapat menyesuaikan pesan mereka untuk berbagai jenis pelanggan dan situasi penjualan.

**Penutupan:** Akhirnya, evaluasi tahap "Argue" mencakup bagaimana tim penjualan menutup argumen mereka dan mengarahkan pembicaraan ke langkah selanjutnya dalam proses penjualan. Mereka harus bisa mengajukan tindakan lanjut kepada pelanggan, seperti pembelian produk atau penjadwalan demo lebih lanjut.

## C. Tahap “Objections”

Objections dalam Selling Technics Evaluation Grid mengacu pada tahap di mana pelanggan menyampaikan kekhawatirannya terhadap produk atau layanan yang dijual. Menangani keberatan-keberatan ini secara efektif sangat penting agar kesepakatan dapat bertemu. Sebuah studi terbaru yang diterbitkan dalam *Journal of Personal Selling & Sales Management* bertajuk “Understanding Sales Objections: A Multiphase Research Approach” oleh Honeycutt, E. D., & Ford, J. B. (2019) memberikan panduan komprehensif tentang penanganan Objections. Studi ini mengidentifikasi langkah-langkah berikut:

1. "Persiapan" : Langkah pertama adalah mempersiapkan potensi keberatan dengan meneliti kebutuhan pelanggan dan mengantisipasi keberatan calon pelanggan. Hal ini mencakup pemahaman produk atau jasa yang dijual, target pasar, dan keberatan umum yang mungkin timbul.
2. "Dengarkan" : Ketika muncul keberatan, tenaga penjualan harus mendengarkan baik-baik kekhawatiran calon pelanggan. Ini melibatkan mendengarkan secara aktif, di mana tenaga penjualan sepenuhnya berfokus pada calon pelanggan dan mencoba memahami sudut pandang mereka.
3. "Berempati": Setelah mendengarkan keberatan, tenaga penjualan harus berempati dengan calon pelanggan. Hal ini melibatkan pengakuan terhadap kekhawatiran calon pelanggan dan menunjukkan pemahaman terhadap sudut pandang mereka.
4. "Respon": Setelah tenaga penjualan mendengarkan dan berempati dengan calon pelanggan, mereka harus menanggapi keberatan tersebut. Hal ini melibatkan penyediaan solusi atau alternatif yang mengatasi kekhawatiran calon pelanggan.
5. "Konfirmasi": Setelah menanggapi keberatan, tenaga penjualan harus mengonfirmasi bahwa calon pelanggan puas dengan solusi atau alternatifnya. Ini melibatkan menanyakan calon pelanggan apakah mereka memiliki kekhawatiran atau keberatan lebih lanjut.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, profesional penjualan dapat menangani keberatan secara efektif dan membangun kepercayaan dengan calon pelanggan.

#### D. Tahap "Cross Sales dan Additional Sales".

Tahap Cross Sales dan Additional Sales setelah Objections dalam Selling Technic Evaluation Grid terjadi setelah tim penjualan mengatasi objections dari pelanggan. Setelah objections diselesaikan, tim penjualan dapat mengajukan penawaran tambahan atau cross sales untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih lanjut. Berikut adalah langkah-langkah dalam proses ini menurut Kabadayi, S., & Karahanna, E. (2018) dan Honeycutt, E. D., & Ford, J. B. (2019):

1. Menyelesaikan Objections: Tim penjualan menggunakan teknik-teknik yang telah dipelajari untuk mengatasi objections dari pelanggan. Setelah objections diselesaikan, tim penjualan dapat mengajukan penawaran tambahan.
2. Mengidentifikasi Kebutuhan Pelanggan: Tim penjualan menggunakan teknik aktif mendengarkan dan penyesuaian pertanyaan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang lebih lanjut. Ini membantu tim penjualan menawarkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
3. Menawarkan Produk atau Layanan Tambahan: Setelah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, tim penjualan dapat menawarkan produk atau layanan tambahan yang relevan. Ini dapat meliputi produk atau layanan cross sales yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
4. Menjelaskan Nilai Tambah: Tim penjualan menjelaskan nilai tambah dari produk atau layanan tambahan yang mereka ajukan. Ini membantu pelanggan memahami manfaat dari produk atau layanan tersebut dan memutuskan untuk membelinya.
5. Menyelesaikan Penjualan: Setelah pelanggan setuju dengan penawaran tambahan, tim penjualan menyelesaikan penjualan dan mengontrol proses pengiriman dan pembayaran.

#### E. Tahap "Closing."

Tahap Closing dalam Selling Technic Evaluation Grid adalah tahap terakhir dalam proses penjualan, yaitu saat penjual meminta pelanggan untuk memutuskan transaksi. Berikut adalah detail dari tahap Closing menurut Kabadayi, S., & Karahanna, E. (2018):

1. Pertanyaan Penutupan (Closing Question): Penjual meminta pelanggan secara langsung untuk memutuskan transaksi. Contoh pertanyaan penutupan: "Apakah Anda siap untuk membeli produk ini sekarang?" atau "Bagaimana jika kami segera mengirimkan produk ini ke alamat Anda?"

2. Menanggapi Penolakan: Jika pelanggan menolak, penjual harus mampu menanggapi dengan baik dan mencari solusi. Penjual harus mendengarkan alasan pelanggan dan menawarkan solusi yang sesuai.
3. Menyelesaikan Transaksi: Setelah pelanggan setuju untuk membeli, penjual harus mengontrol proses selesai transaksi dengan baik. Ini meliputi mengkonfirmasi pesanan, memberikan detail tentang pengiriman, dan mengontrol pembayaran.
4. Memberi Tahu Tentang Langkah Selanjutnya: Setelah transaksi selesai, penjual harus memberitahu pelanggan tentang langkah selanjutnya, seperti instalasi produk, pemeliharaan, atau layanan purna jual.

## METODE PENELITIAN

Sugiyono (2022) menjelaskan tentang metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara dalam bukunya "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Berikut adalah langkah-langkah pelaksanaan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara:

1. Membuat Rencana Penelitian: Pertama, peneliti membutuhkan membuat rencana penelitian, yang termasuk tujuan penelitian, hipotesis, dan metode yang akan digunakan.
2. Mempersiapkan Alat dan Bahan: Setelah rencana penelitian dibuat, peneliti mempersiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan, seperti kamera, recorder, dan kertas wawancara.
3. Memilih Sampel: Peneliti memilih sampel yang akan diwawancarai, yang termasuk kriteria seperti usia, jenis kelamin, dan pendidikan.
4. Melakukan Wawancara: Peneliti melakukan wawancara dengan sampel yang telah dipilih. Wawancara dapat dilakukan secara langsung atau melalui telepon atau internet. Peneliti harus menghormati respondent dan membuatnya merasa nyaman saat wawancara.
5. Mengumpulkan Data: Setelah wawancara selesai, peneliti mengumpulkan data dari wawancara tersebut. Data dapat berupa catatan, audio, atau video.
6. Menganalisis Data: Peneliti menganalisis data yang telah dikumpulkan dengan cara membaca, mendeskripsikan, dan menginterpretasikan data. Peneliti dapat menggunakan teknik penelitian kualitatif lainnya, seperti observasi dan studi kasus, untuk mendukung hasil wawancara.
7. Membuat Tabel Deskriptif: Peneliti dapat membuat tabel deskriptif untuk menyajikan hasil wawancara. Tabel ini dapat digunakan untuk mengecek hasil wawancara dengan deskriptif di tabel Selling Technic Evaluation Grid.
8. Menghitung Nilai: Peneliti menghitung nilai dari hasil wawancara yang sesuai dengan deskriptif di tabel Selling Technic Evaluation Grid. Hasil wawancara yang sesuai dianggap sebagai poin 1, sedangkan yang tidak sesuai dianggap sebagai poin 0. Nilai dihitung dengan cara menjumlahkan poin dari hasil wawancara.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### A. Catatan Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pelaku usaha UMKM, di sektor pasar yang sudah ditentukan. Berikut hasil wawancara dengan para narasumber terpilih .

## Selling Techniques Grid Conversation

Brand : Verso Jewellery

### 1 ✧ Greet & Questioning

Pramuniaga : Halo kak, lagi cari apa ?  
Client ( kamu ) : lagi pengen lihat-lihat dulu sih kak  
Pramuniaga : oh iya, boleh silahkan. Kalau mau nanya-nanya, tanya aja ke aku kak hehehe  
Client ( kamu ) : .....  
Pramuniaga : .....  
Client ( kamu ) : .....

### 2 ✧ Argue

Client ( kamu ) : Kalau boleh tau ini brand nya dari mana kak ?  
Pramuniaga : Kita dari Bali sih kak jadi konsepnya lebih ke island  
Client ( kamu ) : ooh gituu  
Pramuniaga : Kalau mau dicoba boleh juga kak, aku bantuin  
Client ( kamu ) : aku boleh cobain gelang yang ini gak ?  
Pramuniaga : ini kak

### 3 ✧ Objections

Client ( kamu ) : Ini bakal menghitam gak ya kak ?  
Pramuniaga : jujur lama-lama bisa menghitam sih kak, tapi kita juga sedain polishing service  
Client ( kamu ) : polishing service nya berbayar gak ya kak ?  
Pramuniaga : berbayar kak dan kita polishnya juga di Bali karena kita based di Bali  
Client ( kamu ) : Waduh jauh ya  
Pramuniaga : hahaha iya kak doain ya bakal bisa ke Jakarta

### 4 ✧ Cross & Additional Sales

Pramuniaga : Cuma ini atau ada yang lain kak? Lagi ada promo dari BCA kak kalo beli lebih dari 300 ribu bisa dapat voucher 100 ribu kalo pake my bca  
Client ( kamu ) : itu aja kak gapapa  
Pramuniaga : .....  
Client ( kamu ) : .....  
Pramuniaga : .....  
Client ( kamu ) : .....

### 5 ✧ Closing

Pramuniaga : ini ya kak barangnya, paling kalo aku saranin jangan dibawa mandi dan habis dipakai di anginin aja, jangan di simpan ke dalam pouchnya biar bersih  
Client ( kamu ) : oke kak makasih ya  
Pramuniaga : .....  
Client ( kamu ) : .....  
Pramuniaga : .....  
Client ( kamu ) : .....

*Note : Tabel Hasil Wawancara*

## Selling Techniques Grid Conversation

Brand : Raccoon And Babies

### 1 ✧ Greet & Questioning

Client ( kamu ) : lucu banget bentuk jedai, ini apa ya kak ?  
Pramuniaga : ini ear cuff kak  
Client ( kamu ) : oalah keren  
Pramuniaga : .....  
Client ( kamu ) : .....  
Pramuniaga : .....

### 2 ✧ Argue

Client ( kamu ) : bentuknya unik-unik yaa  
Pramuniaga : hehehe thankyouu  
Pramuniaga : .....  
Client ( kamu ) : .....  
Pramuniaga : .....

### 3 ✧ Objections

Client ( kamu ) : Ini dari bahan apa ya kak ?  
Pramuniaga : Dari bahan gold pleated silver  
Client ( kamu ) : Berarti bisa menghitam ya kak ?  
Pramuniaga : bisa kak, paling kita bisa bantu bersihin, kalo di bazzar offline gini tinggal dibawa aja nanti kita bantu bersihin  
Client ( kamu ) : ooh okee

### 4 ✧ Cross & Additional Sales

Pramuniaga : payment pakai qris ya kak ?  
Client ( kamu ) : iya  
Pramuniaga : .....  
Client ( kamu ) : .....  
Pramuniaga : .....  
Client ( kamu ) : .....

### 5 ✧ Closing

Pramuniaga : ini ya kak thankyou, kalo mau cleaning dibawa aja ke bazzar kita ya kak  
Client ( kamu ) : oke siap thankyou  
Pramuniaga : .....  
Client ( kamu ) : .....  
Pramuniaga : .....  
Client ( kamu ) : .....

## B. Penilaian Ke dalam Tabel Selling Technic Evaluation Grid

Penilaian dilakukan kepada pelaku usaha UMKM terpilih, di sektor pasar yang sudah ditentukan dari hasil wawancara dengan para narasumber.

## Selling Techniques Evaluation Grid

Brand : Verso Jewellery

### ◇ Greet & Questioning

	Yes	No
* Apakah staf menyapa dan menyambut pelanggan ?	1	
* Apakah staf tersenyum ?	1	
* Apakah staf mengajukan pertanyaan pembuka Pertanyaan di awal?		1
* Apakah staf menanyakan kembali ulang ?	1	
* Apakah staf menemukan motif pembelian?		1
* Apakah dari salah satu hal berikut ?	1	
○ Safety / Keamanan		1
○ Pride / Prestise		1
○ Innovation / Inovasi		1
○ Convenience / Kenyamanan	1	
○ Economy / Ekonomis	1	
○ Sympathy / Tenggang rasa		1
	6	5

### ◇ Argue

	Yes	No
* Apakah staf menyesuaikan argumen dengan motif pembelian (FAB)?	1	
* Apakah staf menggunakan kalimat negatif ? Contohnya? .....seperti ... ( <i>Saya tidak tahu style tersebut</i> )		1
* Apakah staf bertanya kembali kepada pelanggan ?	1	
* Bagaimana staf bisa membuktikan ucapan argumentasinya ○ Dengan memberikan referensi ( menyebut nama brand )		1
○ Dengan test demo ?	1	
* Apakah staf mendorong pelanggan untuk ikut serta dalam demo?	1	
	4	2

### ◇ Objections

	Yes	No
* Apakah staf tetap menjaga emosinya ?	1	
* Apakah staf fokus dengan keberatan konsumen ?	1	
* Apakah staf bisa menjawab keberatan konsumen ?	1	
* Apakah staf bisa menghilangkan keberatan konsumen ?	1	
* Apakah staf bisa merubah keberatan konsumen dengan pertanyaan balik ke konsumen ?		1
* Apakah staf bisa memberikan alasan argumen untuk keberatan konsumen ?		1
	4	2

### ◇ Cross & Additional Sales

	Yes	No
* Apakah staf menawarkan produk yang lain sebagai pengganti ?	1	
* Apakah staf menawarkan produk yang lain sebagai tambahan ?		1
	1	1

### ◇ Closing

	Yes	No
* Apakah staf menutup komunikasi penjualan dengan pertanyaan ?	1	
* Apakah staf menuntun konsumen ke tempat kasir ?		1
* Apakah staf memastikan konsumen dengan barang2 belanjanya ?	1	
* Apakah staf memberikan tips cara merawat produknya ?	1	
* Apakah staf menawarkan loyalty program ?		1
* Apakah staf mengantar ke pintu keluar setelah berbelanja ?		1
	3	3

## Selling Techniques Evaluation Grid

### ◇ Conclusion

	Yes	No
◇ Greet & Questioning	6	5
◇ Argue	4	2
◇ Objections	4	2
◇ Cross & Additional Sales	1	1
◇ Closing	3	3
	18	13

Note : Tabel STEG kalkulasi.

## Selling Techniques Evaluation Grid

Brand : Raccoon And Babies

### 1 ◇ Greet & Questioning

	Yes	No
* Apakah staf menyapa dan menyambut pelanggan ?		1
* Apakah staf tersenyum ?	1	
* Apakah staf mengajukan pertanyaan pembuka Pertanyaan di awal?		1
* Apakah staf menanyakan kembali ulang ?	1	
* Apakah staf menemukan motif pembelian?	1	
* Apakah dari salah satu hal berikut ?	1	
○ Safety / Keamanan	1	
○ Pride / Prestise	1	
○ Innovation / Inovasi	1	
○ Convenience / Kenyamanan		1
○ Economy / Ekonomis		1
○ Sympathy / Tenggang rasa		1
	6	5

### 2 ◇ Argue

	Yes	No
* Apakah staf menyesuaikan argumen dengan motif pembelian (FAB)?	1	
* Apakah staf menggunakan kalimat negatif ? Contohnya? .....seperti ... ( <i>Saya tidak tahu style tersebut</i> )		1
* Apakah staf bertanya kembali kepada pelanggan ?		1
* Bagaimana staf bisa membuktikan ucapan argumentasinya ○ Dengan memberikan referensi ( menyebut nama brand )		1
○ Dengan test demo ?	1	
* Apakah staf mendorong pelanggan untuk ikut serta dalam demo?		1
	2	4

### 3 ◇ Objections

	Yes	No
* Apakah staf tetap menjaga emosinya ?	1	
* Apakah staf fokus dengan keberatan konsumen ?	1	
* Apakah staf bisa menjawab keberatan konsumen ?	1	
* Apakah staf bisa menghilangkan keberatan konsumen ?		1
* Apakah staf bisa merubah keberatan konsumen dengan pertanyaan balik ke konsumen ?		1
* Apakah staf bisa memberikan alasan argumen untuk keberatan konsumen ?		1
	3	3

### 4 ◇ Cross & Additional Sales

	Yes	No
* Apakah staf menawarkan produk yang lain sebagai pengganti ?		1
* Apakah staf menawarkan produk yang lain sebagai tambahan ?		1
	0	2

### 5 ◇ Closing

	Yes	No
* Apakah staf menutup komunikasi penjualan dengan pertanyaan ?	1	
* Apakah staf menuntun konsumen ke tempat kasir ?		1
* Apakah staf memastikan konsumen dengan barang2 belanjanya ?	1	
* Apakah staf memberikan tips cara merawat produknya ?	1	
* Apakah staf menawarkan loyalty program ?		1
* Apakah staf mengantar ke pintu keluar setelah berbelanja ?		1
	3	3

## Selling Techniques Evaluation Grid

### 6 ◇ Conclusion

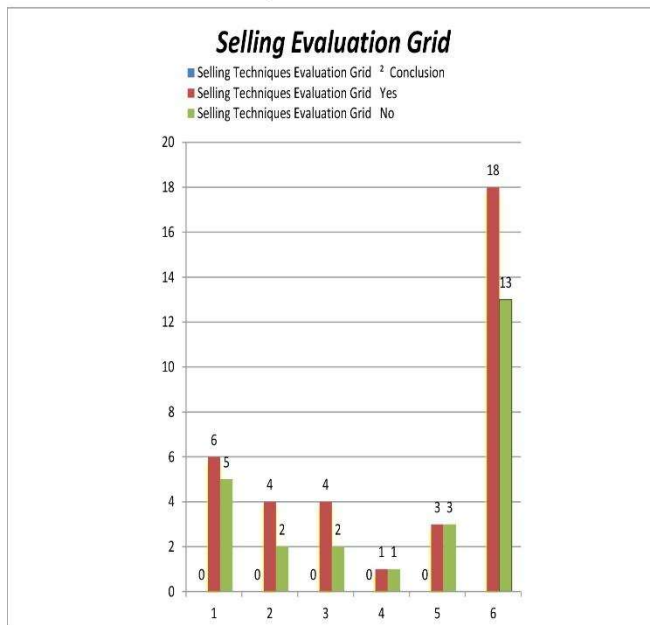
	Yes	No
◇ Greet & Questioning	6	5
◇ Argue	2	4
◇ Objections	3	3
◇ Cross & Additional Sales	0	2
◇ Closing	3	3
	14	17

### C. Penggambaran Grafik dari Selling Technic Evaluation Greed

Berikut visualisasi grafik dari hasil penilaian STEG kepada pelaku usaha UMKM terpilih, di sektor pasar yang sudah ditentukan dari hasil wawancara dengan para narasumber.

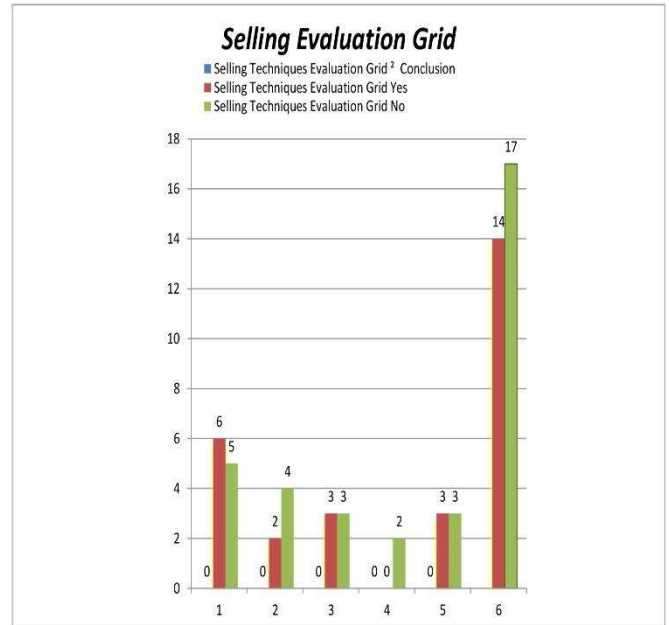
#### *Selling Techniques Evaluation Grid*

Brand : Verso Jewellery



#### *Selling Techniques Evaluation Grid*

Brand : Raccoon And Babies



Note : Grafik Penggambaran STEG

### D. Analisa dari Hasil Selling Technic Evaluation Grid

Penelitian ini dilakukan di pameran Brightspot dimana terdapat dua brand yang dianalisis yaitu Verso Jewellery dan Raccoon and Babies. Verso Jewellery menjual perhiasan bergaya trendi minimalis, sedangkan Raccoon and Babies menjual perhiasan bergaya trendi Y2K.

Seperti yang bisa kita lihat, bagian pertama adalah Greet and Questioning, walaupun kedua brand sama-sama memiliki skor 6 untuk 'yes', namun terdapat perbedaan dalam cara mereka menyapa dan bertanya, brand Verso Jewellery langsung menyapa pelanggannya saat pelanggan datang ke booth, sedangkan merek Raccoon and Babies berhasil menemukan motif pembelian dari pelanggan, dimana Verso Jewellery tidak menemukan motif pembelian di awal. Selanjutnya pada bagian Argue, Verso Jewellery lebih unggul karena mendapat 4 skor 'yes' dan 2 skor 'no' pada total aspeknya, sebaliknya dari Raccoon and Babies 2 skor 'yes' dan 4 skor 'no' pada total aspeknya. Di bagian ini, staf Verso Jewellery banyak bicara kepada pelanggan dan melakukan demo untuk mendorong pelanggan mencoba produk tersebut, sedangkan staf Raccoon and Babies tidak melakukan hal itu. Lanjut ke bagian Objections, Verso Jewellery mampu meredam dan menjawab segala keberatan pelanggan dengan 4 skor 'yes' dan 2 skor 'no', sedangkan Raccoon and Babies kurang mampu meredam dan menjawab keberatan pelanggan dengan skor 'balance' antara 'yes' dan 'no' adalah 3. Jika dianalisa di tempat, merek Raccoon and Babies terkesan cuek. Menyusul ke bagian berikutnya adalah Cross Selling and Additional Selling, Verso Jewellery memang menawarkan produk penjualan silang, namun Raccoon and Babies tidak melakukan hal itu. Walaupun demikian ada persamaannya, kedua merek tersebut sama-sama tidak

mengajukan penjualan tambahan. Terakhir tahap Closing, kedua brand menutup penjualan dengan menyimpulkan pertanyaan, meyakinkan pelanggan atas pembeliannya, dan memberikan tip untuk instruksi pembersihan. Kesimpulannya, Verso Jewellery lebih baik dalam melakukan teknik penjualan karena Verso Jewellery mempunyai kelebihan yang tidak dimiliki oleh Raccoon and Babies, salah satunya adalah Verso Jewellery memberikan salam yang baik dan meyakinkan pelanggan dalam menjawab keberatan dan melakukan demo, sedangkan Raccoon and Babies tidak tampak aktif dalam melakukan teknik penjualan.

## KESIMPULAN

Meningkatkan layanan pelanggan dan penjualan sangat penting bagi bisnis dalam era kompetitif saat ini. Memberikan pelayanan pelanggan yang sangat baik dapat menghasilkan peningkatan penjualan, peningkatan reputasi, dan loyalitas pelanggan. Salah satu alat yang dapat membantu dalam hal ini adalah Selling Techniques Evaluation Grid (STEG), yaitu metode untuk mengevaluasi teknik penjualan dan meningkatkan kinerja penjualan.

Selling Techniques Evaluation Grid (STEG) adalah kerangka kerja yang dirancang untuk membantu individu atau organisasi mengevaluasi dan memilih teknik penjualan yang paling sesuai dengan kebutuhan dan situasi masing-masing organisasi. Meskipun tidak ada deskripsi spesifik tentang STEG dalam berbagai sumber yang ada, kita dapat merujuk pada prinsip umum dari teknik penjualan dan bagaimana STEG dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan konsumen di UMKM.

Singkatnya, studi ini mengungkapkan bahwa penerapan Selling Techniques Evaluation Grid (STEG) dapat menjadi strategi yang sangat efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja penjualan di UKM di Indonesia. Dengan bantuan STEG, perwakilan penjualan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan pelanggan mereka dan menyesuaikan strategi penjualan mereka, sehingga meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, E., & Sullivan, M. (1993). Customer satisfaction, loyalty, and word-of-mouth referrals: Findings from a longitudinal study. *Journal of Marketing*, 57(3), 64-75.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Statistik Perusahaan Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia 2021. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2021). Kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional. Jakarta: Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian
- Homburg, C., Jensen, O., & Hentschel, C. (2022). The impact of sales force training on sales performance: A meta-analytic review. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102944.
- Homburg, C., Jensen, O., & Hentschel, C. (2022). The impact of sales force training on sales performance: A meta-analytic review. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72, 103001.

- Kumar, V. (2023). Customer satisfaction and loyalty: The role of customer perceived value and salesperson empathy. *Journal of Business Research*, 142, 385-393 and
- Kumar, V. (2023). Customer satisfaction and loyalty: The role of customer perceived value and salesperson empathy. *Journal of Business Research*, 145, 395-403
- McCann, E. (2019, August 16). 5 simple steps to mastering the sales process and boosting your bottom line. <https://www.method.me/blog/5-step-sales-process/>
- Hesketh, Phillip (2018) *The Art of Sales: Learn to Sell with Confidence and Integrity*, chapter 6 "The Power of Persuasion".
- Honeycutt, E. D., & Ford, J. B. (2019). Understanding Sales Objections: A Multiphase Research Approach. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 39(1), 5-24. doi:10.1080/08853134.2018.1474174
- Kabadayi, S., & Karahanna, E. (2018). Selling Techniques Evaluation Grid: A Multiphase Research Approach. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 38(4), 345-364. doi:10.1080/08853134.2018.1474174
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.