

Forum Program Studi Ekonomi Syariah Kopertais IV Surabaya

<https://journal-attamwil.com/index.php/al-falah/index>

Asset-Based Community Development (ABCD) Based on Handling Objection and Closing Techniques Training at PT United Motors Centre

Eko Mardiyanto¹, Nur Sa'diyah²^{1,2}Institut Al Azhar Menganti Gresik, IndonesiaEmail : ekofulcom717@gmail.com

Abstract: *The Handling Objection and Closing Techniques training program at PT United Motors Centre was implemented to enhance the competency of the sales team in addressing customer objections and optimizing the closing process. The highly competitive automotive industry demands sales personnel who possess strong communication skills, customer-oriented negotiation strategies, and adaptive interpersonal approaches. This community service activity employed a structured mentoring model that included individual needs assessment, personalized development planning, role-play simulations, direct mentoring, and post-training evaluation. The results indicate a significant improvement in participants' abilities to identify various types of objections, respond with solution-based approaches, analyze customer personality types through the DISC model, and apply closing techniques such as assumptive and benefit-summary closing. Additionally, participants demonstrated increased motivation, confidence, and digital literacy in utilizing technology-based sales tools. The program contributes positively to sales performance and customer service quality. Recommendations include continuous training, broader adoption of advanced sales technologies, and the strengthening of internal mentoring mechanisms. Overall, this program provides a strategic contribution to human resource development and strengthens the competitive advantage of PT United Motors Centre.*

Article History :

Recived : 08-10-2025

Revised : 10-11-2025

Publish : 20-11-2025

Keywords: *training, handling objection, closing techniques, automotive sales, sales competency.*

Abstrak: *Pelatihan Handling Objection and Closing Techniques di PT United Motors Centre dilaksanakan untuk meningkatkan kompetensi tim penjualan dalam menghadapi keberatan pelanggan dan mengoptimalkan proses penutupan penjualan. Industri otomotif yang kompetitif menuntut tenaga penjualan memiliki kemampuan komunikasi, pemahaman karakter pelanggan, serta penguasaan teknik negosiasi yang adaptif. Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan pendampingan terstruktur yang meliputi identifikasi kebutuhan individu, penyusunan rencana pengembangan personal, simulasi peran, pendampingan langsung, serta evaluasi pascapelatihan. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta mengidentifikasi jenis keberatan, merespons secara*

Article History :

Diterima : 10-10-2025

Direvisi : 10-11-2025

Diterbitkan : 20-11-2025

Kata Kunci: *pelatihan, handling objection, closing techniques, penjualan otomotif, kompetensi tenaga penjualan.*

solutif, memahami tipe kepribadian pelanggan melalui model DISC, serta menerapkan teknik penutupan seperti assumptive closing dan benefit summary closing. Selain itu, motivasi dan kepercayaan diri anggota tim meningkat, diikuti dengan pemanfaatan teknologi digital dalam presentasi penjualan. Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi performa penjualan dan kualitas layanan pelanggan. Kegiatan ini merekomendasikan pelatihan berkelanjutan, penggunaan teknologi penjualan yang lebih maju, dan penguatan mekanisme mentoring internal. Secara keseluruhan, pengabdian ini memberikan kontribusi strategis dalam pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan daya saing PT United Motors Centre.

PENDAHULUAN

Pelatihan Handling Objection and Closing Techniques di PT United Motors Centre diselenggarakan sebagai respons terhadap tantangan yang semakin kompleks dalam industri otomotif. Dalam praktiknya, perusahaan otomotif kerap berhadapan dengan berbagai bentuk keberatan dari pelanggan, mulai dari harga kendaraan yang dianggap terlalu tinggi, kekhawatiran terhadap biaya perawatan, perbandingan fitur dengan kompetitor, hingga keraguan akan nilai jangka panjang produk. Kondisi ini menuntut tim penjualan untuk memiliki kemampuan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga komunikatif dan strategis. Isu sentralnya terletak pada bagaimana tenaga penjualan mampu mengidentifikasi, memahami, dan merespons keberatan pelanggan secara efektif tanpa mengurangi tingkat kepuasan dan kepercayaan mereka. (Mahbub, 2020)

Pelatihan ini berfokus pada pemetaan dan identifikasi menyeluruh terhadap berbagai jenis keberatan yang lazim muncul di industri otomotif. Peserta akan mempelajari perbedaan karakter keberatan terkait harga, fitur produk, pembiayaan, layanan purna jual, serta persaingan merek lainnya. Selain memahami jenis keberatan, pelatihan juga memperdalam cara menganalisis pola keberatan pelanggan dan menyesuaikan pendekatan komunikasi yang tepat. (Shahiri dkk., 2017) Materi diberikan secara bertahap melalui penguatan kemampuan persuasif, teknik mendengarkan aktif, serta strategi penanganan keberatan yang berorientasi solusi (*solution-based selling*).

Untuk memastikan pendekatan penjualan lebih personal dan relevan, pelatihan ini juga mengintegrasikan pemahaman mengenai karakter manusia dan kepribadian pelanggan menggunakan DISC Model (Dominance, Influence, Steadiness, Compliance). Dengan mengenali gaya komunikasi serta preferensi psikologis pelanggan, peserta dapat menyusun respons yang lebih sesuai sehingga proses penjualan dapat berjalan lebih efektif dan berempati. (Febriani, 2017)

Selain teori, pelatihan ini memperkuat aspek praktik melalui sesi role play dan simulasi penjualan yang dirancang menyerupai situasi nyata (Brown, 1994). Peserta akan berlatih menghadapi keberatan langsung dari pelanggan simulatif, menangani tekanan saat negosiasi, serta membuat keputusan cepat dalam kondisi dinamis. Pendekatan praktis ini bertujuan untuk meningkatkan kesiapan mental dan ketanggapan peserta ketika menghadapi pelanggan di lapangan.

Aspek lain yang tidak kalah penting adalah peningkatan pemahaman peserta terhadap sinyal pembeli (buying signals) serta tanda-tanda bahwa pelanggan telah siap memasuki tahap akhir negosiasi. Pelatihan memperkenalkan berbagai strategi penutupan yang sesuai dengan tahapan proses pembelian, mulai dari trial closing ("Trial Closing Techniques," 2023), assumptive closing (Aust, 2009), alternative closing, hingga urgency closing. Setiap teknik disampaikan dengan contoh aplikasi nyata agar peserta dapat menyesuaikannya dengan karakter pelanggan dan konteks penjualan (Umar, 2014).

Untuk memastikan keberlanjutan hasil pelatihan, peserta juga akan menerima umpan balik yang terstruktur dari fasilitator. Pendampingan individual disediakan sebagai bentuk dukungan agar kemampuan yang dipelajari dapat diterapkan secara konsisten dalam rutinitas kerja harian. Selain itu, pelatihan mengajarkan bagaimana memanfaatkan teknologi dan alat digital dalam proses penjualan, seperti penggunaan aplikasi presentasi digital, katalog interaktif, dan alat bantu simulasi pembiayaan (Hapsoro dkk., 2019). Teknologi diharapkan dapat meningkatkan akurasi penyampaian informasi, profesionalisme, serta kualitas negosiasi dengan pelanggan.

Pada tahap akhir, PT United Motors Centre menerapkan sistem evaluasi pasca-pelatihan guna memastikan dampak dan efektivitas program. Evaluasi dilakukan melalui pemantauan langsung terhadap perubahan kinerja individu dan tim, analisis peningkatan tingkat konversi penjualan, serta penyesuaian strategi pelatihan berdasarkan hasil evaluasi tersebut.



Dengan pendekatan yang komprehensif, mendalam, dan berbasis praktik lapangan, Pelatihan Handling Objection and Closing Techniques ini diharapkan mampu memberikan solusi nyata bagi tantangan penjualan yang semakin kompetitif di industri otomotif. Program ini juga diharapkan dapat memperkuat kemampuan tenaga penjualan dalam membangun hubungan positif, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta mencapai target penjualan perusahaan secara lebih efektif dan berkelanjutan. Selain peningkatan kompetensi teknis, pelatihan ini juga dirancang untuk memberikan dampak strategis bagi PT United Motors Centre sebagai organisasi yang bergerak dalam industri otomotif yang sangat kompetitif. Dengan adanya pelatihan ini, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan kualitas interaksi antara tenaga penjualan dan pelanggan sehingga menghasilkan pengalaman pembelian yang lebih positif. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, pengalaman pelanggan menjadi faktor penentu keberhasilan penjualan, bahkan seringkali lebih berpengaruh dibandingkan aspek harga atau fitur produk itu sendiri (Safitri, 2022).

Pelatihan juga membantu memperkuat budaya perusahaan yang menekankan profesionalisme, ketanggapan, serta layanan berbasis kebutuhan pelanggan. Dengan meningkatkan pemahaman terhadap dinamika keberatan pelanggan dan bagaimana mengelolanya, tenaga penjualan dapat bertindak secara lebih proaktif dan percaya diri. Hal ini diharapkan tidak hanya meningkatkan angka penjualan secara langsung, tetapi juga memperbaiki citra perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Abdullah, 2022).

Program pelatihan ini juga menjadi sarana untuk menyamakan persepsi dan pendekatan tenaga penjualan di berbagai lini. Konsistensi dalam cara menghadapi pelanggan adalah faktor penting untuk menjaga brand image (Wu, 2011) perusahaan. Dengan menerapkan standar penanganan keberatan yang sama, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap pelanggan, baik baru maupun lama, mendapatkan pengalaman pembelian yang berkualitas, informatif, dan memberikan keyakinan.

Selain itu, pelatihan ini memberikan perhatian khusus pada peningkatan kemampuan komunikasi interpersonal. Peserta dilatih untuk membangun rapport yang baik dengan pelanggan, memahami emosi dan kekhawatiran mereka, serta menyampaikan pesan penjualan dengan cara yang efektif dan tidak agresif. Keterampilan ini sangat penting untuk menciptakan hubungan jangka panjang dan memaksimalkan penjualan berulang (repeat sales). Di era saat ini, pelanggan tidak hanya membeli produk, tetapi juga membeli pengalaman, kenyamanan, dan rasa aman dalam setiap transaksi (Mapletoft dkk., 1980).

Aspek keberlanjutan pelatihan juga menjadi fokus utama dalam program ini. PT United Motors Centre memastikan bahwa pelatihan tidak berhenti pada sesi kelas semata, tetapi dilanjutkan melalui coaching berkala, sales clinic, dan evaluasi performa secara terukur. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk mengetahui sejauh mana keterampilan hasil pelatihan diterapkan di lapangan serta memberikan dukungan tambahan bagi peserta yang membutuhkan. Dengan demikian, pelatihan dapat memberikan dampak jangka panjang dan menjadi investasi berharga bagi peningkatan kompetensi SDM perusahaan.

Dalam jangka panjang, pelatihan Handling Objection and Closing Techniques diharapkan tidak hanya meningkatkan kemampuan individu, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan. Dengan tenaga penjualan yang lebih terampil, terlatih, dan percaya diri, perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif (Muttaqin, 2017) yang lebih kuat dalam menghadapi perubahan tren pasar dan tuntutan pelanggan. Pada akhirnya, pelatihan ini menjadi salah satu fondasi penting dalam membangun tim penjualan yang adaptif, responsif, serta mampu menjawab berbagai tantangan industri otomotif masa kini dan di masa mendatang.

METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian dalam kegiatan Pelatihan Handling Objection and Closing Techniques di PT United Motors Centre menggunakan pendekatan Asset-Based



Community Development (ABCD) yang berfokus pada pemanfaatan aset, penguatan kapasitas, serta pengembangan berkelanjutan bagi komunitas sasaran, yaitu tim penjualan. Pendekatan ABCD dipilih karena mampu memberikan proses pemberdayaan yang komprehensif dengan memaksimalkan potensi yang telah dimiliki peserta dan lingkungan kerja mereka (Anas & Ferrara, 2004).

Tahap pertama adalah identifikasi aset (Asset Mapping) yang dilakukan melalui pemetaan kebutuhan, tantangan, serta kekuatan yang dimiliki tim penjualan (South dkk., 2021). Pada tahap ini, dilakukan analisis terhadap keberatan-keberatan umum yang muncul dalam proses penjualan kendaraan, termasuk aspek harga, fitur produk, perbandingan dengan kompetitor, hingga kekhawatiran layanan purna jual. Selain itu, pemetaan aset juga mencakup inventarisasi karakteristik produk PT United Motors Centre dan studi kasus industri otomotif sebagai dasar penyusunan materi pelatihan yang relevan. Tahap ini memastikan pelatihan berangkat dari realitas lapangan dan memanfaatkan potensi internal yang sudah tersedia.

Tahap kedua adalah Building Relationship, yaitu membangun keterlibatan aktif melalui proses pembelajaran interaktif (Anas & Ferrara, 2004). Peserta dilibatkan dalam simulasi peran, diskusi kelompok, dan studi kasus untuk menciptakan dinamika yang kolaboratif. Pendekatan pemahaman kepribadian pelanggan melalui DISC Model juga diterapkan untuk membantu peserta mengenali karakter pelanggan dan menyesuaikan strategi komunikasi. Tahap ini bertujuan memperkuat hubungan antarpeserta, meningkatkan rasa kepercayaan diri, serta menciptakan kesadaran bersama terhadap pentingnya kerja sama dalam menghadapi keberatan pelanggan.

Tahap ketiga adalah Capacity Building (Sirgy, 2002), yaitu penguatan kompetensi peserta dalam penanganan keberatan dan strategi penutupan penjualan. Pada tahap ini, peserta dilatih untuk menerapkan pendekatan berbasis solusi (solution-based selling), yaitu merespons keberatan pelanggan dengan menawarkan solusi konkret yang sesuai kebutuhan. Pelatihan juga menekankan kemampuan membaca sinyal pembeli, memilih teknik penutupan yang tepat, serta melakukan negosiasi secara

profesional. Berbagai latihan praktik, umpan balik langsung, dan pendampingan individual diberikan untuk memastikan keterampilan yang dipelajari dapat diaplikasikan secara efektif dalam situasi nyata.

Tahap terakhir adalah Development (Arbarini dkk., 2022), yaitu pengembangan berkelanjutan setelah pelatihan. PT United Motors Centre menerapkan evaluasi pasca-pelatihan untuk mengukur dampak terhadap kinerja individu dan tim, termasuk peningkatan penjualan, penurunan tingkat penolakan, serta perbaikan kepuasan pelanggan. Teknologi digital dimanfaatkan untuk menyediakan akses ke materi tambahan, rekaman pelatihan, serta alat bantu penjualan yang mendukung praktik sehari-hari. Selain itu, budaya pembelajaran berkelanjutan didorong melalui diskusi rutin, berbagi pengalaman, dan komunikasi terbuka antaranggota tim. Tahap ini memastikan bahwa hasil pelatihan tidak bersifat sementara, tetapi memberikan dampak transformasional bagi peserta dan organisasi.

Melalui penerapan metode ABCD yang mencakup pemanfaatan aset, pembangunan hubungan, penguatan kapasitas, dan pengembangan berkelanjutan, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu meningkatkan kompetensi tim penjualan PT United Motors Centre secara optimal dalam menghadapi keberatan pelanggan dan meningkatkan efektivitas penutupan penjualan di industri otomotif.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

I. Kondisi Subyek Dampingan

Subjek pelatihan Handling Objection and Closing Techniques di PT United Motors Centre merupakan kelompok yang sangat heterogen, mencerminkan dinamika tim penjualan yang bekerja di industri otomotif. Seluruh peserta terdiri atas tenaga penjualan yang secara langsung terlibat dalam proses pemasaran dan penjualan berbagai jenis kendaraan, mulai dari mobil penumpang hingga kendaraan komersial. Keberagaman ini menjadi pertimbangan penting dalam



perancangan pelatihan agar materi dan metode dapat menyesuaikan kebutuhan setiap individu.

Pertama, tim penjualan memiliki latar belakang dan tingkat pengalaman yang berbeda. Peserta mencakup tenaga penjualan senior dengan pengalaman panjang dan pemahaman mendalam tentang karakteristik pelanggan otomotif, serta anggota baru yang masih memerlukan pendampingan intensif dalam membangun keterampilan dasar penjualan. Perbedaan ini menuntut pelatihan dirancang untuk memberikan manfaat yang merata bagi seluruh tingkatan pengalaman.

Kedua, subjek pelatihan bekerja dalam konteks produk yang beragam dari sisi fitur, spesifikasi, dan segmen pasar. Mereka harus memahami secara komprehensif manfaat produk yang berbeda-beda, sehingga kompetensi teknis dan pengetahuan produk merupakan aspek penting yang perlu dikembangkan. Keberagaman produk turut memengaruhi variasi keberatan pelanggan yang mereka hadapi, mulai dari isu harga, performa, teknologi kendaraan, hingga perbandingan dengan merek pesaing.

Ketiga, peserta pelatihan memiliki karakter kepribadian yang bervariasi, sebagaimana tercermin dalam model DISC. Keberagaman gaya komunikasi dan preferensi interpersonal ini berpengaruh terhadap cara mereka melakukan pendekatan terhadap pelanggan. Oleh karena itu, pelatihan juga menekankan kemampuan mengadaptasi strategi komunikasi berdasarkan tipe kepribadian masing-masing.

Keempat, anggota tim penjualan menunjukkan perbedaan dalam motivasi, etos kerja, dan capaian kinerja. Beberapa di antaranya membutuhkan peningkatan motivasi untuk memperbaiki performa, sedangkan yang lainnya sudah memiliki motivasi tinggi namun masih memerlukan penguatan teknik dalam menangani keberatan dan melakukan penutupan penjualan. Keberagaman ini menuntut pendekatan pelatihan yang fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan individual.

Kelima, tingkat kemampuan peserta dalam mengadopsi teknologi penjualan juga berbeda-beda. Sebagian peserta sudah terbiasa menggunakan alat bantu digital seperti katalog elektronik, video produk, atau aplikasi pembiayaan, sementara peserta lain masih memerlukan penguatan dalam integrasi teknologi ke dalam proses penjualan. Hal ini menjadi penting mengingat tren industri otomotif yang semakin mengarah pada digitalisasi layanan.

Selain itu, seluruh subjek pelatihan adalah individu yang berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui berbagai saluran, baik tatap muka di showroom, komunikasi telepon, maupun kanal digital. Kondisi ini menuntut keterampilan interpersonal yang kuat, kemampuan membangun hubungan positif, serta kecakapan mengelola keberatan secara profesional.

Terakhir, subjek pelatihan bekerja dalam industri otomotif yang sangat dinamis, dipengaruhi oleh perubahan tren konsumen, perkembangan teknologi kendaraan, serta intensitas persaingan yang tinggi. Oleh karena itu, peserta dituntut untuk fleksibel, adaptif, dan selalu memperbarui strategi penjualannya sesuai perubahan pasar.

Dengan memahami karakteristik dan kebutuhan subjek yang sangat beragam ini, pelatihan dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang relevan, aplikatif, dan mampu menjawab tantangan individu dalam aktivitas penjualan sehari-hari. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan kapabilitas tim penjualan secara menyeluruh dan memperkuat kinerja perusahaan dalam menghadapi kompetisi industri otomotif.

2. Tahapan perencanaan

Pendampingan dalam pelaksanaan Pelatihan Handling Objection and Closing Techniques di PT United Motors Centre dilakukan melalui serangkaian langkah sistematis yang dirancang untuk menjawab kebutuhan nyata tim penjualan.



Setiap langkah disusun agar mampu memberikan dampak langsung terhadap peningkatan keterampilan individu maupun efektivitas tim secara keseluruhan.

Langkah pertama adalah mengidentifikasi kebutuhan individu. Proses ini dilakukan melalui analisis mendalam terhadap kinerja setiap anggota tim penjualan. Fasilitator melakukan sesi wawancara langsung untuk menggali jenis keberatan yang paling sering dihadapi, area kesulitan dalam proses negosiasi, serta aspek penutupan penjualan yang memerlukan penguatan. Hasil identifikasi ini menjadi dasar penyusunan rencana pengembangan individual yang berisi tujuan spesifik, strategi penanganan keberatan yang perlu dikuasai, serta peningkatan teknik closing yang hendak dicapai. Perencanaan ini dirancang secara terukur agar kemajuan perkembangan peserta dapat dipantau dengan jelas.

Setelah rencana individual tersusun, dilakukan sesi pendampingan awal untuk menjelaskan fokus pengembangan kepada masing-masing peserta. Pada tahap ini, fasilitator dan peserta membangun kesepahaman mengenai kebutuhan, target peningkatan, serta teknik-teknik yang akan dipelajari. Tahap ini berfungsi memperkuat komitmen peserta dan menumbuhkan rasa tanggung jawab terhadap proses pendampingan.

Tahap berikutnya adalah pemantauan kinerja individu. Data kinerja sebelum pelatihan digunakan sebagai titik awal untuk menilai perkembangan peserta. Hasil pemantauan ini menentukan apakah dibutuhkan sesi tambahan, penyesuaian materi, atau latihan pendalaman pada aspek tertentu—khususnya terkait penanganan keberatan yang masih sulit diatasi atau teknik penutupan yang belum maksimal. Pendekatan adaptif ini memastikan pendampingan bersifat personal dan efektif.

Untuk memperkuat keterampilan praktis, dilakukan simulasi peran (role play) yang dirancang khusus berdasarkan keberatan yang diidentifikasi sebelumnya. Setiap peserta ditempatkan dalam skenario yang menyerupai situasi penjualan nyata sehingga mereka dapat mempraktikkan teknik baru secara langsung. Selama

simulasi, fasilitator memberikan arahan dan koreksi agar peserta mampu memahami kesalahan, memperbaiki strategi, dan meningkatkan performa secara bertahap.



Gambar I. Role play dalam pendampingan

Selain simulasi, pendampingan juga diberikan dalam bentuk pengawasan langsung saat peserta berinteraksi dengan pelanggan. Pengamatan ini dilakukan melalui pendampingan secara in-person maupun pemantauan digital. Fasilitator memberikan umpan balik real-time untuk membantu peserta menyesuaikan strategi ketika berhadapan dengan pelanggan yang sesungguhnya.

Tahap selanjutnya adalah diskusi kelompok, yang menjadi wadah bagi peserta untuk saling bertukar pengalaman, menganalisis keberhasilan maupun tantangan, serta berbagi strategi penanganan keberatan yang efektif. Melalui diskusi ini, peserta dapat belajar dari kasus nyata sesama rekan dan memperkaya wawasan mereka.

Pendampingan tidak berhenti pada fase pelatihan intensif. Setelah peserta kembali ke aktivitas penjualan reguler, dilakukan pemantauan pascapendampingan untuk menilai implementasi teknik yang telah dipelajari. Data kinerja terbaru dianalisis untuk melihat sejauh mana peserta mampu menerapkan strategi handling objection dan closing dalam kondisi nyata. Jika ditemukan kendala baru, fasilitator memberikan bimbingan lanjutan secara terarah.

Selain itu, pendampingan diarahkan pada kebutuhan pengembangan jangka panjang, mengingat dinamika industri otomotif yang cepat berubah. Peserta didorong untuk terus menyesuaikan teknik penjualan mereka sesuai perubahan preferensi pelanggan dan perkembangan pasar. Evaluasi berkala dilakukan untuk



menilai efektivitas pendampingan dan menentukan apakah peserta memerlukan pelatihan lanjutan, penugasan tambahan, atau tantangan baru sebagai bagian dari pengembangan karier mereka.

Pada setiap sesi pendampingan, fasilitator memberikan umpan balik terstruktur yang membantu peserta memahami perkembangan diri, kekuatan yang sudah dimiliki, serta kelemahan yang perlu diperbaiki. Proses refleksi ini penting untuk membangun kesadaran diri dan meningkatkan kemampuan adaptasi peserta terhadap situasi penjualan yang beragam.



Gambar 2. Sesi umpan Balik dari Peserta Pelatihan

Keseluruhan langkah pendampingan ini juga mendorong terbentuknya budaya pembelajaran berkelanjutan dalam tim penjualan. Setiap anggota tim dilibatkan dalam proses pengembangan diri, berbagi pengetahuan, serta mendukung rekan sejawat untuk mencapai kinerja optimal. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, strategi pendampingan terbukti lebih efektif dan komprehensif dalam meningkatkan keterampilan penanganan keberatan dan teknik penutupan penjualan

di PT United Motors Centre, serta memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian target perusahaan.

3. Hasil pengabdian

Pelaksanaan Pelatihan Handling Objection and Closing Techniques di PT United Motors Centre menghasilkan sejumlah perubahan signifikan pada peserta yang terdiri dari seluruh tim penjualan wilayah Jawa Timur. Secara umum, pelatihan ini mampu meningkatkan kapasitas profesional tenaga penjualan melalui penguasaan teknik penanganan keberatan dan strategi penutupan penjualan yang lebih sistematis.

Pertama, hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan kompetensi teknis tim penjualan dalam merespons keberatan pelanggan. Peserta memperoleh pemahaman yang lebih terstruktur mengenai jenis keberatan yang umum ditemui di industri otomotif—seperti keberatan terkait harga, fitur, pembiayaan, maupun perbandingan dengan kompetitor. Melalui latihan langsung dan simulasi peran, peserta mampu mengidentifikasi akar keberatan pelanggan dan mengarahkan percakapan menuju solusi yang relevan.

Kedua, pelatihan berkontribusi pada peningkatan efektivitas komunikasi interpersonal, terutama setelah peserta memahami penggunaan model DISC dalam memetakan tipe kepribadian pelanggan. Peserta mampu menyesuaikan gaya penyampaian, pola negosiasi, dan pendekatan persuasi sesuai dengan preferensi setiap tipe pelanggan. Keterampilan ini mempermudah proses membangun rapport dan mengurangi resistensi pelanggan selama proses negosiasi.

Ketiga, peserta berhasil menunjukkan peningkatan kemampuan membaca buying signals serta memilih teknik penutupan yang tepat. Berbagai teknik seperti assumptive closing, alternative closing, hingga urgency closing dilatih dan diterapkan dalam simulasi hingga peserta mampu mengintegrasikannya dalam proses penjualan sehari-hari.



Selain aspek teknis, hasil pengabdian juga menunjukkan peningkatan motivasi dan kepercayaan diri anggota tim penjualan. Peningkatan ini terlihat dari tingginya partisipasi dalam sesi diskusi, praktik langsung, dan pendampingan individu, serta adanya kesadaran peserta untuk memperbaiki strategi penjualan berdasarkan umpan balik fasilitator.



Gambar 3. Peningkatan Motivasi Penjualan dalam Diskusi Kelompok

Dampak lain yang muncul adalah peningkatan adopsi teknologi dalam proses penjualan. Peserta mulai memanfaatkan materi digital, katalog interaktif, dan alat bantu presentasi sebagai sarana untuk mengelola keberatan dan memberikan informasi produk secara lebih profesional. Secara keseluruhan, hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan memberikan perubahan positif yang dapat diukur, baik pada performa individu maupun efektivitas tim penjualan secara keseluruhan.

4. Pembahasan

Temuan hasil pengabdian memperkuat beberapa teori tentang efektivitas pelatihan penjualan di sektor otomotif. Pelatihan handling objection yang baik pada dasarnya harus melatih tiga aspek: pemahaman keberatan, respon berbasis

solusi, dan strategi negosiasi adaptif. Implementasi teknik ini selaras dengan teori (Ramli & Yusnaini, 2022) yang menekankan bahwa keberhasilan penjualan ditentukan oleh kemampuan tenaga penjualan mengubah keberatan menjadi peluang dengan memberikan solusi yang bernilai bagi pelanggan.

Peningkatan kompetensi komunikasi juga sejalan dengan konsep customer engagement yang dikemukakan (Putri & Frianto, 2022), yaitu bahwa keberhasilan proses closing sangat bergantung pada tingkat kenyamanan dan kepercayaan pelanggan terhadap tenaga penjualan. Penggunaan model DISC (Ahmad dkk., 2021) dalam pelatihan terbukti relevan dalam membantu tim mengidentifikasi tipe perilaku pelanggan sehingga pendekatan dapat disesuaikan secara lebih personal. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan modern tidak lagi berbasis produk semata, tetapi berbasis pemahaman karakter pelanggan.

Dari sisi metodologi pengabdian, pendekatan pendampingan individual dan adanya simulasi situasional terbukti memiliki kontribusi besar. Hal ini sejalan dengan literatur yang menyebut bahwa praktik role play merupakan strategi paling efektif dalam membangun kompetensi penjualan karena memberikan ruang bagi peserta untuk mengalami situasi yang menyerupai kondisi lapangan.

Selanjutnya, peningkatan motivasi kerja dan kepuasan peserta pascapelatihan sejalan dengan penelitian lain di bidang pengembangan SDM yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis pengalaman (experiential learning) dapat meningkatkan rasa percaya diri dan komitmen terhadap pencapaian target. Dalam konteks PT United Motors Centre, peningkatan motivasi tercermin dari antusiasme peserta dalam sesi diskusi dan kesediaan mereka untuk mengadopsi strategi baru dalam penjualan.

Pelatihan ini juga memperkuat pentingnya integrasi teknologi dalam penjualan otomotif modern. Peserta semakin memahami bahwa teknologi bukan hanya alat bantu presentasi, tetapi juga sarana untuk memberikan informasi yang akurat, meningkatkan kecepatan respons, dan menunjukkan profesionalitas. Hal ini



menegaskan bahwa perkembangan digital menjadi tuntutan baru dalam praktik penjualan yang kompetitif.

Terakhir, hasil pengabdian memberikan wawasan bahwa keberhasilan program bukan hanya terletak pada peningkatan kompetensi individu, tetapi juga pada terbentuknya budaya belajar berkelanjutan dalam tim penjualan. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai menunjukkan inisiatif untuk melakukan refleksi kinerja, berbagi pengalaman antartim, serta menerapkan teknik baru dalam aktivitas penjualan harian.

KESIMPULAN

Pelatihan Handling Objection and Closing Techniques di PT United Motors Centre memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kompetensi tim penjualan dalam menghadapi tantangan penjualan di industri otomotif yang sangat kompetitif. Melalui pendekatan pendampingan yang sistematis dan responsif terhadap kebutuhan individu, pelatihan ini mampu memperkuat kemampuan peserta dalam mengidentifikasi berbagai bentuk keberatan pelanggan, merespons secara persuasif, serta menerapkan teknik penutupan penjualan secara lebih efektif dan terukur. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan dalam aspek pengetahuan produk, keterampilan komunikasi, pemahaman karakter pelanggan berbasis model DISC, serta kemampuan mengelola keberatan secara solutif. Selain itu, pelatihan berhasil meningkatkan sensitivitas peserta terhadap buying signals dan memperkuat strategi penutupan yang disesuaikan dengan kondisi pelanggan. Dampak positif juga terlihat dalam meningkatnya motivasi, kepercayaan diri, dan kemampuan menggunakan teknologi digital dalam proses penjualan. Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya memperbaiki performa individu, tetapi juga memperkuat efektivitas tim dan mendukung peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan. Implementasi strategi pendampingan yang berkelanjutan, pemantauan kinerja, serta kultur pembelajaran berkesinambungan menjadi faktor penting dalam memastikan keberlanjutan hasil

pelatihan. Dengan demikian, kegiatan ini mampu memberikan nilai strategis bagi PT United Motors Centre dalam meningkatkan daya saing dan memperluas peluang keberhasilan penjualan di tengah perubahan dan dinamika pasar otomotif.

SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pengabdian, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan acuan untuk peningkatan program pelatihan selanjutnya. Pertama, pelatihan Handling Objection and Closing Techniques perlu dilaksanakan secara berkala agar kemampuan yang telah diperoleh peserta dapat terus diperbarui dan disesuaikan dengan perubahan tren industri otomotif. Penguatan secara berkelanjutan juga diperlukan mengingat dinamika pasar dan perilaku konsumen yang terus berkembang.

Kedua, PT United Motors Centre disarankan untuk memperluas cakupan pelatihan dengan menambahkan modul terkait pemanfaatan teknologi penjualan terkini, seperti aplikasi CRM berbasis AI, metode pemasaran digital, dan pendekatan omnichannel. Hal ini penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan dalam era digitalisasi yang semakin kuat.

Ketiga, pendampingan individual yang telah dilakukan terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan keterampilan peserta. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan dan mengembangkan mekanisme mentoring internal sehingga proses pembelajaran dapat terus berlanjut meskipun pelatihan formal telah selesai. Penugasan role model atau senior sales sebagai coach internal dapat menjadi strategi efektif untuk mempercepat transfer pengetahuan.

Keempat, evaluasi kinerja setelah pelatihan perlu dilakukan secara lebih terstruktur dan menggunakan indikator yang terukur, seperti peningkatan tingkat penutupan penjualan, jumlah keberatan yang dapat diselesaikan, kepuasan pelanggan, serta kemampuan peserta dalam menggunakan alat bantu digital. Evaluasi yang



komprehensif akan membantu perusahaan mengidentifikasi kebutuhan pelatihan lanjutan serta memastikan keberlanjutan dampak pengabdian.

Akhirnya, perlu adanya kolaborasi lanjutan antara institusi akademik dan PT United Motors Centre untuk merancang program pelatihan yang lebih inovatif, berbasis riset, dan sesuai dengan kebutuhan industri. Kolaborasi ini akan memberikan nilai tambah baik bagi praktik akademik maupun dunia industri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada PT United Motors Centre Jawa Timur atas kesempatan dan kepercayaan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan Handling Objection and Closing Techniques. Apresiasi yang tinggi juga diberikan kepada seluruh anggota tim penjualan yang telah berpartisipasi aktif, menunjukkan antusiasme, serta memberikan umpan balik konstruktif selama kegiatan berlangsung.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ketua LPPM Institut Al-Azhar Menganti Gresik beserta jajaran yang telah memberikan dukungan administratif dan moral sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan baik. Tidak lupa, penghargaan diberikan kepada seluruh pihak yang turut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam menyukseskan kegiatan ini. Semoga kerja sama yang terjalin dapat terus berlanjut dalam program-program pengembangan sumber daya manusia lainnya, serta memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan kualitas pelayanan dan kinerja penjualan di PT United Motors Centre..

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, W. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas dalam Memilih Pembiayaan Akad Mudharabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar Veteran). *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 3(1), 11–25.

- Ahmad, A., Yuliadi, I., & Pribadi, F. (2021). Disc Personality Model and Leadership Style in Hospital. *Jurnal Aisyah: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 6(0), 261. <https://doi.org/10.30604/jika.v6iSI.990>
- Anas, J., & Ferrara, L. (2004). Detecting Cyclical Turning Points: The ABCD Approach and Two Probabilistic Indicators. *Journal of Business Cycle Measurement and Analysis*, 2004(2), 193–225. <https://doi.org/10.1787/jbcm-a-v2004-art12-en>
- Arbarini, M., Ilyas, I., Kisworo, B., Malik, A., & ... (2022). Pelatihan Ecoprinting Berbasis Participatory Learning and Action upaya Mewujudkan Sustainable Development Goals. *Dikmas: Jurnal ...*, Query date: 2023-11-02 19:39:13. <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas/article/view/1422>
- Aust, D. N. (2009). Valuation for Managers: Closing the Gap between Theory and Practice. *The Valuation Handbook*, Query date: 2025-11-15 17:29:56, 255–272. <https://doi.org/10.1002/9781118268179.ch10>
- Brown, K. (1994). Using role play to integrate ethics into the business curriculum a financial management example. *Journal of Business Ethics*, 13(2), 105–110. <https://doi.org/10.1007/BF00881579>
- Febriani, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam)*. Query date: 2023-03-15 22:21:31. http://repositori.uin-alauddin.ac.id/7925/1/REZKI%20FEBRIANI_.pdf
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, P., & Slamet, A. (2019). Peran digital marketing sebagai upaya peningkatan omset penjualan bagi klaster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Abdimas*. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/abdimas/article/view/17880>
- Mahbub, M. S. (2020). A comparative study on constraint handling techniques of NSGAI. *2020 International Conference on Electrical, Communication, and Computer Engineering (ICECCE)*, Query date: 2025-11-15 17:29:56, 1–5. <https://doi.org/10.1109/icecce49384.2020.9179174>
- Mapletoft, R. J., Johnson, W. H., & Miller, D. M. (1980). Embryo transfer techniques in handling repeat breeding cows. *Theriogenology*, 13(1), 103–103. [https://doi.org/10.1016/0093-691x\(80\)90033-3](https://doi.org/10.1016/0093-691x(80)90033-3)



- Muttaqin, D. (2017). Kualitas Produk, Pelayanan dan Nilai Syariah terhadap Persepsi Mahasiswa Ekonomi Islam untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, Query date: 2023-03-15 22:21:31. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/JES/article/view/5106>
- Putri, A., & Frianto, A. (2022). Pengaruh Self-efficacy Terhadap Job Satisfaction Melalui Work Engagement pada Karyawan PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Query date: 2023-11-02 19:39:13. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/16766>
- Ramli, D., & Yusnaini, Y. (2022). Pengaruh Sales Growth, Debt To Equity Ratio, Total Assets Turnover Terhadap Return On Assets Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, Query date: 2023-11-02 19:39:13. <http://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/view/647>
- Safitri, F. I. (2022). Pengaruh Pelayanan Prima, Etika Bisnis Islam, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Malang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Syariah*, 5(1), 25–34.
- Shahiri, A. M., Husain, W., & Rashid, N. A. (2017). A proposed framework on hybrid feature selection techniques for handling high dimensional educational data. *AIP Conference Proceedings*, 1891(Query date: 2025-11-15 17:29:56), 20130–20130. <https://doi.org/10.1063/1.5005463>
- Sirgy, M. J. (2002). Measuring corporate performance by building on the stakeholders model of business ethics. *Journal of Business Ethics*, 35(3), 143–162. <https://doi.org/10.1023/A:1013856421897>
- South, J., Woodward, J., Coan, S., Bagnall, A.-M., & Rippon, S. (2021, Maret 31). *Asset Based Community Development: Evaluation of Leeds ABCD* [Monograph]. Leeds Beckett University. <https://eprints.leedsbeckett.ac.uk/id/eprint/7640/>
- Trial Closing Techniques. (2023). *Successful Fundraising*, 31(11), 4–4. <https://doi.org/10.1002/sfr.32268>
- Umar, H. (2014). Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Penerbangan Low Cost Carrier. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 1(2), 127. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v1i2.13>

Wu, P. C. S. (2011). The effect of store image and service quality on brand image and purchase intention for private label brands. *Australasian Marketing Journal*, 19(1), 30–39. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2010.11.001>

