

## Peningkatan Keterampilan Menjual Produk Rumahan Melalui Edukasi Kesehatan Mulut dan Komunikasi Persuasif pada Ibu PKK RW 010 Perumahan Puri Bukit Depok Kabupaten Bogor

Merliyana<sup>1</sup>, Asep Saefurahman<sup>2</sup>, Agustian Burdah<sup>3</sup>, Hendrawati<sup>4</sup>, Rama Chandra<sup>5</sup>, Kus Tri Andyarini<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta

E-mail : [merliyana@stei.ac.id](mailto:merliyana@stei.ac.id)

\*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7235>

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received: 19 Jun 2026

Revised: 25 Jun 2026

Accepted: 04 Jul 2026

#### Kata Kunci:

UMKM, selling skills, komunikasi persuasif, kesehatan mulut, pemberdayaan masyarakat

#### Keywords

MSMEs, sales skills, persuasive communication, oral health, community empowerment



### ABSTRACT

Pelaku usaha rumahan memerlukan keterampilan komunikasi dan penjualan yang baik agar mampu meningkatkan daya saing produk yang dipasarkan. Selain faktor pemasaran, aspek kesehatan personal seperti kesehatan mulut juga berpengaruh terhadap kualitas komunikasi dengan pelanggan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan keterampilan menjual produk rumahan serta meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya kesehatan mulut dalam mendukung keberhasilan komunikasi pemasaran. Kegiatan dilaksanakan pada 16 November 2025 di Perumahan Puri Bukit Depok Kabupaten Bogor dengan peserta sebanyak 32 orang anggota arisan PKK RT 03 RW 010. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Participatory Learning and Action (PLA) melalui ceramah interaktif, demonstrasi, simulasi penjualan, diskusi kelompok, dan sesi tanya jawab. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai teknik komunikasi persuasif, pentingnya first impression dalam penjualan, serta perilaku pencegahan bau mulut. Peserta juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam melakukan interaksi dengan calon pelanggan. Program ini menghasilkan model pemberdayaan masyarakat yang mengintegrasikan aspek kesehatan personal dan penguatan kapasitas pemasaran UMKM rumah tangga. Model tersebut berpotensi direplikasi pada komunitas masyarakat lainnya sebagai strategi peningkatan kapasitas ekonomi keluarga.

Home-based business owners require strong communication and sales skills to enhance the competitiveness of their products. Beyond marketing factors, personal health aspects—such as oral health—also influence the quality of customer communication. This community service initiative aimed to improve sales skills for home-based products and raise awareness regarding the importance of oral health in facilitating successful marketing communication. The activity took place on November 16, 2025, at the Puri Bukit Depok Housing Complex in Bogor Regency, involving 32 participants from the PKK \*arisan\* (rotating savings and social gathering) group of RT 03 RW 010. The implementation utilized a Participatory Learning and Action (PLA) approach, incorporating interactive lectures, demonstrations, sales simulations, group discussions, and Q&A sessions. The results demonstrated an improvement in participants' understanding of persuasive communication techniques, the significance of first impressions in sales, and practices for preventing bad breath. Participants also exhibited increased confidence when interacting with potential customers. This program produced a community empowerment model that integrates personal health aspects with capacity building for home-based MSME marketing. The model holds potential for replication in other communities as a strategy to enhance family economic capacity.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Merliyana et al (2026), Peningkatan Keterampilan Menjual Produk Rumahan Melalui Edukasi Kesehatan Mulut dan Komunikasi Persuasif pada Ibu PKK RW 010 Perumahan Puri Bukit Depok Kabupaten Bogor , 5(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7235>

## PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu strategi pembangunan yang bertujuan meningkatkan kemampuan individu maupun kelompok dalam mengelola sumber daya yang dimiliki guna mencapai kesejahteraan yang lebih baik. Dalam konteks keluarga, perempuan memiliki peran penting dalam mendukung ketahanan ekonomi rumah tangga melalui berbagai aktivitas produktif, termasuk usaha mikro berbasis rumah tangga.

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM merupakan sektor yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan penyerapan tenaga kerja. Namun demikian, berbagai kendala masih dihadapi pelaku usaha mikro, terutama terkait keterampilan pemasaran, kemampuan komunikasi bisnis, dan rendahnya kepercayaan diri dalam menawarkan produk kepada konsumen.

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa keberhasilan pemasaran tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga kemampuan pelaku usaha dalam mengomunikasikan nilai produk kepada konsumen. Kemampuan menjual (*selling skills*) menjadi salah satu kompetensi yang harus dimiliki pelaku usaha untuk menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan dan meningkatkan peluang pembelian.

Dalam praktiknya, komunikasi pemasaran dipengaruhi oleh berbagai faktor personal, salah satunya kesehatan mulut. Halitosis atau bau mulut merupakan kondisi yang dapat menurunkan kualitas komunikasi interpersonal karena menimbulkan ketidaknyamanan bagi lawan bicara. Penelitian menunjukkan bahwa kondisi kesehatan mulut berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri individu dalam melakukan interaksi sosial (Porter & Ntouva, 2022).

Sayangnya, pelatihan kewirausahaan yang diberikan kepada masyarakat umumnya hanya berfokus pada aspek produksi dan pemasaran, sementara aspek kesehatan personal yang mendukung keberhasilan komunikasi bisnis masih jarang diperhatikan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan yang perlu diatasi melalui pendekatan pemberdayaan yang lebih komprehensif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian melaksanakan kegiatan pelatihan keterampilan menjual produk rumahan yang diintegrasikan dengan edukasi kesehatan mulut sebagai upaya meningkatkan kemampuan pemasaran sekaligus meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal para pelaku usaha rumah tangga.

### **Novelty Kegiatan**

Kebaruan (*novelty*) program ini terletak pada:

#### **Program PKM Umum**

Fokus pada pemasaran saja

Menekankan peningkatan penjualan

Berbasis pelatihan bisnis

Fokus pada produk

#### **Program PKM Ini**

Integrasi pemasaran dan kesehatan mulut

Menekankan peningkatan penjualan dan kepercayaan diri

Berbasis pendekatan multidisiplin ekonomi-kesehatan

Fokus pada produk dan kualitas komunikasi penjual

Model integrasi antara edukasi kesehatan mulut dan peningkatan kemampuan pemasaran masih sangat jarang ditemukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat, khususnya pada kelompok PKK pelaku usaha rumahan.

## METODE

### **Lokasi dan Peserta**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini, dilaksanakan di Balai Warga RT 03 RW 010 Perumahan Puri Bukit Depok Kabupaten Bogor pada tanggal 16 November 2025.

Peserta kegiatan berjumlah 32 orang yang terdiri atas anggota arisan PKK RW 010 yang sebagian besar menjalankan usaha rumahan skala mikro.



### **Tahapan Kegiatan**

#### **1. Persiapan**

- a. Identifikasi kebutuhan masyarakat
- b. Koordinasi dengan pengurus PKK
- c. Penyusunan materi
- d. Penyediaan media pembelajaran

#### **2. Pelaksanaan**

Metode yang digunakan:

Ceramah Interaktif

Materi meliputi:

- a. Konsep selling skills
- b. Komunikasi persuasif
- c. Personal selling
- d. First impression
- e. Penyebab dan pencegahan halitosis



### **Demonstrasi dan Simulasi**

Peserta melakukan:

- a. Simulasi menawarkan produk
- b. Latihan komunikasi verbal
- c. Praktik teknik menyikat gigi yang benar
- d. Demonstrasi pembersihan lidah

### **Diskusi Kelompok**

Peserta mendiskusikan kendala pemasaran yang dihadapi selama menjalankan usaha.

### **Tanya Jawab**

Sesi dilakukan untuk memperdalam pemahaman peserta.

### **Evaluasi Kegiatan**

Evaluasi dilakukan menggunakan observasi partisipatif, tingkat partisipasi peserta, dan umpan balik langsung selama kegiatan berlangsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Peserta

Berikut ini merupakan karakteristik peserta yang mengikuti kegiatan :

Tabel 1. Karakteristik Peserta

Karakteristik	Jumlah
Total Peserta	32
Anggota PKK	32
Memiliki usaha rumahan	17
Belum memiliki usaha tetapi berminat	15

Mayoritas peserta kegiatan merupakan ibu rumah tangga yang aktif mengikuti kegiatan PKK, yang sebagian besar sudah memiliki usaha rumahan yang dikelola secara sederhana dan memiliki ketertarikan terhadap pengembangan usaha berbasis rumah tangga.

### Peningkatan Pemahaman Teknik Penjualan

Pelatihan teknik penjualan yang diberikan kepada peserta bertujuan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi pemasaran yang selama ini masih dilakukan secara sederhana dan berdasarkan pengalaman pribadi. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta mengaku bahwa proses penjualan produk rumahan dilakukan secara spontan tanpa strategi komunikasi yang terstruktur. Produk biasanya ditawarkan kepada tetangga, kerabat, atau anggota komunitas sekitar dengan pendekatan yang masih berfokus pada penyampaian harga dan jenis produk, tanpa memperhatikan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

Melalui kegiatan pelatihan, peserta memperoleh pemahaman mengenai berbagai aspek penting dalam personal selling, meliputi kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan (relationship building), mengidentifikasi kebutuhan konsumen (needs identification), melakukan presentasi produk secara efektif (product presentation), serta strategi menghadapi keberatan pelanggan (handling objections). Peserta juga diperkenalkan pada konsep komunikasi persuasif yang menekankan pentingnya empati, kemampuan mendengarkan secara aktif (active listening), dan penyampaian manfaat produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Selama sesi simulasi, terlihat adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menjelaskan keunggulan produk secara lebih sistematis. Peserta mulai mampu membedakan antara fitur produk dan manfaat produk bagi konsumen. Selain itu, peserta juga menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam membangun interaksi dua arah dibandingkan hanya melakukan promosi satu arah sebagaimana yang biasa dilakukan sebelumnya.

Peningkatan pemahaman ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan tambahan pengetahuan, tetapi juga membantu peserta mengembangkan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa keberhasilan penjualan sangat dipengaruhi oleh kemampuan tenaga penjual dalam mengomunikasikan nilai produk dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hasil kegiatan ini juga mendukung penelitian Sari dan Hidayat (2023) yang menemukan bahwa kemampuan komunikasi interpersonal memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja penjualan UMKM karena mampu menciptakan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Lebih lanjut, peningkatan keterampilan komunikasi yang diperoleh peserta berpotensi memberikan dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha rumahan. Dalam persaingan usaha yang semakin ketat, kemampuan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan menjadi salah satu faktor pembeda yang dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha mikro.

### Peningkatan Kesadaran Kesehatan Mulut

Edukasi kesehatan mulut menjadi bagian penting dalam kegiatan pengabdian ini karena kesehatan personal memiliki keterkaitan erat dengan kualitas komunikasi interpersonal. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta memandang kesehatan mulut semata-mata sebagai upaya menjaga kesehatan fisik dan mencegah penyakit gigi. Pengetahuan peserta mengenai hubungan antara kesehatan mulut dan efektivitas komunikasi dalam aktivitas pemasaran masih relatif terbatas.

Melalui penyuluhan yang diberikan, peserta memperoleh pemahaman bahwa kesehatan mulut memiliki fungsi yang lebih luas, yaitu sebagai faktor yang dapat memengaruhi persepsi, kenyamanan,

dan kualitas interaksi sosial. Materi yang disampaikan mencakup penyebab bau mulut (halitosis), pentingnya menjaga kebersihan gigi dan lidah, penggunaan produk perawatan mulut yang tepat, serta kebiasaan sehari-hari yang dapat memicu timbulnya bau mulut.

Hasil diskusi menunjukkan bahwa banyak peserta baru menyadari bahwa kondisi bau mulut dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi lawan bicara dan secara tidak langsung memengaruhi keberhasilan komunikasi. Peserta memahami bahwa dalam aktivitas penjualan, kesan pertama yang muncul ketika berinteraksi dengan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh penampilan fisik dan cara berbicara, tetapi juga oleh kondisi kesehatan personal, termasuk kesegaran napas.

Setelah mengikuti kegiatan, peserta menyatakan bahwa mereka lebih memahami pentingnya menjaga kesehatan mulut sebagai bagian dari citra diri (self-image) dan profesionalitas seorang penjual. Kesadaran ini tercermin dari meningkatnya perhatian peserta terhadap kebiasaan menjaga kebersihan gigi, penggunaan obat kumur, konsumsi air putih yang cukup, serta upaya menghindari makanan yang berpotensi menimbulkan bau mulut sebelum berinteraksi dengan pelanggan.

Temuan tersebut mendukung teori komunikasi interpersonal yang menyatakan bahwa persepsi awal seseorang terhadap individu lain dipengaruhi oleh berbagai faktor verbal maupun nonverbal. Solomon (2018) menjelaskan bahwa kesan pertama (first impression) terbentuk dalam waktu yang sangat singkat dan dapat memengaruhi penilaian seseorang terhadap kredibilitas, profesionalitas, dan tingkat kepercayaan terhadap lawan bicaranya. Oleh karena itu, kesehatan mulut dapat dipandang sebagai salah satu unsur penting dalam membangun citra positif pelaku usaha di hadapan pelanggan.

#### **Hubungan Kesehatan Mulut dengan Kepercayaan Diri Penjual**

Salah satu temuan menarik dari kegiatan ini adalah munculnya kesadaran peserta mengenai hubungan antara kesehatan mulut dan tingkat kepercayaan diri dalam melakukan aktivitas penjualan. Dalam sesi diskusi kelompok, beberapa peserta mengungkapkan bahwa mereka pernah merasa kurang percaya diri ketika harus menawarkan produk secara langsung kepada pelanggan karena khawatir mengalami bau mulut atau kondisi mulut yang kurang nyaman.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa faktor kesehatan personal tidak hanya berdampak pada aspek fisik, tetapi juga berpengaruh terhadap aspek psikologis individu. Ketika seseorang merasa kurang nyaman dengan kondisi dirinya, maka kecenderungan untuk melakukan komunikasi secara aktif juga akan menurun. Akibatnya, proses penyampaian informasi produk menjadi kurang optimal dan peluang terjadinya transaksi dapat berkurang.

Setelah memperoleh edukasi mengenai kesehatan mulut dan teknik pencegahan bau mulut, peserta menunjukkan perubahan persepsi yang cukup signifikan. Peserta menjadi lebih memahami bahwa menjaga kebersihan mulut merupakan langkah sederhana namun memiliki dampak besar terhadap kenyamanan berkomunikasi. Pengetahuan tersebut mendorong munculnya rasa percaya diri yang lebih tinggi ketika berinteraksi dengan calon pelanggan.

Peningkatan kepercayaan diri ini terlihat selama sesi simulasi penjualan. Dibandingkan pada awal kegiatan, peserta tampak lebih aktif dalam berbicara, lebih berani melakukan kontak mata, serta lebih mampu menjelaskan produk dengan intonasi yang jelas dan meyakinkan. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa aspek psikologis memiliki peran penting dalam mendukung efektivitas komunikasi pemasaran.

Hasil kegiatan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan penjualan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk dan strategi pemasaran yang digunakan, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi personal penjual. Dengan kata lain, kesehatan mulut dapat menjadi modal sosial (social capital) yang mendukung terciptanya komunikasi yang efektif, meningkatkan rasa percaya diri, dan memperkuat hubungan antara penjual dan pelanggan.

Temuan ini memperkuat konsep pemberdayaan masyarakat berbasis pendekatan holistik, yaitu pengembangan kapasitas ekonomi yang disertai dengan peningkatan kualitas kesehatan individu. Integrasi kedua aspek tersebut menjadi keunggulan utama program ini karena menghasilkan manfaat ganda (double impact), yakni peningkatan keterampilan pemasaran sekaligus peningkatan kualitas hidup peserta. Dengan demikian, model pelatihan yang mengombinasikan edukasi kesehatan mulut dan penguatan keterampilan penjualan berpotensi menjadi alternatif strategi pemberdayaan UMKM yang lebih komprehensif dan berkelanjutan.

### **Model Integrasi Pemasaran dan Kesehatan Personal**

Berdasarkan hasil kegiatan, diperoleh model pemberdayaan masyarakat sebagai berikut:



Model ini dapat menjadi alternatif pendekatan dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang selama ini lebih banyak berfokus pada aspek ekonomi semata.

#### **Faktor Pendukung Dan Hambatan**

##### **Faktor Pendukung**

1. Dukungan penuh pengurus PKK.
2. Tingginya antusiasme peserta.
3. Materi sesuai kebutuhan masyarakat.
4. Metode pembelajaran partisipatif.

##### **Faktor Hambatan**

1. Waktu pelaksanaan relatif singkat.
2. Tingkat pengalaman usaha peserta yang beragam.
3. Belum tersedia program pendampingan lanjutan.

#### **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai teknik menjual produk rumahan dan pentingnya menjaga kesehatan mulut sebagai pendukung komunikasi pemasaran. Integrasi kedua materi memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepercayaan diri peserta dalam berinteraksi dengan pelanggan.

Program ini menghasilkan model pemberdayaan masyarakat berbasis integrasi kesehatan personal dan penguatan kapasitas pemasaran yang berpotensi direplikasi pada kelompok masyarakat lainnya untuk mendukung pengembangan UMKM rumah tangga.

Saran :

1. Perlu dilakukan pendampingan lanjutan bagi peserta yang memiliki usaha.
2. Perlu dilakukan pengukuran pre-test dan post-test pada kegiatan berikutnya.
3. Model pelatihan dapat dikembangkan dengan memasukkan materi pemasaran digital dan branding produk.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Porter, S., & Ntouva, A. (2022). Oral health and quality of life: Implications for social interaction. *Journal of Oral Health Research*, 14(2), 85–94.

- Sari, D., & Hidayat, R. (2023). The role of communication skills in improving MSME sales performance. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 34–45.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being* (12th ed.). Pearson.
- Weitz, B. A., Castleberry, S. B., & Tanner, J. F. (2014). *Selling: Building Partnerships* (9th ed.). McGraw-Hill.
- World Health Organization. (2022). *Oral Health Fact Sheet*. Geneva: WHO.