



**MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA**

**KEPUTUSAN MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 124 TAHUN 2022
TENTANG**

**PENETAPAN STANDAR KOMPETENSI KERJA NASIONAL INDONESIA
KATEGORI AKTIVITAS PROFESIONAL, ILMIAH DAN TEKNIS GOLONGAN
POKOK AKTIVITAS KONSULTASI MANAJEMEN BIDANG PEMASARAN**

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI KETENAGAKERJAAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : a. bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 31 Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 3 Tahun 2016 tentang Tata Cara Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia, perlu menetapkan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Aktivitas Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Aktivitas Konsultasi Manajemen Bidang Pemasaran;
- b. bahwa Rancangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Aktivitas Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Aktivitas Konsultasi Manajemen Bidang Pemasaran telah disepakati melalui Konvensi Nasional pada 6 Desember 2021 di Bogor;
- c. bahwa sesuai surat Direktur Bina Usaha dan Pelaku Industri, Perdagangan Nomor 782/PDN.2/SD/12/2021 tanggal 29 Desember 2021 perihal permohonan Penetapan Rancangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Aktivitas Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Aktivitas Konsultasi Manajemen Bidang Pemasaran;

- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu menetapkan Keputusan Menteri Ketenagakerjaan tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Aktivitas Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Aktivitas Konsultasi Manajemen Bidang Pemasaran;

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 39, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4279);

2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);

3. Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2006 tentang Sistem Pelatihan Kerja Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 67, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4637);

4. Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 24);

5. Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2020 tentang Kementerian Ketenagakerjaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 213);

6. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 21 Tahun 2014 tentang Pedoman Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 1792);

7. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 3 Tahun 2016 tentang Tata Cara Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 258);

8. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 1 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Ketenagakerjaan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 108);

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : KEPUTUSAN MENTERI KETENAGAKERJAAN TENTANG PENETAPAN STANDAR KOMPETENSI KERJA NASIONAL INDONESIA KATEGORI AKTIVITAS PROFESIONAL, ILMIAH DAN TEKNIS GOLONGAN POKOK AKTIVITAS KONSULTASI MANAJEMEN BIDANG PEMASARAN.
- KESATU : Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Aktivitas Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Aktivitas Konsultasi Manajemen Bidang Pemasaran, sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan Menteri ini.
- KEDUA : Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU menjadi acuan dalam penyusunan jenjang kualifikasi nasional, penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan serta sertifikasi kompetensi.
- KETIGA : Pemberlakuan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU dan penyusunan jenjang kualifikasi nasional sebagaimana dimaksud dalam Diktum KEDUA ditetapkan oleh Menteri Perdagangan dan/atau kementerian/lembaga teknis terkait sesuai dengan tugas dan fungsinya.
- KEEMPAT : Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU dikaji ulang setiap 5 (lima) tahun atau sesuai dengan kebutuhan.
- KELIMA : Pada saat Keputusan Menteri ini mulai berlaku maka Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 389 Tahun 2013 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis, Golongan Pokok Kegiatan Kantor Pusat dan Konsultasi Manajemen, Golongan Konsultasi Manajemen Area Kerja Pemasaran, dicabut dan dinyatakan tidak berlaku

KEENAM : Keputusan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta

pada tanggal 18 Agustus 2022

MENTERI KETENAGAKERJAAN

REPUBLIK INDONESIA,



LAMPIRAN
KEPUTUSAN MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 124 TAHUN 2022
TENTANG
PENETAPAN STANDAR KOMPETENSI KERJA
NASIONAL INDONESIA KATEGORI AKTIVITAS
PROFESIONAL, ILMIAH DAN TEKNIS
GOLONGAN POKOK AKTIVITAS KONSULTASI
MANAJEMEN BIDANG PEMASARAN

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemasaran (*marketing*) merupakan salah satu jenis perdagangan jasa yang tergolong ke dalam jasa bisnis, dimana perusahaan mendapatkan profit dari memasarkan sesuatu sesuai dengan permintaan dari pengguna jasanya.

Sebagai salah satu jenis perdagangan jasa, perusahaan yang menjalankan usaha pemasaran sangat bergantung pada kompetensi tenaga kerjanya. Oleh karena itu, Pasal 20 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Peraturan Pemerintah Nomor 83 Tahun 2019 tentang Penyediaan Tenaga Teknis yang Kompeten di Bidang Perdagangan Jasa mewajibkan penyedia jasa yang bergerak di bidang perdagangan jasa untuk didukung oleh tenaga teknis yang kompeten.

Kompetensi tenaga teknis dapat diraih melalui pengalaman kerja maupun pelatihan kerja berbasis kompetensi. Kompetensi tenaga teknis tersebut kemudian diukur melalui suatu Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI). Selain di sektor jasa pemasaran, SKKNI dapat diterapkan disektor usaha lainnya sepanjang memiliki unit kompetensi yang relevan. Mengingat pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh hampir semua organisasi, baik organisasi laba (diantaranya perusahaan dan koperasi) maupun nirlaba (diantaranya yayasan, lembaga pemerintahan dan asosiasi), maka potensi kebutuhan penggunaan SKKNI Pemasaran cukup besar.

Pada organisasi laba, pemasaran dibutuhkan untuk melakukan segmentasi pasar agar tercapai keuntungan finansial yang optimal di masa yang akan datang. Oleh karena itu, pemasaran merupakan elemen yang sangat penting dalam aktivitas perdagangan secara umum. Adapun pada organisasi nirlaba, pemasaran dibutuhkan untuk mencapai suatu misi organisasi atau keuntungan sosial tertentu, misalnya untuk mempromosikan ide-ide tertentu, kampanye di bidang kesehatan, tujuan kemanusiaan ataupun lingkungan.

Perumusan SKKNI Bidang Pemasaran melibatkan sejumlah asosiasi terkait pemasaran, yaitu *Indonesia Marketing Association*, Asosiasi Profesi Pemasar dan Penjual Indonesia, Perkumpulan *Marketing* Bisnis Indonesia, dan Asosiasi Tenaga Ahli Penjualan Indonesia. Anggota tim perumus yang direkomendasikan oleh keempat asosiasi diatas berasal dari latar belakang yang beragam, meliputi pakar, praktisi dan akademisi.

Pemasaran dalam SKKNI ini memiliki cakupan yang lebih luas daripada SKKNI Bidang Pemasaran yang berlaku sebelumnya, yakni melalui Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Nomor 389 Tahun 2013 tentang Penetapan SKKNI Kategori Jasa Professional, Ilmiah dan Teknis, Golongan Pokok Kegiatan Kantor Pusat dan Konsultasi Manajemen, Subgolongan Konsultasi Manajemen Area Kerja Pemasaran. Pada SKKNI sebelumnya, terdapat 27 Unit Kompetensi, sedangkan SKKNI saat ini meliputi 50 Unit Kompetensi. Selain itu, tim perumus memperhatikan era digital yang semakin berkembang dan munculnya kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) yang membawa konsekuensi pada semakin beragamnya kegiatan pemasaran dewasa ini. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka perlu ditambahkan beberapa Unit Kompetensi (UK) pada SKKNI Pemasaran yang berkaitan dengan pemasaran digital (*digital marketing*).

Melalui SKKNI ini, diharapkan tenaga kerja Indonesia di bidang pemasaran akan lebih berkualitas dan lebih mampu bersaing, setidaknya di kawasan Asia Tenggara. Hal ini dikarenakan Negara-negara ASEAN telah menyepakati *Protocol to Implement the 10th Package of ASEAN Framework Agreement on Services* (AFAS) atau AFAS Paket ke-

10 pada tahun 2018. AFAS merupakan suatu perjanjian perdagangan bebas jasa yang dirintis sejak 1996 lalu. Disamping itu, mengingat Indonesia akan mengalami bonus demografi pada tahun 2030-2040, tenaga kerja Indonesia perlu dipersiapkan dengan baik agar dapat terserap oleh bursa kerja dimanapun. Selaras dengan itu, SKKNI ini dapat menjadi acuan bagi tenaga kerja asing yang akan bekerja di bidang pemasaran di Indonesia.

Terdorong dengan adanya bahasan diatas berupa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi digital, perubahan lingkungan dan cara kerja pemasaran, serta masa berlaku SKKNI terdahulu yang mencapai lebih dari 5 tahun, maka ditetapkanlah SKKNI Pemasaran ini.

B. Pengertian

1. Pemasaran adalah serangkaian institusi dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, melakukan pertukaran, serta menyampaikan penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, rekanan, serta masyarakat luas.
2. Layanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.
3. Merek adalah nama dan atau simbol (seperti *trademark* atau desain kemasan) yang dirancang untuk mengidentifikasi produk dari suatu individu atau grup penjual dan untuk membedakan produk tersebut dengan produk pesaing.
4. Penjualan adalah suatu proses mendapatkan komitmen untuk mengambil keputusan demi mencapai hasil tertentu. Dengan kata lain penjualan adalah mengarahkan orang kepada keputusan yang baik untuk mereka.
5. organisasi adalah suatu badan atau wadah yang dibentuk untuk mencapai tujuan tertentu, yang dapat berupa badan hukum (seperti perseroan terbatas, koperasi dan yayasan) dan/atau badan usaha (seperti firma dan *Commanditaire Vennootschap* (CV)).

6. Tenaga pemasar adalah seseorang yang bertugas mengidentifikasi suatu produk yang diinginkan oleh konsumen (yang dapat berupa namun tidak terbatas pada barang dan jasa), serta menyampaikan pesan tentang produk tersebut atas nama organisasi.

C. Penggunaan SKKNI

Standar Kompetensi dibutuhkan oleh beberapa lembaga/institusi yang berkaitan dengan pengembangan sumber daya manusia, sesuai dengan kebutuhan masing- masing:

1. Untuk institusi pendidikan dan pelatihan
 - a. Memberikan informasi untuk pengembangan program dan kurikulum
 - b. Sebagai acuan dalam penyelenggaraan pelatihan, penilaian, dan sertifikasi
2. Untuk dunia usaha/industri dan penggunaan tenaga kerja
 - a. Membantu dalam rekrutmen.
 - b. Membantu penilaian unjuk kerja
 - c. Membantu dalam menyusun uraian jabatan
 - d. Membantu dalam mengembangkan program pelatihan yang spesifik berdasar kebutuhan dunia usaha/industri
3. Untuk institusi penyelenggara pengujian dan sertifikasi
 - a. Sebagai acuan dalam merumuskan paket-paket program sertifikasi sesuai dengan kualifikasi dan levelnya
 - b. Sebagai acuan dalam penyelenggaraan pelatihan penilaian dan sertifikasi

D. Komite Standar Kompetensi

1. Susunan Komite Standar Kompetensi melalui Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 567/M-DAG/KEP/4/2016 tentang Perubahan atas Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 1048/M-DAG/PER/9/2015 tentang Komite Standar Kompetensi Sektor Perdagangan tanggal 13 April 2016, dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1. Susunan Komite Standar Kompetensi Sektor Perdagangan

NO	NAMA	INSTANSI/LEMBAGA	JABATAN DALAM TIM
1	2	3	4
1.	Sekretaris Jenderal	Kementerian Perdagangan	Pengarah
2.	Inspektur Jenderal	Kementerian Perdagangan	Pengarah
3.	Direktur Jenderal Perdagangan Luar Negeri	Kementerian Perdagangan	Pengarah
4.	Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri	Kementerian Perdagangan	Pengarah
5.	Direktur Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional	Kementerian Perdagangan	Pengarah
6.	Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional	Kementerian Perdagangan	Pengarah
7.	Kepala Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditas	Kementerian Perdagangan	Pengarah
8.	Kepala Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan	Kementerian Perdagangan	Pengarah
9.	Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	Kementerian Perdagangan	Ketua
10.	Direktur Standardisasi dan Pengendalian Mutu	Kementerian Perdagangan	Sekretaris
11.	Sekretaris Inspektorat Jenderal	Kementerian Perdagangan	Anggota
12.	Sekretaris Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri	Kementerian Perdagangan	Anggota
13.	Sekretaris Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri	Kementerian Perdagangan	Anggota

NO	NAMA	INSTANSI/LEMBAGA	JABATAN DALAM TIM
14.	Sekretaris Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri	Kementerian Perdagangan	Anggota
15.	Sekretaris Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional	Kementerian Perdagangan	Anggota
16.	Sekretaris Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional	Kementerian Perdagangan	Anggota
17.	Sekretaris Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	Kementerian Perdagangan	Anggota
18.	Sekretaris Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditas	Kementerian Perdagangan	Anggota
19.	Sekretaris Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan	Kementerian Perdagangan	Anggota
20.	Kepala Biro organisasi dan Kepegawaian	Kementerian Perdagangan	Anggota
21.	Kepala Pusat Pendidikan dan Pelatihan Perdagangan	Kementerian Perdagangan	Anggota
22.	Kepala Biro Perencanaan	Kementerian Perdagangan	Anggota
23.	Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor	Kementerian Perdagangan	Anggota
24.	Direktur Pengembangan Promosi dan Citra	Kementerian Perdagangan	Anggota
25.	Direktur Perundingan Perdagangan Jasa	Kementerian Perdagangan	Anggota

NO	NAMA	INSTANSI/LEMBAGA	JABATAN DALAM TIM
26.	Direktur Sarana Distribusi dan Logistik	Kementerian Perdagangan	Anggota
27.	Direktur Bina Usaha dan Pelaku Distribusi	Kementerian Perdagangan	Anggota
28.	Direktur Pemberdayaan Konsumen	Kementerian Perdagangan	Anggota
29.	Direktur Pengawasan Barang Beredar dan Jasa	Kementerian Perdagangan	Anggota
30.	Direktur Metrologi	Kementerian Perdagangan	Anggota
31.	Direktur Tertib Niaga	Kementerian Perdagangan	Anggota
32.	Kepala Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia	Kementerian Perdagangan	Anggota

2. Susunan Tim Perumus RSKKNI Bidang Pemasaran melalui Keputusan Ketua Komite Standar Kompetensi Sektor Perdagangan Nomor 95.1 Tahun 2021 tentang Pembentukan Tim Perumus Kaji Ulang SKKNI Jasa Pemasaran dan Rancangan KKNi Jasa Pemasaran tanggal 27 Agustus 2021, dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 2. Susunan Tim Perumus RSKKNI Bidang Pemasaran

NO	NAMA	INSTANSI/LEMBAGA	JABATAN DALAM TIM
1	2	3	4
1.	Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri	Kementerian Perdagangan	Pengarah
2.	Direktur Bina Usaha dan Pelaku Distribusi	Kementerian Perdagangan	Penanggung Jawab
3.	Taufik	<i>Indonesia Marketing Association</i>	Ketua
4.	Asep Sopandi	Perkumpulan Marketing Bisnis Indonesia	Sekretaris

NO	NAMA	INSTANSI/LEMBAGA	JABATAN DALAM TIM
5.	Eva Rosmalia	Asosiasi Tenaga Ahli Penjualan Indonesia	Anggota
6.	Ronny Liyanto	<i>Indonesia Marketing Association</i>	Anggota
7.	Andrianto Widjaja	<i>Indonesia Marketing Association</i>	Anggota
8.	Setyo Riyanto	<i>Indonesia Marketing Association</i>	Anggota
9.	Jacob S Mussry	<i>Indonesia Marketing Association</i>	Anggota
10.	T. Martogi Siahaan	<i>Indonesia Marketing Association</i>	Anggota
11.	Ajeng Aditi Paramita	<i>Indonesia Marketing Association</i>	Anggota
12.	Laurence Ivan T.	Asosiasi Profesi Pemasar dan Penjual Indonesia	Anggota
13.	Eka Febriantini	Asosiasi Profesi Pemasar dan Penjual Indonesia	Anggota
14.	Haryanto Gianto	Asosiasi Tenaga Ahli Penjualan Indonesia	Anggota
15.	Farman Azhari	Perkumpulan Marketing Bisnis Indonesia	Anggota

3. Susunan Tim Verifikasi RSKKNI Bidang Pemasaran melalui Keputusan Ketua Komite Standar Kompetensi Sektor Perdagangan Nomor 95.1 Tahun 2021 tentang Pembentukan Tim Perumus Kaji Ulang SKKNI Jasa Pemasaran dan Rancangan KKNi Jasa Pemasaran tanggal 27 Agustus 2021, dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 3. Susunan Tim Verifikasi RSKKNI Bidang Pemasaran

NO	NAMA	JABATAN
1	2	3
1.	Koordinator Bidang Jasa Perdagangan, Distribusi dan Bisnis, Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi, Kementerian Perdagangan	Ketua

NO	NAMA	JABATAN
2.	Koordinator Bidang Perumusan dan Penerapan Standar, Direktorat Standarisasi dan Pengendalian Mutu, Kementerian Perdagangan	Anggota
3.	Subkoordinator Sistem dan Pengawasan Jasa Perdagangan, Distribusi dan Bisnis, Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi, Kementerian Perdagangan	Anggota
4.	Subkoordinator Pelaku Jasa Perdagangan, Distribusi dan Bisnis, Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi, Kementerian Perdagangan	Anggota
5.	Subkoordinator Perumusan Standar, Direktorat Standarisasi dan Pengendalian Mutu, Kementerian Perdagangan	Anggota
6.	Subkoordinator Bidang Hukum, Sekretariat Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan	Anggota
7.	Subkoordinator Bidang Hukum dan Kerja Sama, Sekretariat Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, Kementerian Perdagangan	Anggota
8.	Subkoordinator Pengawasan Jasa Distribusi, Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa, Kementerian Perdagangan	Anggota
9.	Nova Yasmira, Analis Perdagangan, Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi, Kementerian Perdagangan	Anggota
10.	Andre Rachman, Pengawas Barang Beredar dan Jasa, Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi, Kementerian Perdagangan	Anggota

BAB II
STANDAR KOMPETENSI KERJA NASIONAL INDONESIA

A. Pemetaan Standar Kompetensi

TUJUAN UTAMA	FUNGSI KUNCI	FUNGSI UTAMA	FUNGSI DASAR
Membangun strategi pemasaran yang digunakan sebagai landasan untuk meraih kepuasan dan loyalitas seluruh pemangku kepentingan (<i>stakeholder</i>)	Menganalisis strategi pemasaran organisasi	Membangun hubungan baik dengan setiap pemangku kepentingan (<i>stakeholder</i>)	Melaksanakan komunikasi efektif
			Melaksanakan penulisan bisnis (<i>business writing</i>)
		Membangun strategi pemasaran	Melaksanakan analisis lingkungan bisnis
			Mengembangkan dan menerapkan strategi bisnis
			Mengidentifikasi elemen pemasaran organisasi
			Menyusun elemen pemasaran organisasi
		Mengevaluasi strategi pemasaran	Melaksanakan audit pemasaran
			Melaksanakan pengukuran efektivitas pemasaran
	Membangun dan mengembangkan merek	Membangun merek	Merencanakan riset terhadap sebuah produk dan/atau merek
			Mengolah data riset
			Melaksanakan <i>event</i> (bagian dari komunikasi merek)
		Membangun merek secara digital	Menggunakan media sosial dan aplikasi daring (<i>online tools</i>)
			Melaksanakan kegiatan analisis di media sosial dan media bisnis digital

TUJUAN UTAMA	FUNGSI KUNCI	FUNGSI UTAMA	FUNGSI DASAR
			Mempersiapkan konten digital
			Mengoptimalkan pengelolaan media sosial dan rencana aplikasi digital
			Menciptakan pengalaman bagi pengguna media digital
		Mengembangkan nilai merek	Melaksanakan kegiatan promosi merek
			Menyusun dan mengelola strategi portofolio produk dan/atau merek
	Memberikan layanan	Membentuk loyalitas pelanggan	Mengelola momen kebenaran (<i>moment of truth</i>)
			Menangani keluhan pelanggan
			Mengelola program loyalitas pelanggan
			Mengelola lingkungan layanan (<i>service environment</i>)
			Memprediksi dan merencanakan layanan menggunakan analisis informasi lalu lintas keterlibatan pelanggan
		Melaksanakan aktivitas layanan	Membangun standar layanan pelanggan secara daring
			Merancang cetak-biru layanan
			Mengelola risiko reputasi organisasi dalam lingkungan daring

TUJUAN UTAMA	FUNGSI KUNCI	FUNGSI UTAMA	FUNGSI DASAR
			Menyusun pelayanan yang khas berdasarkan merek organisasi (<i>branded service</i>)
			Memberikan layanan pelanggan melalui platform digital
			Mewujudkan kepuasan pelanggan
			Merencanakan pengembangan layanan ke mancanegara
	Meningkatkan nilai penjualan	Mengelola proses penjualan	Menyusun rencana aktifitas penjualan
			Mencapai target penjualan
			Mengembangkan pengetahuan produk (barang/jasa)
			Melaksanakan prospek penjualan
			Membangun relasi pelanggan dan jejaring bisnis
			Melaksanakan keterampilan penjualan
			Mengelola penjualan melalui sarana telepon (<i>telesales</i>)
			Memberikan solusi penjualan kepada pelanggan
			Mengelola proses aplikasi kredit
		Mengembangkan keterampilan penjualan	Mengembangkan cara berfikir kritis dan kreatif

TUJUAN UTAMA	FUNGSI KUNCI	FUNGSI UTAMA	FUNGSI DASAR
		pribadi	Mengelola stres dalam dinamika tim penjualan
			Mengembangkan pola komunikasi efektif kepada pemangku kepentingan
		Membangun tim penjualan	Mengembangkan struktur organisasi dan personil tim penjualan
			Memberikan bimbingan dan peningkatan kualitas hidup
			Mengembangkan keterampilan dan kerjasama anggota tim penjualan
			Memimpin tim operasional penjualan
		Memaksimalkan target pencapaian penjualan	Mengembangkan strategi penjualan
			Mengelola target dan pencapaian penjualan
			Mengoptimalkan cakupan wilayah dan pelanggan
			Memimpin program transformasi dalam penjualan dan layanan

B. Daftar Unit Kompetensi

NO	Kode Unit	Judul Unit Kompetensi
1	2	3
1.	M.70MKT00.001.2	Melaksanakan Komunikasi Efektif
2.	M.70MKT00.002.2	Melaksanakan Penulisan Bisnis (<i>Business Writing</i>)
3.	M.70MKT00.003.2	Melaksanakan Analisis Lingkungan Bisnis
4.	M.70MKT00.004.1	Mengembangkan dan Menerapkan Strategi Bisnis
5.	M.70MKT00.005.2	Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Organisasi
6.	M.70MKT00.006.2	Menyusun Elemen Pemasaran Organisasi
7.	M.70MKT00.007.1	Melaksanakan Audit Pemasaran
8.	M.70MKT00.008.1	Melaksanakan Pengukuran Efektivitas Pemasaran
9.	M.70MKT00.009.2	Merencanakan Riset Terhadap Sebuah Produk dan/atau Merek
10.	M.70MKT00.010.2	Mengolah Data Riset
11.	M.70MKT00.011.2	Melaksanakan <i>Event</i> Sebagai Bagian dari Komunikasi Merek
12.	M.70MKT00.012.1	Menggunakan Media Sosial dan Aplikasi Daring (<i>Online Tools</i>)
13.	M.70MKT00.013.1	Melaksanakan Kegiatan Analisis di Media Sosial dan Media Bisnis Digital
14.	M.70MKT00.014.1	Mempersiapkan Konten Digital
15.	M.70MKT00.015.1	Mengoptimalkan Pengelolaan Media Sosial dan Rencana Aplikasi Digital
16.	M.70MKT00.016.1	Menciptakan Pengalaman Bagi Pengguna Media Digital
17.	M.70MKT00.017.1	Melaksanakan Kegiatan Promosi Merek
18.	M.70MKT00.018.2	Menyusun dan Mengelola Strategi Portofolio Produk dan/atau Merek
19.	M.70MKT00.019.2	Mengelola Momen Kebenaran (<i>Moment of Truth</i>)
20.	M.70MKT00.020.2	Menangani Keluhan Pelanggan
21.	M.70MKT00.021.2	Mengelola Program Loyalitas Pelanggan
22.	M.70MKT00.022.2	Mengelola Lingkungan Layanan (<i>Service Environment</i>)

NO	Kode Unit	Judul Unit Kompetensi
1	2	3
23.	M.70MKT00.023.1	Memprediksi dan Merencanakan Layanan Menggunakan Analisis Informasi Lalu Lintas Keterlibatan Pelanggan
24.	M.70MKT00.024.1	Membangun Standar Layanan Pelanggan secara Daring
25.	M.70MKT00.025.2	Merancang Cetak-Biru Layanan
26.	M.70MKT00.026.1	Mengelola Risiko Reputasi organisasi dalam Lingkungan Daring
27.	M.70MKT00.027.2	Menyusun Pelayanan yang Khas Berdasarkan Merek organisasi (<i>Branded Service</i>)
28.	M.70MKT00.028.1	Memberikan Layanan Pelanggan Melalui Platform Digital
29.	M.70MKT00.029.2	Mewujudkan Kepuasan Pelanggan
30.	M.70MKT00.030.1	Merencanakan Pengembangan Layanan ke Mancanegara
31.	M.70MKT00.031.2	Menyusun Rencana Aktifitas Penjualan
32.	M.70MKT00.032.1	Mencapai Target Penjualan
33.	M.70MKT00.033.1	Mengembangkan Pengetahuan Produk (Barang/Jasa)
34.	M.70MKT00.034.1	Melaksanakan Prospek Penjualan
35.	M.70MKT00.035.1	Membangun Relasi Pelanggan dan Jejaring Bisnis
36.	M.70MKT00.036.2	Melaksanakan Keterampilan Penjualan
37.	M.70MKT00.037.1	Mengelola Penjualan Melalui Sarana Telepon (<i>Telesales</i>)
38.	M.70MKT00.038.1	Memberikan Solusi Penjualan kepada Pelanggan
39.	M.70MKT00.039.1	Mengelola Proses Aplikasi Kredit
40.	M.70MKT00.040.1	Mengembangkan Cara Berfikir Kritis dan Kreatif
41.	M.70MKT00.041.1	Mengelola Stres Dalam Dinamika Tim Penjualan
42.	M.70MKT00.042.1	Mengembangkan Pola Komunikasi Efektif kepada Pemangku Kepentingan
43.	M.70MKT00.043.1	Mengembangkan Struktur organisasi dan Personil Tim Penjualan
44.	M.70MKT00.044.1	Memberikan Bimbingan dan Peningkatan Kualitas Hidup

NO	Kode Unit	Judul Unit Kompetensi
1	2	3
45.	M.70MKT00.045.1	Mengembangkan Keterampilan dan Kerjasama Anggota Tim Penjual
46.	M.70MKT00.046.1	Memimpin Tim Operasional Penjualan
47.	M.70MKT00.047.1	Mengembangkan Strategi Penjualan
48.	M.70MKT00.048.1	Mengelola Target dan Pencapaian Penjualan
49.	M.70MKT00.049.1	Mengoptimalkan Cakupan Wilayah dan Pelanggan
50.	M.70MKT00.050.1	Memimpin Program Transformasi dalam Penjualan dan Layanan

C. Uraian Unit Kompetensi

KODE UNIT : M.70MKT00.001.2

JUDUL UNIT : Melaksanakan Komunikasi Efektif

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi gaya komunikasi pelanggan, lalu menyesuaikannya dalam berkomunikasi dengan pelanggan guna menghasilkan komunikasi yang efektif.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengidentifikasi gaya komunikasi pelanggan	1.1 Gaya komunikasi pelanggan diidentifikasi sesuai dengan karakter pelanggan. 1.2 Teknik menghadapi pelanggan dengan gaya komunikasi yang berbeda- beda diterapkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 1.3 Teknik berkomunikasi dengan bantuan teknologi diterapkan sesuai dengan kebijakan dan prosedur organisasi.
2. Melaksanakan komunikasi langsung menggunakan bahasa lisan, tulisan, dan bahasa tubuh	2.1 Pemilihan kata-kata saat berkomunikasi dilakukan secara cermat sesuai dengan karakter lawan bicara dan etika bisnis. 2.2 Bahasa tubuh, bahasa tulisan, dan ekspresi wajah dikendalikan sesuai dengan karakter lawan bicara dan etika bisnis. 2.3 Tata penampilan profesional dilaksanakan sesuai dengan karakter lawan bicara dan etika bisnis. 2.4 Komunikasi antara pelanggan dan staf dilaksanakan sesuai dengan karakter lawan bicara dan etika bisnis. 2.5 Kemampuan komunikasi ditingkatkan untuk meminimalkan kesalahpahaman antar komunikan untuk mencapai komunikasi yang efektif.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk semua tenaga pemasaran yang berkomunikasi secara tatap muka, melalui media penghubung dengan pelanggan, termasuk secara daring maupun luar jaringan (*luring*) (*offline*), baik secara sendiri maupun dalam tim ataupun dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas dari orang lain, serta dapat memecahkan masalah sederhana dengan metode baku yang sesuai dengan kebijakan dan prosedur organisasi.
- 1.2 Pelanggan meliputi namun tidak terbatas pada perorangan, pasangan, keluarga, ataupun grup, baik dengan keperluan rutin ataupun keperluan khusus, pelanggan lama maupun pelanggan baru, dan berasal dari latar belakang yang beragam (seperti suku, agama, pendidikan, dan budaya), bahkan mungkin dengan keterbatasan fisik maupun mental.
- 1.3 Teknik berkomunikasi melibatkan bahasa tulisan, bahasa tubuh, berbicara dengan jelas dan singkat, menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, menggunakan kata-kata yang dimengerti secara umum.
- 1.4 Elemen-elemen yang perlu diperhatikan dalam mempersiapkan penampilan fisik, yaitu:
 - 1.4.1. Rambut.
 - 1.4.2. Wajah.
 - 1.4.3. Tangan.
 - 1.4.4. Mulut dan gigi.
 - 1.4.5. Tubuh.
 - 1.4.6. Busana.
 - 1.4.7. Aksesori.
 - 1.4.8. Aroma.
- 1.5 Jenis-jenis bahasa tubuh yang harus diperhatikan meliputi:
 - 1.5.1. Ekspresi muka (*facial expression*).
 - 1.5.2. Kontak mata (*eye contact*).
 - 1.5.3. Postur tubuh (*posture*).
 - 1.5.4. Sentuhan (*touch*).

1.5.5. Gestur tubuh (*gesture*).

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Alat komunikasi

2.1.2 Alat tulis kantor

2.1.3 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur komunikasi organisasi

2.2.2 Dokumen kebijakan dan operasional komunikasi organisasi

2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

4.1.1 Tata krama, kesopanan dan tutur kata yang sesuai dengan citra organisasi dan budaya setempat

4.1.2 Kode etik dalam komunikasi bisnis

4.2 Standar

4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi mengenai pemasaran

4.2.2 Kebijakan dan prosedur organisasi mengenai pelayanan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek dan verifikasi portofolio.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Konsep komunikasi bisnis
 - 3.1.2 Pengetahuan produk yang disediakan oleh organisasi, baik barang maupun jasa
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menggunakan bahasa dengan baik dan benar sehingga mudah dipahami
 - 3.2.2 Mendengarkan dan menjawab pertanyaan dengan baik
 - 3.2.3 Menggunakan teknologi komunikasi dasar, seperti media sosial, surat elektronik (*e-mail*) dan telepon
 - 3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Cekatan dalam melakukan adaptasi dengan gaya komunikasi tiap pembeli
 - 4.2 Komunikatif saat berkomunikasi dengan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*)
 - 4.3 Tanggap dalam memberikan bantuan kepada pelanggan dan meneruskan keluhan pelanggan di luar lingkup kerjanya
 - 4.4 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama

5. Aspek kritis

5.1 Ketepatan dalam mengidentifikasi gaya komunikasi pelanggan

5.2 Ketepatan dalam menerapkan teknik berkomunikasi lisan dan tulisan

5.3 Keberhasilan dalam menyampaikan informasi produk kepada pelanggan

KODE UNIT : M.70MKT00.002.2

JUDUL UNIT : Melaksanakan Penulisan Bisnis (*Business Writing*)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mempersiapkan kebutuhan penulisan bisnis agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mempersiapkan topik pesan bisnis yang akan disampaikan	1.1 Tujuan penulisan bisnis ditentukan sesuai dengan topik pesan yang ingin disampaikan. 1.2 Kerangka pesan bisnis yang dapat menggambarkan kalimat pembuka, pesan inti, serta kalimat penutup dipersiapkan sesuai dengan topik pesan.
2. Menuliskan pesan bisnis sesuai topik	2.1 Nama, jabatan, serta nama organisasi dituliskan sesuai dengan prosedur organisasi. 2.2 Kerangka pesan bisnis yang ada dituliskan sesuai dengan topik pesan. 2.3 Pesan bisnis dituliskan dengan bahasa yang baku dan mudah dimengerti.
3. Mengevaluasi pesan bisnis	3.1 Tulisan, huruf dan bentuk dokumen diperiksa sesuai ketentuan organisasi. 3.2 Tercapainya tujuan penulisan bisnis dikonfirmasi kepada penerima surat. 3.3 Dokumen bisnis diperiksa kembali sebelum terkirim

BATASAN VARIABEL

- Konteks variabel
 - Unit kompetensi ini berlaku untuk seluruh tipe jabatan di tingkat operasional dan manajer madya yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas untuk mempersiapkan topik pesan bisnis yang akan disampaikan, menuliskan pesan sesuai topik, yang dibutuhkan untuk melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*).

- 1.2 Pengembangan penulisan pesan bisnis meliputi bentuk komunikasi yang akan disampaikan, pengelompokan ide penulisan, garis besar topik yang ingin disampaikan, dan penulisan yang benar.
 - 1.3 Kriteria penulisan efektif meliputi 7 (tujuh) C, yaitu: *clarity* (kejelasan), *completeness* (kelengkapan), *conciseness* (ketepatan), *correctness* (penulisan yang benar), *concreteness* (kongkrit), *consideration* (dengan pertimbangan), *courtesy* (keramahan).
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat komunikasi
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Komputer, laptop dan alat tulis elektronik lainnya
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur organisasi terkait dokumen bisnis
 - 2.2.2 Media penyimpanan data
3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Etika penulisan
 - 4.1.2 Kode etik dalam komunikasi bisnis
 - 4.1.3 Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait surat menyurat

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Konsep komunikasi bisnis

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Menulis
- 3.2.2 Memahami isi tulisan
- 3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Cekatan dalam melakukan adaptasi dengan gaya komunikasi lawan bicara
- 4.2 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama
- 4.3 Teliti dan cermat dalam melaksanakan penulisan bisnis

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan penulisan kerangka pesan yang ada sesuai dengan topik pesan bisnis

KODE UNIT : M.70MKT00.003.2

JUDUL UNIT : Melaksanakan Analisis Lingkungan Bisnis

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melakukan analisis ancaman (*threat*), kesempatan (*opportunity*), kelemahan (*weakness*), dan kekuatan (*strength*) terhadap lingkungan bisnis.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengidentifikasi perubahan lingkungan	1.1 Perubahan teknologi, sosial budaya, ekonomi, politik legal dan perubahan pasar diidentifikasi sesuai dengan kebutuhan organisasi. 1.2 Kebijakan organisasi secara makro dikaji ulang kesesuaian dan relevansinya dengan kondisi makro terkini.
2. Menjabarkan situasi persaingan pasar	2.1 Informasi pesaing dicari berdasarkan kebutuhan pasar. 2.2 Informasi pesaing dianalisis berdasarkan kebutuhan pasar. 2.3 Hasil analisis informasi pesaing dievaluasi berdasarkan kebutuhan pasar.
3. Mengidentifikasi situasi pelanggan	3.1 Situasi pelanggan dari segi kognitif (<i>cognitive</i>), konatif (<i>conative</i>), dan afektif (<i>affective</i>) diidentifikasi berdasarkan kebutuhan pasar. 3.2 Pangsa pasar (<i>market share</i>), ukuran pasar (<i>market size</i>), pertumbuhan pasar (<i>market growth</i>) terhadap pelanggan dievaluasi berdasarkan kebutuhan organisasi.
4. Melakukan analisis komprehensif terhadap organisasi	4.1 Sumber daya, <i>capability</i>, dan kompetensi diidentifikasi secara komprehensif. 4.2 Situasi internal (kekuatan dan kelemahan) organisasi dikaji ulang secara komprehensif. 4.3 Fokus strategis organisasi ditetapkan sesuai dengan kebutuhan pasar.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
5. Melaksanakan analisis ancaman (<i>threat</i>), kesempatan (<i>opportunity</i>), kelemahan (<i>weakness</i>), dan kekuatan (<i>strength</i>)	5.1 Ancaman (<i>threat</i>), kesempatan (<i>opportunity</i>), kelemahan (<i>weakness</i>), dan kekuatan (<i>strength</i>) organisasi diidentifikasi berdasarkan kesesuaian dan relevansinya dengan kondisi makro terkini 5.2 Isu utama diidentifikasi berdasarkan strategi organisasi. 5.3 Implikasi dari isu utama diidentifikasi berdasarkan strategi organisasi. 5.4 Tujuan strategis pemasaran organisasi dirumuskan sesuai dengan kebutuhan dan situasi makro terkini.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer madya dan senior agar dapat mengidentifikasi perubahan lingkungan, menjabarkan situasi persaingan pasar, mengidentifikasi situasi pelanggan, dan melakukan analisis komprehensif terhadap organisasi yang digunakan untuk melakukan analisis lingkungan bisnis.
 - 1.2 Perubahan lingkungan ini berkaitan dengan lingkungan ekonomi makro. Dalam hal ini perubahan lingkungan berkontribusi sebagai *value migrator* bagi organisasi.
 - 1.3 Kognitif bertujuan untuk mengetahui posisi merek/produk (*mind share*) dengan berfokus pada apa yang ada di benak pelanggan.
 - 1.4 Konatif bertujuan untuk mengetahui pangsa pasar (*market share*) dengan berfokus pada apa perilaku yang jelas dari pelanggan.
 - 1.5 Afektif bertujuan untuk mengetahui alasan dari pelanggan memilih atau membeli suatu produk.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat pengolah data
 - 2.1.2 Alat perekam (dokumentasi)
 - 2.1.3 Alat tulis kantor
 - 2.1.4 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur operasional organisasi

2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1 Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2 Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3 Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep perilaku konsumen

3.1.2 Konsep ekonomi makro

3.1.3 Konsep strategi bisnis

- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menggunakan alat pengolah data
 - 3.2.2 Membaca dan menafsirkan data
 - 3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
- 4 Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama
- 5 Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan mengidentifikasi perubahan teknologi, sosial budaya, ekonomi, politik legal dan perubahan pasar sesuai dengan kebutuhan organisasi.

KODE UNIT : M.70MKT00.004.1

JUDUL UNIT : Mengembangkan dan Menerapkan Strategi Bisnis

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengevaluasi model dan strategi bisnis yang dapat digunakan dalam konteks bisnis.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menyeleksi model bisnis	1.1 Pendekatan bisnis dengan bisnis (<i>business to business</i>), bisnis dengan konsumen (<i>business to consumer</i>), aplikasi bisnis internal serta model bisnis diidentifikasi berdasarkan prosedur organisasi. 1.2 Model bisnis diberi peringkat berdasarkan kekuatan dan kelemahannya, pertimbangkan sumber daya, persyaratan teknis dan keamanan masing-masing, menilai terhadap strategi organisasi. 1.3 Implikasi biaya dari implementasi model bisnis dinilai untuk mendapatkan hasil yang paling optimal. 1.4 Model bisnis yang paling sesuai dengan strategi organisasi ditentukan sesuai dengan visi organisasi.
2. Merancang strategi bisnis	2.1 Tujuan, sasaran, dan nilai untuk bisnis dirumuskan agar sesuai dengan model bisnis. 2.2 Target pasar, dan struktur rantai nilai bisnis diidentifikasi agar sesuai dengan model bisnis. 2.3 Kebutuhan teknis dan keahlian dalam mengimplementasikan model bisnis diidentifikasi untuk mengurangi resiko implementasi. 2.4 Rencana untuk mengatasi masalah terkait transisi ke sistem pemasaran elektronik (digital) dikembangkan untuk mengurangi resiko implementasi.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
3. Mengimplementasikan strategi bisnis	3.1 Kebijakan dan pedoman untuk mendukung pelanggan, rantai pasok, dan staf dikembangkan untuk mendukung implementasi bisnis. 3.2 Kinerja tujuan bisnis, kebijakan, dan prosedur untuk menanggapi perubahan kebutuhan pelanggan, staf, dan rantai pasok disusun untuk mendukung implementasi bisnis. 3.3 Sistem dan model bisnis dikaji ulang agar tetap relevan dengan kondisi terkini. 3.4 Hasil evaluasi dan umpan balik diolah untuk meningkatkan strategi bisnis di masa depan.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer senior dan manajemen puncak yang bertanggung jawab penuh dalam capaian organisasi untuk mengembangkan dan menerapkan strategi bisnis yang bertujuan memberikan nilai tambah bagi organisasi dan pemangku kepentingan.
- 1.2 Strategi bisnis tidak terbatas pada perluasan sistem distribusi dan menambah saluran penjualan daring.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Alat pengolah data
- 2.1.2 Alat tulis kantor
- 2.1.3 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.4 Jaringan saluran komunikasi

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk komunikasi daring
- 2.2.2 Data kinerja organisasi
- 2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
(Tidak ada.)
 - 4.2 Standar
(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
 - 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
 - 2.1 M.70MKT00.003.2 : Melaksanakan Analisis Lingkungan Bisnis
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Strategi bisnis
 - 3.1.2 Model Bisnis
 - 3.1.3 Konsep strategi bisnis
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Komunikasi antar individu atau kelompok
 - 3.2.2 Melakukan analisis usaha
 - 3.2.3 Melakukan perencanaan usaha

3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Kritis dalam mempelajari praktik-praktik terbaik (*best practice*) dalam bisnis
- 4.2 Kreatif dalam menciptakan strategi bisnis
- 4.3 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama
- 4.4 Teliti dalam menyusun strategi bisnis

5. Aspek kritis

- 5.1 Kecermatan dalam menentukan model bisnis yang paling sesuai dengan strategi organisasi.

KODE UNIT : M.70MKT00.005.2

JUDUL UNIT : Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Organisasi

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi elemen pemasaran organisasi yang meliputi elemen strategi, elemen taktik dan elemen nilai pemasaran organisasi guna memenuhi tuntutan operasional dan kebutuhan pelanggan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengidentifikasi elemen strategi pemasaran organisasi	1.1 Definisi segmentasi, <i>targeting</i>, dan <i>positioning</i> dijelaskan untuk memudahkan penentuan strategi pemasaran. 1.2 Segmentasi oganisasi diuraikan sesuai dengan strategi organisasi. 1.3 Target segmen diidentifikasi untuk memudahkan penyusunan strategi pemasaran. 1.4 <i>Positioning</i> yang ditetapkan dijabarkan sesuai dengan strategi organisasi.
2. Mengidentifikasi elemen taktik pemasaran oganisasi	2.1 Definisi diferensiasi, bauran pemasaran dan penjualan dijelaskan untuk memudahkan penyusunan taktik Pemasaran. 2.2 Kerangka diferensiasi secara infrastruktur (<i>infrastructure</i>), konten (<i>content</i>), dan <i>context</i>, diidentifikasi untuk memudahkan penyusunan taktik pemasaran. 2.3 Elemen-elemen dalam bauran pemasaran dijabarkan untuk memudahkan penyusunan taktik Pemasaran. 2.4 Tipe-tipe pendekatan penjualan diidentifikasi untuk memudahkan penyusunan taktik pemasaran.
3. Mengidentifikasi elemen nilai Pemasaran organisasi	3.1 Definisi merek (<i>brand</i>), layanan (<i>service</i>), proses (<i>process</i>) dijelaskan sesuai dengan nilai organisasi. 3.2 Ekuitas merek (<i>brand equity</i>) dan elemen pembentuknya dijelaskan agar sesuai dengan nilai organisasi.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	3.3 Dimensi kualitas pelayanan (<i>service quality</i>) dijabarkan agar tetap relevan dengan nilai organisasi. 3.4 Konsep <i>quality, cost, delivery</i> dan kaitannya dengan proses diuraikan agar menghasilkan proses Pemasaran yang optimal.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar operasional yang dapat bekerja mandiri di bawah pengawasan dan bimbingan terbatas untuk dapat mengidentifikasi elemen nilai pemasaran organisasi agar dapat memenuhi tuntutan operasional dan kebutuhan pelanggan.
 - 1.2 Segmentasi adalah proses membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil berdasarkan karakteristik serupa dari perilaku pelanggan, dan kemudian menentukan segmen-segmen mana yang mau kita layani.
 - 1.3 Pangsa pasar (*targeting*) adalah proses melakukan evaluasi dari daya tarik setiap segmen pasar dan kemudian memilih satu atau dua segmen untuk dimasuki.
 - 1.4 *Positioning* adalah perancangan penawaran dan citra organisasi ke dalam benak konsumen.
 - 1.5 Diferensiasi adalah kebijakan organisasi yang mengintegrasikan konten, konteks, dan infrastruktur dari apa yang ditawarkan kepada pelanggan.
 - 1.6 Merek (*brand*) adalah aset yang menciptakan nilai (*value*) bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas.
 - 1.7 Ekuitas merek (*brand equity*) adalah frase yang mendeskripsikan nilai dari suatu merek, sehingga organisasi dapat menghasilkan lebih banyak lagi uang dari produk maupun jasa yang memiliki sebuah merek dibandingkan produk tanpa merek.

- 1.8 Ciri khas merk (*brand personality*) adalah karakteristik yang melekat dengan sebuah nama brand.
 - 1.9 Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kiat pemasaran yang digunakan organisasi untuk mencapai sasaran pemasarannya.
- 2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat tulis kantor
 - 2.1.2 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.3 Alat pengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur organisasi terkait Pemasaran
 - 2.2.2 Media penyimpanan data
- 3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
- 4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
(Tidak ada.)
 - 4.2 Standar
(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

- 1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/ simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Konsep dasar pemasaran
 - 3.1.2 Konsep strategi pemasaran
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menggunakan alat dan aplikasi pengolah data
 - 3.2.2 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Perhatian pada detail lingkungan usaha
 - 4.2 Koordinatif dengan tim di fungsi kerja yang sama
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan mengidentifikasi elemen strategi pemasaran organisasi

KODE UNIT : M.70MKT00.006.2

JUDUL UNIT : Menyusun Elemen Pemasaran organisasi

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menyusun elemen Pemasaran organisasi dan mengkaji ulang efektivitasnya.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Merencanakan elemen strategi pemasaran organisasi	1.1 Segmentasi organisasi dievaluasi agar tetap relevan dengan kondisi terkini. 1.2 Target segmen ditentukan berdasarkan strategi pemasaran. 1.3 Posisi produk dalam pasar (<i>positioning</i>) ditetapkan dengan menggunakan kerangka kerja yang ada.
2. Menentukan elemen taktik pemasaran organisasi	2.1 Kerangka diferensiasi disusun secara infrastruktur (<i>infrastructure</i>), konten (<i>content</i>), dan konteks (<i>context</i>). 2.2 Ruang lingkup produk ditetapkan berdasarkan strategi pemasaran organisasi. 2.3 Saluran distribusi (<i>distribution channel</i>) ditetapkan berdasarkan strategi Pemasaran organisasi. 2.4 Metode penetapan harga pada merek ditentukan berdasarkan strategi pemasaran organisasi. 2.5 Bentuk promosi terhadap merek ditentukan berdasarkan strategi pemasaran organisasi, termasuk penentuan media promosi. 2.6 Bentuk teknik penjualan ditentukan dalam rangka penyusunan taktik pemasaran.
3. Mengkaji ulang elemen nilai pemasaran organisasi	3.1 Definisi merek (<i>brand</i>), layanan (<i>service</i>), proses (<i>process</i>) dijelaskan sesuai dengan nilai organisasi. 3.2 Ekuitas merek (<i>brand equity</i>) dan elemen pembentuknya dijelaskan agar sesuai dari nilai organisasi. 3.3 Ciri khas merk (<i>brand personality</i>) dan elemen pembentuknya dijelaskan agar sesuai dari nilai organisasi.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	3.4 Dimensi kualitas pelayanan (<i>service quality</i>) dijabarkan agar tetap relevan nilai organisasi. 3.5 Konsep <i>quality</i>, <i>cost</i>, <i>delivery</i> dan kaitannya dengan proses diuraikan agar menghasilkan proses pemasaran yang optimal.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer madya dan senior yang bertanggung jawab penuh dalam memimpin tim dalam merencanakan elemen strategi pemasaran organisasi, menentukan elemen taktik pemasaran organisasi, mengkaji ulang elemen nilai pemasaran organisasi yang digunakan untuk menyusun elemen pemasaran organisasi sesuai dengan arahan strategis.
 - 1.2 Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat pengolah data
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen informasi pendukung kegiatan pemasaran organisasi
 - 2.2.2 Media penyimpanan data
3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

1.3 Ciri khas merk (*brand personality*) adalah karakteristik yang melekat dengan sebuah nama *brand*.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep dasar pemasaran

3.1.2 Konsep strategi pemasaran

3.2 Keterampilan

3.2.1 Menggunakan alat pengolah data

3.2.2 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

- 4 Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Teliti dalam mengintegrasikan analisis lingkungan usaha dengan penyusunan elemen pemasaran organisasi
- 5 Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan menetapkan segmentasi organisasi agar tetap relevan dengan kondisi terkini.
 - 5.2 Ketepatan menetapkan target segmen berdasarkan strategi pemasaran.
 - 5.3 Ketepatan menetapkan posisi produk dalam pasar (*positioning*) dengan menggunakan kerangka kerja yang ada.

KODE UNIT : M.70MKT00.007.1

JUDUL UNIT : Melaksanakan Audit Pemasaran

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melaksanakan audit pemasaran, baik secara internal maupun eksternal dan menyampaikan laporannya.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mempersiapkan audit pemasaran	1.1 Tujuan audit pemasaran diidentifikasi berdasarkan rencana strategis organisasi. 1.2 Ruang lingkup audit pemasaran dan metodologi audit ditentukan sesuai dengan rencana strategis organisasi. 1.3 Waktu pelaksanaan audit pemasaran ditentukan sesuai dengan kebutuhan organisasi.
2. Mengidentifikasi bentuk audit pemasaran	2.1 Prioritas utama audit pemasaran diidentifikasi sesuai dengan rencana strategis. 2.2 Elemen utama dan format yang akan dimasukkan ke dalam audit pemasaran diidentifikasi sesuai dengan tujuan audit. 2.3 Bentuk audit pemasaran yang sesuai diidentifikasi berdasarkan tujuan audit.
3. Melakukan audit pemasaran eksternal	3.1 Kriteria yang digunakan pada audit eksternal diidentifikasi sesuai dengan tujuan audit. 3.2 Faktor lingkungan eksternal yang memenuhi syarat proses audit diidentifikasi secara kualitatif dan kuantitatif. 3.3 Faktor teknologi, karakteristik pasar, dan persaingan yang berkaitan dengan bisnis dijelaskan secara kualitatif dan kuantitatif.
4. Mengadakan audit pemasaran internal	4.1 Kriteria audit pemasaran internal diidentifikasi berdasarkan tujuan audit. 4.2 organisasi pemasaran dideskripsikan sesuai dengan struktur organisasi yang berlaku. 4.3 Sistem pemasaran dideskripsikan sesuai dengan prosedur operasional organisasi.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	4.4 Produktivitas pemasaran dalam hal keuntungan dan efektivitas biaya diidentifikasi, serta hasilnya dicatat sesuai prosedur operasional.
5. Mempersiapkan laporan audit pemasaran	5.1 Laporan audit pemasaran ditulis secara teliti. 5.2 Laporan audit pemasaran dipastikan memenuhi syarat bentuk audit yang dibentuk berdasarkan keputusan ketua tim auditor. 5.3 Laporan audit pemasaran dipastikan memenuhi syarat rencana pemasaran.

BATASAN VARIABEL

- 1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer senior dan manajemen puncak dalam mengembangkan deskripsi komprehensif tentang operasional tim pemasaran sebagai bagian dari perencanaan pemasaran dan proses audit manajemen suatu organisasi. Hasil audit pemasaran umumnya digunakan sebagai acuan rencana pemasaran organisasi.
- 2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.2.1 Alat komunikasi
 - 2.2.2 Alat tulis kantor
 - 2.2.3 Komputer, laptop dan alat tulis elektronik lainnya
 - 2.2.4 Alat dan aplikasi pengolahan data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.3 Dokumen bukti pelaksanaan rencana pemasaran
 - 2.2.4 Media penyimpanan data
- 3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep dasar audit

3.1.2 Rencana pemasaran (*marketing plan*)

3.2 Keterampilan

3.2.1 Mengumpulkan data dan/atau informasi kegiatan pemasaran

3.2.2 Menganalisis data dan/atau informasi kegiatan pemasaran

3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Cermat dalam mengolah data audit
 - 4.2 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam menentukan ruang lingkup audit pemasaran dan metodologi audit sesuai dengan rencana strategis organisasi.

KODE UNIT : M.70MKT00.008.1

JUDUL UNIT : Melaksanakan Pengukuran Efektivitas Pemasaran

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam merancang, mengimplementasikan dan melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pengukuran efektivitas pemasaran.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mempersiapkan implementasi strategi pengukuran efektivitas pemasaran	1.1 Parameter pengukuran pada strategi dan rencana pemasaran saat ini diidentifikasi berdasarkan proses kerja. 1.2 Efektivitas parameter pengukuran pemasaran saat ini dianalisis agar tetap relevan dan terkini. 1.3 Hubungan parameter pengukuran pemasaran dengan strategi dan peluang pemasaran dianalisis ketepatannya. 1.4 Alternatif solusi untuk masalah yang akan timbul pada saat penggunaan parameter penilaian direncanakan untuk mengurangi resiko. 1.5 Kriteria parameter yang digunakan saat ini dan pemilihan parameter baru dirancang agar lebih hemat biaya. 1.6 Persetujuan untuk rancangan strategi didapatkan dari atasan.
2. Merancang strategi pengukuran efektivitas pemasaran	2.1 Tujuan pengukuran dan evaluasi efektivitas pemasaran ditetapkan berdasarkan rencana pemasaran. 2.2 Metode pengukuran kinerja pemasaran dipilih berdasarkan kesesuaian dengan citra merek. 2.3 Biaya pengumpulan dan analisis data dihitung secara efisien. 2.4 Strategi pengukuran dan analisis kinerja pemasaran dilakukan sesuai dengan rencana.
3. Melaksanakan strategi pengukuran efektivitas pemasaran	3.1 Komunikasi dan pelatihan untuk personil yang terlibat dilakukan secara berkala. 3.2 Pelaksanaan pengukuran dan perencanaan diawasi oleh personil relevan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	3.3 Kepatuhan pelaksanaan strategi pengukuran efektivitas pemasaran dipantau oleh personil relevan.
	3.4 Proses kaji ulang dan evaluasi parameter dilakukan secara berkala atau ketika strategi organisasi berubah.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar setara manajer madya yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas untuk mengukur efektivitas kegiatan pemasaran agar dapat memenuhi tuntutan organisasi.
 - 1.2 Ruang lingkup pengukuran yang dimaksud adalah variabel-variabel yang dapat diukur untuk menentukan efektivitas pemasaran.
 - 1.3 Parameter dapat berupa namun tidak terbatas pada jumlah target pasar yang mengetahui produk dan jasa yang diperkenalkan, jumlah target pasar yang membeli produk dan jasa yang ditawarkan.

2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat komunikasi
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Komputer, laptop dan alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.4 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen dan data pemasaran yang dibutuhkan dalam rangka audit
 - 2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

2.1 M.70MKT00.009.2 : Merencanakan Riset Terhadap Sebuah Produk dan/atau Merek

2.2 M.70MKT00.010.2 : Mengolah Data Riset

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Fungsi pemasaran organisasi

3.1.2 Riset pemasaran

3.2 Keterampilan

3.2.1 Keterampilan mengumpulkan data dan/atau informasi kegiatan pemasaran

3.2.2 Keterampilan menganalisis data dan/atau informasi kegiatan pemasaran

3.2.3 Keterampilan menginterpretasi data dan mengambil kesimpulan hasil pengukuran

3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

4.1 Cermat dalam memasukkan data, menganalisis data, dan menarik kesimpulan

4.2 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama

5. Aspek kritis

5.1 Ketepatan dalam mengidentifikasi parameter pengukuran pada strategi dan rencana pemasaran saat ini berdasarkan proses kerja

KODE UNIT : M.70MKT00.009.2

JUDUL UNIT : Merencanakan Riset Terhadap Sebuah Produk dan/atau Merek

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menentukan tujuan dan metode riset, serta mempersiapkan instrumen riset yang dibutuhkan dalam melakukan riset terhadap sebuah produk dan/atau merek.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menentukan kebutuhan dan tujuan riset	1.1 Masalah diidentifikasi berdasarkan ketidaksesuaian terhadap strategi organisasi. 1.2 Tujuan riset ditentukan sesuai dengan identifikasi masalah.
2. Menentukan metode riset	2.1 Jenis data yang diperlukan diidentifikasi berdasarkan tujuan riset. 2.2 Kombinasi jenis data ditentukan berdasarkan tujuan riset. 2.3 Metode pengumpulan data diidentifikasi berdasarkan tujuan riset. 2.4 Sumber data diidentifikasi berdasarkan tujuan riset. 2.5 Metode pengolahan data diidentifikasi berdasarkan tujuan riset.
3. Mempersiapkan instrumen riset	3.1 Jenis data, kombinasi, metode pengumpulan, sumber, jumlah dan metode pengolahan data ditentukan sesuai dengan tujuan riset. 3.2 Sumber daya dan jadwal yang diperlukan untuk riset diidentifikasi sesuai dengan proses penyelenggaraan riset. 3.3 Kelayakan riset ditentukan berdasarkan pemenuhan tujuan.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasaran dengan keahlian dalam menentukan tujuan dan metode riset, mempersiapkan instrumen riset yang dibutuhkan untuk merencanakan riset terhadap sebuah produk dan/atau merek.
- 1.2 Penetapan riset pemasaran bertujuan untuk mengetahui faktor kognitif, konatif, dan afektif dari konsumen.
 - 1.2.1 Kognitif bertujuan untuk mengetahui *mind share* produk dan/atau merek dengan berfokus pada apa yang ada di benak pelanggan.
 - 1.2.2 Konatif bertujuan untuk mengetahui pangsa pasar (*market share*) dengan berfokus pada apa perilaku yang jelas dari pelanggan.
 - 1.2.3 Afektif bertujuan untuk mengetahui *heart share* dengan berfokus pada apa alasan dari pelanggan memilih atau membeli suatu produk.
- 1.3 Metode riset terdiri dari metode kualitatif dan metode kuantitatif.
 - 1.3.1 Riset kualitatif adalah sebuah metodologi riset yang tidak terstruktur, bersifat eksploratif, berdasarkan jumlah sampel yang kecil, yang memberikan wawasan dan pemahaman terhadap suatu masalah.
 - 1.3.2 Riset kuantitatif adalah sebuah metodologi riset yang terstruktur, bersifat deskriptif dan kausal, berdasarkan pada jumlah sampel yang besar yang mewakili fakta dan perkiraan terhadap suatu hubungan.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Alat tulis kantor
- 2.1.2 Komputer, laptop dan alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.3 Media penyimpanan data

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data

2.2.2 Dokumen informasi produk dan merek

3 Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)

4 Norma dan standar

4.1 Norma
(Tidak ada.)

4.2 Standar
(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

2.1 M.70MKT00.002.2 : Melaksanakan Penulisan Bisnis (*Business Writing*)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep elemen pemasaran organisasi

3.1.2 Komunikasi efektif

3.2 Keterampilan

3.2.1 Menyusun daftar pertanyaan

3.2.2 Menentukan metode riset

3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

4.1 Cekatan mempelajari variasi teknik riset pengelolaan produk dan/atau merek

4.2 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama

5. Aspek kritis

5.1 Ketepatan menentukan jenis data, kombinasi, metode pengumpulan, sumber, jumlah dan metode pengolahan data sesuai dengan tujuan riset

KODE UNIT : M.70MKT00.010.2

JUDUL UNIT : Mengolah Data Riset

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengolah data riset untuk mendapatkan informasi.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menginput data riset	1.1 Data dalam instrumen riset dipindahkan ke alat pengolahan data. 1.2 Data dimasukkan ke dalam area riset yang dimaksud.
2. Menganalisis data riset	2.1 Data yang telah diinput diolah sesuai dengan ketentuan pengolahan data. 2.2 Hasil pengolahan data diterjemahkan menjadi informasi dengan mengacu pada hipotesa awal.
3. Menyusun laporan riset	3.1 Data hasil yang telah diolah menjadi informasi dianalisis sebagai bahan laporan riset. 3.2 Laporan riset disiapkan dan disusun sesuai dengan tujuan riset. 3.3 Laporan riset dikomunikasikan kepada personel yang terlibat sesuai prosedur organisasi.

BATASAN VARIABEL

- 1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar dengan keahlian dalam menginput data riset, menganalisis data riset, dan menyusun laporan riset yang dibutuhkan untuk mengolah data riset.
- 2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Komputer, laptop dan/atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.2 Alat tulis kantor

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Alat pengolah data

2.2.2 Data riset

2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada).

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

2.1 M.70MKT00.009.2 : Merencanakan Riset Terhadap Sebuah Merek

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Riset pemasaran

3.1.2 Pengolahan data

- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menggunakan piranti lunak pengolahan data
 - 3.2.2 Menganalisis hasil pengolahan data riset
 - 3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
- 4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Cekatan mempelajari variasi teknik riset pengelolaan merek
 - 4.2 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama
- 5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam memasukkan data ke dalam area riset yang dimaksud
 - 5.2 Ketepatan menerjemahkan hasil pengolahan data menjadi informasi dengan mengacu pada hipotesa awal

KODE UNIT : M.70MKT00.011.2

JUDUL UNIT : Melaksanakan *Event* Sebagai Bagian dari Komunikasi Merek

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menyelenggarakan *event* sebagai bagian dari komunikasi merek.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Merencanakan <i>event</i>	1.1 Tujuan <i>event</i> ditetapkan berdasarkan rencana pemasaran. 1.2 <i>Term of Reference</i> (TOR) disusun berdasarkan rencana pemasaran. 1.3 Aspek biaya dianggarkan berdasarkan rencana pemasaran. 1.4 Proposal <i>event</i> dibuat berdasarkan rencana pemasaran.
2. Menangani acara pada <i>event</i>	2.1 Pesan utama dari penyelenggaraan <i>event</i> disampaikan dalam bentuk rangkaian kegiatan. 2.2 Target <i>audience</i> dicapai sesuai tujuan telah ditetapkan.
3. Mengevaluasi penyelenggaraan <i>event</i>	3.1 Tolok ukur untuk mengevaluasi performa <i>event</i> dianalisis berdasarkan tujuan penyelenggaraan. 3.2 Umpan balik terhadap pelaksanaan <i>event</i> diidentifikasi berdasarkan tujuan penyelenggaraan.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk memahami dan menguasai keahlian merencanakan *event*, menangani acara pada *event*, dan mengevaluasi penyelenggaraan *event* yang dibutuhkan dalam melaksanakan *event* (bagian dari komunikasi pemasaran).

- 1.2 Tujuan komunikasi (*communication goals*) berperan sebagai panduan untuk pengambilan keputusan dan menyediakan fokus untuk pengambilan keputusan dalam proses pengembangan perencanaan *event*.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat perekam (dokumentasi)
 - 2.1.2 Alat komunikasi
 - 2.1.3 Media penyimpanan data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mendukung *event*
 - 2.2.2 Jaringan internet
 - 2.2.3 Alat tulis kantor
3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada).
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
(Tidak ada.)
 - 4.2 Standar
(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Konsep komunikasi merek
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Cekatan dalam mempelajari perkembangan variasi bauran komunikasi pemasaran dan mengintegrasikan dengan rencana komunikasi merek sesuai kapasitas
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam menyampaikan pesan utama dari penyelenggaraan *event* ke dalam bentuk rangkaian kegiatan

KODE UNIT : M.70MKT00.012.1

JUDUL UNIT : Menggunakan Media Sosial dan Aplikasi Daring (Online Tools)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menggunakan media sosial dan aplikasi daring (*online tools*) guna berinteraksi dengan pelanggan dan memasarkan produk.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menentukan kebutuhan organisasi dan komunikasi	1.1 Rancangan aksi strategis ditentukan untuk mengarahkan aktivitas. 1.2 Target <i>audience</i> dan tujuan penggunaan media sosial diidentifikasi sesuai dengan strategi pemasaran. 1.3 Media sosial dipilih yang paling cocok dengan tujuan komunikasi dan target pelanggan. 1.4 Daftar tipe media sosial dan media komunikasi daring yang sesuai dibuat berdasarkan dengan strategi pemasaran.
2. Mempersiapkan pilar konten	2.1 Sumber informasi eksternal dipilih yang relevan dengan rencana komunikasi. 2.2 Bahasa, gaya, dan nada komunikasi digunakan sesuai dengan target konsumen. 2.3 Konten dicek untuk melihat kesesuaian dengan tujuan awal. 2.4 Persetujuan didapatkan sebelum publikasi.
3. Memanfaatkan fungsi <i>platform</i>	3.1 Format yang sudah tersedia di <i>platform</i> daring dimanfaatkan untuk membuat <i>post</i> 3.2 Tipe <i>file</i> yang sesuai diunggah berdasarkan prosedur. 3.3 Tautan aktif ke situs organisasi dan eksternal dibuat sesuai prosedur. 3.4 Algoritma platform diidentifikasi dalam optimasi pemanfaatan

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
4. Mempromosikan keterikatan (<i>engagement</i>) kepada organisasi	4.1 Perencanaan konten dikelola secara berkala berdasarkan jadwal yang sudah ada. 4.2 <i>Post</i> digunakan selama kegiatan pemasaran berlangsung.
5. Memantau keterlibatan organisasi dengan pelanggan	5.1 Aktivitas pelanggan dipantau interaksinya. 5.2 Komunikasi dengan pelanggan dilakukan dalam waktu yang tepat secara profesional. 5.3 Komplain dan komentar negatif direspon dengan tepat berdasarkan prosedur yang telah ditetapkan. 5.4 Masukan pelanggan terhadap personil terkait dirujuk sesuai kebijakan dan prosedur.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar yang memberdayakan media sosial dan aplikasi daring (*online tools*) dengan tepat sesuai dengan kebijakan dan prosedur organisasi untuk mengoptimalkan kegiatan pemasaran.
 - 1.2 Penggunaan media sosial dan aplikasi daring (*online tools*) mencakup namun tidak terbatas pada gambar digital, video, blog, kicauan (*tweet*), siniar (*podcast*) dan audio.
 - 1.3 Aplikasi daring (*online tools*) mencakup namun tidak terbatas pada mesin pencari (*search engine*), situs komunitas (*community website*).
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Aplikasi daring (*online tools*)
 - 2.1.2 Aplikasi media sosial
 - 2.1.3 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data
 - 2.1.4 Komputer, laptop dan alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.5 Perangkat keras untuk teknologi, seperti *server, modem, router, driver, switches* dan *hub*

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Jaringan internet

2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

4.1.1 Etika dalam berkomunikasi di media sosial

4.1.2 Keberagaman Bahasa dan Budaya di Indonesia

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Penggunaan media sosial

- 3.1.2 Penggunaan aplikasi daring (*online tools*)
 - 3.1.3 Memahami kebutuhan pelanggan
 - 3.1.4 Memahami bauran pemasaran
- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Mengoperasikan perangkat daring
 - 3.2.2 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
- 4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Cekatan mempelajari variasi teknik riset pengelolaan merek
 - 4.2 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama
- 5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan memilih media sosial yang paling cocok dengan tujuan komunikasi dan target pelanggan
 - 5.2 Kecermatan pengelolaan perencanaan konten secara berkala berdasarkan jadwal yang sudah ada

KODE UNIT : M.70MKT00.013.1

JUDUL UNIT : Melaksanakan Kegiatan Analisis di Media Sosial dan Media Bisnis Digital

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengumpulkan data di media sosial dan media bisnis digital untuk kemudian dianalisis sesuai dengan kebijakan dan prosedur organisasi dalam rangka mengoptimalkan kegiatan pemasaran.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengidentifikasi alat analisis (<i>analytical tools</i>) dan fungsinya	1.1 Informasi alat analisis pada media sosial didapatkan yang sesuai dengan tujuan pemasaran. 1.2 Ketersediaan alat analisis eksternal diidentifikasi berdasarkan kebutuhan komunikasi pemasaran. 1.3 Tipe data dan fungsi diidentifikasi untuk membantu analisis. 1.4 Acuan data ditentukan untuk mengukur dan meningkatkan keterikatan pelanggan (<i>customer engagement</i>).
2. Mengumpulkan dan menganalisis data	2.1 Kebutuhan analisis data ditentukan, serta alat analisis dan data dipilih yang relevan dengan tujuan pemasaran. 2.2 Kualitas data dipilih untuk memastikan relevansinya dengan analisis. 2.3 Kinerja kegiatan diidentifikasi melalui analisis statistik secara kuantitatif. 2.4 Data kualitatif untuk identifikasi tren dan pola dievaluasi sesuai tujuan pemasaran. 2.5 Performa media sosial dan kehadiran daring (<i>online presence</i>) dipantau secara berkala.
3. Mengevaluasi pencapaian	3.1 Data kualitatif dan kuantitatif dinilai dengan <i>platform</i> daring. 3.2 Keberhasilan dari kehadiran secara daring (<i>online presence</i>) ditentukan dalam keterikatan pelanggan (<i>customer engagement</i>) dan target lainnya.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	3.3 Laporan dan evaluasi analisis data dibuat dan dilaporkan, termasuk rekomendasi untuk pengembangan selanjutnya. 3.4 Laporan untuk melindungi informasi sensitif pelanggan dibuat sesuai prosedur organisasi.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar yang melakukan analisis media sosial dan media bisnis digital dengan tepat sesuai dengan kebijakan dan prosedur organisasi untuk mengoptimalkan kegiatan pemasaran.
 - 1.2 Penggunaan media sosial dan alat digital mencakup namun tidak terbatas pada gambar digital, video, blog, kicauan (*tweet*), siniar (*podcast*) dan audio.
 - 1.3 Hal-hal yang dianalisis meliputi namun tidak terbatas pada :
 - 1.3.1 Optimalisasi mesin pencarian (*search engine optimization*), yaitu meningkatkan jumlah pengunjung ke situs web organisasi.
 - 1.3.2 Pemasaran di sosial media (*social media marketing*), yaitu melibatkan banyak orang melalui jaringan media social
 - 1.3.3 Pemasaran melalui mesin pencarian (*search engine marketing*), yaitu meningkatkan jumlah pengunjung ke situs *web* organisasi baik dengan metode berbayar atau tidak berbayar.
 - 1.3.4 *Content marketing*, yaitu mengirim informasi seputar penggunaan produk dan deskripsi dan fitur unggulan produk agar dapat menambah nilai produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.
 - 1.3.5 *Affiliate marketing*, yaitu mempromosikan bisnis orang lain agar mendapatkan imbalan dimana pada akhirnya kedua pihak akan mendapatkan keuntungan.

- 1.3.6 *Email marketing*, yaitu mengirim pesan komersial kepada pelanggan melalui email.
 - 1.3.7 *Mobile marketing*, yaitu mengirim pesan komersial melalui telepon seluler.
 - 1.3.8 *Web analytics*, yaitu memantau lalu lintas di situs *web* dan aktivitas pengguna *web*.
 - 1.4 Pola adalah cara khas perilaku konsumen dalam melakukan interaksi, memanfaatkan layanan dengan mempertimbangkan, tidak terbatas pada, frekuensi, kuantitas, durasi, waktu, di media sosial dan media bisnis digital.
2. Peralatan dan perlengkapan
- 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Aplikasi daring (*online tools*)
 - 2.1.2 Aplikasi media sosial
 - 2.1.3 Komputer, laptop dan alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.4 Perangkat keras untuk teknologi, seperti *server*, *modem*, *router*, *driver*, *switches* dan *hub*
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data
 - 2.2.2 Alat tulis kantor
 - 2.2.3 Jaringan internet
 - 2.2.4 Media penyimpanan data
3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
- 4.1 Norma
(Tidak ada.)
 - 4.2 Standar
(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

- 2.1 M.70MKT00.012.1 : Menggunakan Media Sosial dan Aplikasi Daring (*Online Tools*)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

- 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Aktivitas pemasaran digital
 - 3.1.2 Strategi pemasaran digital
- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Melakukan analisis
 - 3.2.2 Mengoperasikan perangkat daring
 - 3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Terampil dalam menangkap dan memanfaatkan tren dan pola yang berkembang di media sosial dan media bisnis digital
- 4.2 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan menentukan kebutuhan analisis data, serta memilih alat analisis dan data yang relevan dengan tujuan pemasaran

KODE UNIT : M.70MKT00.014.1

JUDUL UNIT : Mempersiapkan Konten Digital

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mempersiapkan konten digital yang dapat digunakan untuk bahan promosi secara daring, misalnya melalui media sosial.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menentukan kebutuhan konten digital	1.1 Kebutuhan konten tertulis dan visual secara digital ditentukan sesuai tujuan pemasaran. 1.2 Format konten ditinjau untuk menjaga konsistensi. 1.3 Fungsi dan batasan <i>platform</i> diidentifikasi untuk pengembangan konten yang sesuai. 1.4 <i>Platform</i> untuk konten internal dan eksternal ditentukan agar batas penggunaan setiap <i>platform</i> jelas. 1.5 Informasi produk untuk pengembangan konten disesuaikan dengan tujuan pemasaran. 1.6 Pengembangan konten direncanakan agar sejalan dengan citra dan aktivitas pemasaran.
2. Mengembangkan konten tertulis	2.1 Konten tertulis dikembangkan sesuai dengan citra dan aktivitas pemasaran. 2.2 Konten tertulis dihasilkan secara akurat dan rinci. 2.3 Gaya penulisan digunakan dengan jelas sesuai target pasar. 2.4 Teknik penulisan wara (<i>copywriting</i>) digunakan berdasarkan target pasar. 2.5 Kata kunci digunakan dalam penelusuran daring yang sesuai secara optimal. 2.6 Susunan kalimat dan ejaan yang benar digunakan sesuai dengan isi pesan. 2.7 Masukan dari pihak lain yang terlibat dipertimbangkan relevansinya dan perubahan yang diperlukan pada konten tertulis disusun berdasarkan tujuan pemasaran.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
3. Mengembangkan konten visual	3.1 Konten visual yang sesuai digunakan dengan memperhatikan citra dan gaya pemasaran 3.2 Konten visual diedit guna meningkatkan kualitas dan daya tarik visual 3.3 Konten visual yang mempromosikan produk dan jasa ditentukan sesuai dengan tujuan. 3.4 Komentar diminta dari pihak terlibat dan perubahan yang perlu dilakukan pada konten visual dibuat mengikuti komentar yang diberikan.
4. Mengunggah konten digital	4.1 Persetujuan terhadap konten tertulis dan visual didapatkan dari atasan. 4.2 Konten diunggah ke <i>platform</i> digital dengan syarat <i>file</i> yang sesuai. 4.3 Konten diatur untuk pengalaman pengguna (<i>user experience</i>) yang lebih baik. 4.4 Konten disajikan dalam visual yang sesuai 4.5 Masukan dari pihak lain yang terlibat didapatkan untuk mendapatkan penilaian terkait konten tertulis dan visual yang dibuat 4.6 Konten dilihat dan diuji pada beberapa perangkat dan perubahan dilakukan jika perlu 4.7 Konten diarsipkan dan penelusuran riwayat konten dikontrol secara berkala. 4.8 Penyimpanan konten dan cadangannya dipastikan aman dari pencurian data.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk mempersiapkan konten digital guna tujuan pemasaran.
 - 1.2 Konten digital mencakup namun tidak terbatas pada gambar digital, video, *blog*, kicauan (*tweet*), siniar (*podcast*) dan audio.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Aplikasi daring (*online tools*)

2.1.2 Komputer, laptop dan alat tulis elektronik lainnya

2.1.3 Perangkat keras untuk teknologi, seperti *server, modem, router, driver, switches* dan *hub*

2.1.4 Aplikasi media sosial

2.1.5 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data

2.1.6 Media penyimpanan data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Alat tulis kantor

2.2.2 Jaringan internet

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

4.1.1 Etika dalam berkomunikasi di media sosial

4.1.2 Memahami keberagaman bahasa dan budaya di Indonesia

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Penggunaan media sosial
 - 3.1.2 Penggunaan aplikasi daring (*online tools*)
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Membuat design
 - 3.2.2 Menguasai teknologi informasi
 - 3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Terampil dalam menangkap dan memanfaatkan tren dan pola yang berkembang di media sosial dan media bisnis digital
 - 4.2 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama
5. Aspek kritis
 - 5.1 Kecermatan dalam menyesuaikan informasi produk dengan tujuan pemasaran dalam pengembangan konten
 - 5.2 Ketepatan dalam merencanakan pengembangan konten agar sejalan dengan citra dan aktivitas pemasaran

KODE UNIT : M.70MKT00.015.1

JUDUL UNIT : Mengoptimalkan Pengelolaan Media Sosial dan Rencana Aplikasi Digital

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengembangkan dan mengelola media sosial dan rencana aplikasi digital untuk tujuan pemasaran.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menentukan media sosial yang digunakan dan persyaratan yang dibutuhkan	1.1 Aktivitas utama, basis pelanggan, nilai, dan arahan dikonfirmasi melalui strategi organisasi. 1.2 Tujuan penggunaan media sosial dan <i>platform</i> daring ditentukan mengikuti strategi organisasi. 1.3 Fungsi <i>platform</i> dinilai untuk melayani segmen pelanggan tertentu. 1.4 Media sosial dan <i>platform</i> daring dipilih yang paling cocok dengan tujuan dan target pelanggan.
2. Menentukan kriteria dan kinerja platform media sosial	2.1 Tipe dan jumlah media sosial/media daring ditentukan berdasarkan strategi organisasi. 2.2 Media sosial/media daring lain diidentifikasi peluangnya dalam mendukung strategi organisasi. 2.3 Indikator kinerja utama dan kriteria evaluasi dibentuk untuk mengukur efektivitas media sosial/aktivitas daring lainnya. 2.4 Metode analisis performa diidentifikasi, serta analisis, evaluasi, dan pelaporan dijadwalkan secara berkala. 2.5 Implementasi anggaran, peran, dan kewajiban ditentukan untuk anggota yang terlibat

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
3. Mengembangkan pedoman konten (pilar konten)	3.1 Implementasi anggaran, peran, dan kewajiban ditentukan untuk anggota yang terlibat. 3.2 Aturan/standar untuk merespon dikembangkan dalam interaksi dengan pelanggan. 3.3 Aturan/standar penggunaan tulisan dan gambar dibentuk berdasarkan peraturan organisasi. 3.4 Ukuran kesopanan ditentukan dalam konten dan aturan batas informasi yang dapat dipublikasikan. 3.5 Proses persetujuan konten dan tingkat kontrol internal ditentukan sesuai prosedur organisasi. 3.6 Pedoman konten dikomunikasikan kepada pihak yang terlibat.
4. Mengembangkan dan mendokumentasikan aturan dan prosedur	4.1 Kebijakan terkait pelanggan di media sosial/ situs daring dikembangkan mengikuti proses bisnis organisasi. 4.2 Kebijakan dan prosedur aktivitas dikembangkan sebagai pedoman bagi para pihak terlibat. 4.3 Kebijakan, prosedur, dan maksud organisasi dikomunikasikan kepada internal dan pelanggan.
5. Mengimplementasikan strategi	5.1 Rencana aksi dikembangkan berdasarkan strategi organisasi. 5.2 Dokumentasi untuk media sosial/aktivitas daring dipersiapkan sesuai strategi organisasi. 5.3 Prioritas, tanggung jawab, target, dan jadwal (<i>timeline</i>) diidentifikasi dan dikomunikasikan kepada tim. 5.4 Aktivitas daring/media sosial dipantau secara berkala.

BATASAN VARIABEL

- 1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tim pemasar yang bertanggung jawab mengembangkan dan mengelola media sosial dan strategi digital untuk kepentingan pemasaran.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Komputer, laptop dan alat tulis elektronik lainnya

2.1.2 Perangkat keras untuk teknologi, seperti *server*, modem, *router*, *driver*, *switches* dan hub

2.1.3 Alat tulis kantor

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data

2.2.2 Aplikasi media sosial

2.2.3 Jaringan internet

2.2.4 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/ simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

2.1 M.70MKT00.012.1 : Menggunakan Media Sosial dan Aplikasi Daring (*Online Tools*)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Penggunaan media sosial

3.1.2 Penggunaan aplikasi daring (*online tools*)

3.2 Keterampilan

3.2.1 Membuat desain

3.2.2 Mengoperasikan perangkat daring

3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

4.1 Terampil dalam menangkap dan memanfaatkan tren dan pola yang berkembang di media sosial dan media bisnis digital

4.2 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama

5. Aspek kritis

5.1 Ketepatan dalam mengidentifikasi metode analisis performa, serta analisis, evaluasi, dan menjadwalkan pelaporan secara berkala

KODE UNIT : M.70MKT00.016.1

JUDUL UNIT : Menciptakan Pengalaman Bagi Pengguna Media Digital

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menciptakan pengalaman bagi pengguna media digital berdasarkan panduan operasional dan mengevaluasinya berdasarkan pengalaman pelanggan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menentukan tujuan	1.1 Tujuan ditentukan untuk menjalin keterikatan di media digital. 1.2 Karakteristik produk, <i>brand</i> , atau organisasi ditentukan berdasarkan strategi organisasi. 1.3 Kerangka undang-undang, peraturan, dan kebijakan yang relevan diidentifikasi sesuai strategi organisasi.
2. Mengklasifikasi pengguna dan tipe percakapan	2.1 Pengguna diklasifikasi menurut pola keterikatan (<i>engagement pattern</i>), keadaan sosial-ekonomi, dan karakteristik media digital yang digunakan. 2.2 Tipe percakapan diidentifikasi melalui analisis data penggunaan media digital. 2.3 Tipe percakapan berdasarkan perangkat, <i>platform</i> , dan maksud penggunaan didapatkan secara sistematis
3. Menggambarkan pengalaman pelanggan dan perjalanan pelanggan di media digital	3.1 Komunitas digital (<i>digital enclaves</i>) dan pola keterikatan (<i>engagement</i>) pengguna diidentifikasi kesesuaiannya dengan tujuan. 3.2 Titik kontak digital diklasifikasikan dengan produk, merek, atau organisasi. 3.3 Model perjalanan pengguna (<i>user journey</i>) yang tidak umum dibuat untuk dijadikan peluang penambahan pengguna. 3.4 Lokasi, gaya, dan pemicu intervensi dalam perjalanan pengguna (<i>user journey</i>) dipilih untuk menciptakan pengalaman penggunaan terbaik.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
4. Menciptakan kesempatan untuk menjalin keterikatan dengan pelanggan dan event	4.1 Kisah para pengguna dikembangkan untuk meningkatkan keterikatan (<i>engagement</i>). 4.2 Acara daring dirancang untuk memicu keterikatan pengguna (<i>user engagement</i>) dan meningkatkan pengalaman (<i>experience</i>). 4.3 Desain antar muka (<i>interface</i>) yang sesuai ditentukan berdasarkan data pengalaman penggunaan pelanggan. 4.4 Indikator kinerja untuk pengalaman pengguna (<i>user experience</i>) dan keterikatan (<i>engagement</i>) ditetapkan
5. Berkomunikasi, mengawasi, dan merespon pelanggan	5.1 Interaksi nyata secara waktu (<i>real time</i>) difasilitasi sesuai desain media digital. 5.2 Keterikatan pengguna (<i>user engagement</i>) dipantau dengan teknik dan media yang sesuai. 5.3 Pengguna direspon dengan parameter indikator kerja.
6. Mengulas dan mengevaluasi berdasarkan pengalaman pelanggan	6.1 Data digital pengguna disusun berdasarkan tahapan pengalaman pelanggan (<i>customer path</i>). 6.2 Data dikumpulkan untuk mengidentifikasi pengecualian yang tidak termasuk ekspektasi pengguna. 6.3 Masalah dan rekomendasi dikumpulkan untuk memperbaiki pengalaman pengguna (<i>user experiences</i>) selanjutnya.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk Tim Pemasar yang bertanggung jawab untuk menciptakan pengalaman bagi pengguna media digital berdasarkan panduan operasional serta dibawah pengawasan atasan.
 - 1.2 Media digital meliputi namun tidak terbatas pada situs, *mobile apps*, gambar, video digital dan audio digital, media sosial, aplikasi pesan singkat (*instant messaging apps*).

- 1.3 Tahapan pengalaman pelanggan (*customer path*) terdiri dari:
 - a. Kenal (*aware*).
 - b. Tertarik (*appeal*).
 - c. Bertanya (*ask*).
 - d. Bertindak (*act*).
 - e. Merekomendasikan (*advocate*).
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Aplikasi daring (*online tools*)
 - 2.1.2 Perangkat keras untuk teknologi, seperti *server, modem, router, driver, switches* dan *hub*
 - 2.1.3 Alat tulis kantor
 - 2.1.4 Komputer, laptop dan alat tulis elektronik lainnya
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data
 - 2.2.2 Dokumen informasi produk
 - 2.2.3 Media penyimpanan data
3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Etika pelayanan pelanggan
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi mengenai pelayanan pelanggan
 - 4.2.2 Kebijakan dan prosedur organisasi mengenai penanganan keluhan pelanggan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

- 2.1 M.70MKT00.012.1 : Menggunakan Media Sosial dan Aplikasi Daring
(*Online Tools*)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

- 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Penggunaan aplikasi daring (*online tools*)
- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Membuat desain
 - 3.2.2 Menggunakan teknologi informasi
 - 3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Terampil dalam menangkap dan memanfaatkan tren dan pola yang berkembang di media digital
- 4.2 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama
- 4.3 Empati mendengarkan keluhan pelanggan
- 4.4 Proaktif mengkonfirmasi kebutuhan dan/atau permasalahan pelanggan

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan dalam mengklasifikasikan titik kontak digital dengan produk, merek, atau organisasi
- 5.2 Ketepatan dalam memilih lokasi, gaya, dan pemicu intervensi dalam perjalanan pengguna (*user journey*) untuk menciptakan pengalaman penggunaan terbaik

KODE UNIT : M.70MKT00.017.1

JUDUL UNIT : Melaksanakan Kegiatan Promosi Merek

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam merencanakan, menerapkan dan mengevaluasi kegiatan promosi merek sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Meneliti informasi pemasaran	1.1 Konsep pemasaran yang akan dilakukan diteliti kesesuaiannya dengan strategi organisasi. 1.2 Rencana pemasaran dan kebijakan/ prosedur yang relevan diidentifikasi dan dianalisis kesesuaiannya dengan strategi organisasi. 1.3 Kebutuhan pemasaran diidentifikasi berdasarkan rencana penjualan. 1.4 Aktivitas pemasaran sebelumnya diselidiki untuk mencari informasi kesuksesannya. 1.5 Profil segmen pasar diidentifikasi kesesuaiannya dengan strategi organisasi. 1.6 Posisi dan bauran pemasaran di tiap segmen pasar diidentifikasi kesesuaiannya dengan strategi organisasi. 1.7 Hasil yang diharapkan dari pemasaran diidentifikasi kesesuaiannya dengan strategi organisasi.
2. Merencanakan kegiatan komunikasi merek	2.1 Kumpulan informasi pemasaran dianalisis berdasarkan strategi organisasi. 2.2 Rencana aktivitas komunikasi merek dikumpulkan dan dikembangkan kesesuaiannya dengan kondisi terkini. 2.3 Persetujuan terhadap rencana komunikasi merek didapatkan dari atasan.
3. Melakukan kegiatan komunikasi merek	3.1 Tipe komunikasi merek yang diperlukan ditentukan berdasarkan strategi organisasi. 3.2 Aktivitas komunikasi merek dilakukan sesuai peran. 3.3 Tugas dan fungsi pemasaran dipasangkan dengan pihak yang terlibat

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	3.4 Kegiatan pemasaran dipantau dan rencana kegiatan diulas oleh tim internal.
4. Mengulas kegiatan penjualan sehubungan kegiatan promosi merek	4.1 Hasil dari kegiatan penjualan direkam dan diukur sesuai prosedur organisasi. 4.2 Kegiatan penjualan diulas berdasarkan harapan dan hasil yang tercapai. 4.3 Laporan penjualan disiapkan dan dikomunikasikan dengan pihak yang terlibat.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar yang bertanggung jawab melakukan kegiatan promosi merek guna mencapai peningkatan penjualan produk.
 - 1.2 Kegiatan promosi merek meliputi namun tidak terbatas pada iklan, acara khusus, promosi, diskon penjualan, kampanye musiman, produk dan *display*.
 - 1.3 Strategi promosi merek dapat berupa *co-branding*, rencana kolaborasi dengan pihak lain, kebijakan penjualan, promosi bersama pihak lain, struktur harga atau acara khusus.
 - 1.4 Tipe komunikasi dapat berupa aktivitas yang mencakup jumlah *audience* secara masal (*above the line*) atau yang terbatas (*below the line*).
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Mesin pencetak
 - 2.1.2 Media komunikasi
 - 2.1.3 Alat tulis kantor
 - 2.1.4 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.5 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data
 - 2.2.6 Data target pelanggan
 - 2.2.7 Materi promosi

2.2.8 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada).

4. Norma dan standar

4.1 Norma

4.1.1 Etika dalam berkomunikasi di media sosial

4.1.2 Memahami keberagaman bahasa dan budaya di Indonesia

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Pengetahuan terhadap informasi produk

3.1.2 Pengetahuan tentang nilai-nilai organisasi

3.1.3 Teknik komunikasi efektif

- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menghasilkan ide/gagasan terkait kegiatan promosi
 - 3.2.2 Melakukan koordinasi dengan pemangku kepentingan terkait
 - 3.2.3 Menyampaikan materi promosi dengan cara menarik dan mudah dipahami pelanggan
 - 3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
- 4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Patuh terhadap prosedur yang telah ditetapkan oleh internal organisasi
 - 4.2 Inovatif menggali ide/gagasan promosi
- 5. Aspek kritis
 - 5.1 Kecermatan dalam mengumpulkan dan mengembangkan rencana aktivitas komunikasi kesesuaiannya dengan kondisi terkini
 - 5.2 Ketepatan dalam menentukan tipe komunikasi merek yang diperlukan berdasarkan strategi organisasi

KODE UNIT : M.70MKT00.018.2

JUDUL UNIT : Menyusun dan Mengelola Strategi Portofolio Produk dan/atau Merek

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menyusun dan mengelola strategi portofolio produk dan/atau merek yang dimiliki oleh organisasi.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menentukan tujuan portofolio produk dan/atau merek	1.1 Tujuan portofolio produk dan/atau merek ditetapkan berdasarkan strategi dan karakter merek organisasi. 1.2 Strategi portofolio produk dan/atau merek diidentifikasi berdasarkan tujuan portofolio produk dan/atau merek.
2. Menetapkan keputusan dalam portofolio produk dan/atau merek	2.1 Ekuitas merek (<i>brand equity</i>) dan identitas merek diidentifikasi berdasarkan strategi portofolio. 2.2 Audit portofolio produk dan/atau merek diidentifikasi berdasarkan tujuan pembuatan portofolio. 2.3 Pengelolaan portofolio produk dan/atau merek ditetapkan sesuai strategi portofolio.

BATASAN VARIABEL

- Konteks variabel
 - Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar di manajemen puncak dengan kerangka berpikir dan tindakan dalam menyusun strategi portofolio merek. Elemen terkait di antaranya menentukan tujuan portofolio merek, keputusan dalam portofolio merek.
 - Kategori strategi portofolio merek meliputi namun tidak terbatas pada pengaruh dan dinamika pasar (*market forces and dynamics*), strategi bisnis, ekuitas dan identitas merek, serta audit portofolio merek (*brand portfolio audit*).

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya

2.1.2 Alat tulis kantor

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data

2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

2.1 M.70.MKT00.003.2 : Melaksanakan Analisis Lingkungan Bisnis

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Teknik berpikir kreatif
 - 3.1.2 Pengetahuan pemasaran yang dalam dan luas
 - 3.1.3 Budaya organisasi
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Melaksanakan komunikasi
 - 3.2.2 Melakukan analisis
 - 3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Proaktif dalam mengumpulkan data, informasi dan gagasan dari berbagai sumber sebagai referensi dalam menerjemahkan karakter merek organisasi
 - 4.2 Kritis dan cermat dalam mengintegrasikan karakter merek terhadap layanan organisasi
 - 4.3 Bertanggung jawab mengelola kerja sama dalam tim
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam mengidentifikasi strategi portofolio produk dan/atau merek berdasarkan tujuan portofolio produk dan/atau merek

KODE UNIT : M.70MKT00.019.2

JUDUL UNIT : Mengelola Momen Kebenaran (*Moment of Truth*)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam memetakan, merencanakan dan memantau pelaksanaan layanan organisasi berdasarkan proses interaksi dengan pelanggan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Memetakan titik-titik interaksi penting dalam interaksi dengan pelanggan	1.1 Setiap titik interaksi penting antara pelanggan dan organisasi dipetakan berdasarkan pengalaman pelanggan. 1.2 Kriteria penentuan tingkat pentingnya titik interaksi ditentukan berdasarkan kemungkinan terjadinya keluhan pelanggan. 1.3 Setiap titik interaksi diurutkan berdasarkan tingkat pentingnya (dilihat dari sudut pandang pelanggan).
2. Merancang proses pelayanan khusus untuk setiap titik interaksi penting	2.1 Jenis pertemuan layanan (<i>service encounter</i>) untuk setiap titik interaksi penting ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya dilihat dari sudut pandang pelanggan). 2.2 Proses pelayanan khusus untuk titik interaksi penting dirancang berdasarkan model interaksi mayoritas pilihan pelanggan. 2.3 Kejadian kritis (<i>critical incidents</i>) yang mungkin terjadi diidentifikasi untuk persiapan prosedur penanggulangan. 2.4 Rancangan proses pelayanan dikomunikasikan kepada seluruh pihak yang terlibat.
3. Memantau pelaksanaan layanan di setiap momen kebenaran	3.1 Kriteria kinerja momen kebenaran ditetapkan berdasarkan proses interaksi penting dengan pelanggan. 3.2 Pengumpulan data kinerja pelayanan dilaksanakan secara berkala.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit ini berlaku bagi tenaga layanan manajemen madya dan puncak untuk memetakan titik-titik penting dalam interaksi dengan pelanggan, merancang proses pelayanan khusus untuk setiap titik-titik penting, memantau pelaksanaan layanan di setiap momen kebenaran yang digunakan untuk mengelola momen kebenaran (*moment of truth*).
- 1.2 Momen kebenaran (*moment of truth*) adalah saat dimana pelanggan berinteraksi langsung dengan penyedia layanan (dikenal juga dengan istilah *service encounter*).
- 1.3 Tipe *service encounter* terdiri sebagai berikut:
 - 1.3.1 Layanan interaksi tinggi (*high contact services*) adalah dimana pelanggan mengunjungi pusat layanan secara personal, secara aktif berinteraksi dan fokus kepada penyedia layanan dan lokasi usaha.
 - 1.3.2 Layanan interaksi rendah (*low contact services*) dimana keterlibatan pelanggan rendah, kontak antara penyedia layanan dan pelanggan secara umum digantikan oleh peralatan elektronik, dan fokus terhadap alat-alat teknis, dan jasa pengiriman.
- 1.4 Memetakan pengalaman pelanggan adalah teknik mendeskripsikan pengalaman pelanggan yang meliputi urutan, pergerakan, hubungan, dan keterkaitan pelayanan di organisasi.
- 1.5 Proses pemetaan pengalaman pelanggan meliputi memberikan definisi tujuan, mengumpulkan pengalaman pelanggan, mengurutkan pengalaman pelanggan, membuat aktivitas *backstage* secara spesifik, dan memperjelasnya dengan gambar.
- 1.6 Mengidentifikasi *critical incidents* meliputi *collect* (mendapatkan informasi dari pelaksana layanan), *analyse* (menganalisis dan mengklasifikasi masalah berdasarkan frekuensi terjadinya), *prioritise* (membuat skala prioritas penanganan masalah berdasarkan signifikansi dampak dan kemungkinan terjadi lagi

masalah yang sama), dan *action* (merancang dan mengimplementasi rencana untuk meningkatkan pelayanan).

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya

2.1.2 Alat tulis kantor

2.1.3 Alat perekam (dokumentasi)

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Jaringan internet

2.2.2 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data

2.2.3 Media penyimpanan data

2.2.4 Fasilitas penerimaan keluhan

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
(Tidak ada.)
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Perhatian detil terhadap konsep masyarakat, pelanggan, dan pemangku kepentingan terkait (*People, Customer, Stakeholder* (PCS))
 - 4.2 Giat dalam menjalankan tugas harian
 - 4.3 Kooperatif dengan tim serta melakukan supervisi
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam memetakan setiap titik interaksi penting antara pelanggan dan organisasi berdasarkan pengalaman pelanggan
 - 5.2 Kecermatan dalam mengidentifikasi kejadian kritis (*critical incidents*) yang mungkin terjadi untuk persiapan prosedur penanggulangan

KODE UNIT : M.70MKT00.020.2

JUDUL UNIT : Menangani Keluhan Pelanggan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam proses penerimaan, persiapan penanggulangan dan pelaksanaan penanganan keluhan pelanggan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menerima keluhan pelanggan	1.1 Keluhan pelanggan didengarkan sepenuhnya, tanpa memotong. 1.2 Keluhan pelanggan dikonfirmasi ulang kepada pelanggan. 1.3 Permohonan maaf atas ketidaknyamanan yang dialami disampaikan secara sopan. 1.4 Langkah-langkah yang akan diambil untuk menanggapi keluhan dijelaskan secara berurutan. 1.5 Tenggat waktu penanganan keluhan disampaikan kepada pelanggan. 1.6 Catatan tertulis terhadap keseluruhan keluhan pelanggan dibuat sesuai prosedur organisasi.
2. Mempersiapkan penanganan keluhan pelanggan	2.1 Keseluruhan rincian keluhan pelanggan dikomunikasikan kepada seluruh pihak internal yang terlibat. 2.2 Sebab utama keluhan pelanggan diidentifikasi berdasarkan informasi yang disampaikan pelanggan. 2.3 Kondisi spesifik pelanggan yang mempengaruhi penanganan diidentifikasi sesuai dengan informasi relevan yang dimiliki organisasi. 2.4 Skala prioritas penanganan ditentukan berdasarkan jenis keluhan maupun tipe pelanggan. 2.5 Rencana penanganan keluhan pelanggan disusun sesuai dengan prosedur organisasi.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
3. Melaksanakan penanganan keluhan pelanggan	3.1 Permohonan maaf kepada pelanggan disampaikan mengikuti prosedur operasional organisasi. 3.2 Penyebab utama terjadinya keluhan pelanggan dijelaskan secara terstruktur. 3.3 Solusi terhadap keluhan pelanggan ditawarkan berdasarkan kebijakan organisasi. 3.4 Ketersediaan pelanggan menerima solusi dikonfirmasi ulang kepada pelanggan. 3.5 Alternatif solusi penanganan keluhan pelanggan ditawarkan sesuai kebijakan organisasi. 3.6 Ucapan terima kasih disampaikan kepada pelanggan atas ketersediaan menerima alternatif solusi. 3.7 Informasi mengenai standar layanan prima organisasi diberikan secara lengkap.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk mempersiapkan pelaksanaan penanganan keluhan pelanggan, melaksanakan penanganan keluhan pelanggan, yang digunakan untuk menangani keluhan pelanggan.
 - 1.2 Sumber-sumber keluhan dapat berasal dari aspek produk, komunikasi eksternal, sistem, aspek jasa, manusia, dan komunikasi internal.
 - 1.3 Teknik menangani keluhan pelanggan terdiri dari:
 - 1.3.1 Mendengarkan apa yang menjadi keluhan pelanggan.
 - 1.3.2 Mengulangi fakta untuk menjamin tenaga pelayanan memahami masalah yang dialami konsumen.
 - 1.3.3 Menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang akan dilakukan untuk menyelesaikan masalah.
 - 1.3.4 Menyampaikan permohonan maaf dengan tulus.

- 1.3.5 Meminta persetujuan dari pelanggan mengenai tahap penyelesaian berikutnya dan alternatif solusi yang sesuai dengan kebijakan organisasi.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Alat perekam (dokumentasi)
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Alat pengolah data
 - 2.2.2 Media penyimpanan data
3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Tata krama, kesopanan, dan tutur kata yang sesuai dengan budaya setempat
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi mengenai pembelian barang dan/atau uang (*refund*)
 - 4.2.2 Kebijakan dan prosedur organisasi mengenai penyelesaian keluhan dan ketidakpuasan pelanggan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/ simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Konsep layanan prima (*service excellence*)
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Komunikasi antar individu atau kelompok
 - 3.2.2 Mendengarkan dan menyaring informasi yang efektif
 - 3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Perhatian yang detil dalam mendengarkan keluhan pelanggan
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam mengidentifikasi sebab utama keluhan pelanggan berdasarkan informasi yang disampaikan pelanggan
 - 5.2 Kecermatan dalam mengkonfirmasi ulang kesediaan pelanggan menerima solusi kepada pelanggan

KODE UNIT : M.70MKT00.021.2

JUDUL UNIT : Mengelola Program Loyalitas Pelanggan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi tujuan, membangun kerangka dan menerapkan program loyalitas pelanggan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengidentifikasi tujuan program loyalitas	1.1 Analisis dilakukan untuk memahami kelompok pelanggan berdasarkan loyalitas. 1.2 Nilai (<i>value</i>) dari kelompok pelanggan dianalisis berdasarkan loyalitas. 1.3 Analisis dilakukan terhadap tingkat dan jenis loyalitas yang ingin dicapai organisasi.
2. Membangun kerangka program loyalitas pelanggan	2.1 Jenis-jenis program loyalitas dipilih sesuai dengan analisis pelanggan dan tujuan program. 2.2 Rencana implementasi program loyalitas dijabarkan secara detail. 2.3 Target loyalitas yang hendak dicapai dalam rentang waktu tertentu ditentukan berdasarkan strategi organisasi. 2.4 Mekanisme <i>monitoring</i> ditentukan terhadap kinerja program.
3. Menerapkan program loyalitas pelanggan	3.1 Komunikasi dan koordinasi dilakukan dengan pihak yang terlibat dalam penerapan program loyalitas 3.2 Informasi mengenai program loyalitas dikomunikasikan kepada pelanggan. 3.3 Pemantauan berkala dilaksanakan terhadap kinerja program loyalitas

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk mengidentifikasi tujuan program loyalitas, membangun kerangka program loyalitas pelanggan, menerapkan program loyalitas pelanggan, yang digunakan untuk mengelola program loyalitas pelanggan.

1.2 Tingkat pelanggan terdiri dari:

- 1.2.1 Tersangka (*suspects*) adalah semua pembeli dari produk/jasa yang ditawarkan di pasar. Tersangka (*suspects*) bisa *aware* atau tidak dengan produk yang ditawarkan.
- 1.2.2 Prospek (*prospects*) adalah pelanggan potensial yang memiliki ketertarikan terhadap organisasi namun belum memutuskan untuk melakukan bisnis dengan organisasi.
- 1.2.3 Pembeli (*customers*) adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian terhadap produk/jasa yang ditawarkan, namun tidak memiliki rasa keterikatan dengan organisasi.
- 1.2.4 Klien (*clients*) adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian berulang yang memiliki perasaan positif dan mendukung organisasi secara pasif.
- 1.2.5 Pendukung (*advocates*) adalah klien yang secara aktif mendukung organisasi dengan merekomendasikan kepada orang lain.
- 1.2.6 Mitra (*partners*) adalah hubungan antara pelanggan *supplier* dipertahankan oleh kedua belah pihak, dimana terdapat *partnership* mutualisme antara keduanya.

1.3 Tipe-tipe loyalitas konsumen meliputi:

- 1.3.1 *Monopoly loyalty* adalah loyalitas konsumen disebabkan karena tidak memiliki pilihan lain. Kesetiaan pelanggan tipe ini disebabkan karena keterpaksaan, tidak punya pilihan lain.
- 1.3.2 *Cost of change loyalty* adalah loyalitas konsumen karena adanya biaya peralihan yang tinggi.
- 1.3.3 *Incentivised loyalty* adalah loyalitas konsumen karena diberikan insentif.
- 1.3.4 *Habitual loyalty* adalah kesetiaan pelanggan yang disebabkan karena pembelian produk yang sudah dianggap sebagai kebiasaan atau rutinitas.
- 1.3.5 *Committed loyalty* adalah kesetiaan pelanggan karena keyakinannya sendiri dan memiliki komitmen terhadap produk/jasa yang ditawarkan.

- 1.4 Metode cara membangun loyalitas konsumen dapat dilakukan dengan menggunakan metode “*The Wheel of Loyalty*”. Metode ini berupa siklus yang terdiri dari tiga elemen yaitu membangun fondasi dari loyalitas, menciptakan ikatan loyalitas, dan mengurangi pemicu perpindahan pelanggan kepada pesaing.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Alat perekam (dokumentasi)
- 2.1.2 Alat tulis kantor
- 2.1.3 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Alat pengolah data
- 2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
 - 2.1 M.70.MKT00.005.2 : Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Organisasi
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Konsep loyalitas pelanggan
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Kooperatif dengan tim serta melakukan pemantauan
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam menganalisis nilai (*value*) dari kelompok pelanggan berdasarkan loyalitas

KODE UNIT : M.70MKT00.022.2

JUDUL UNIT : Mengelola Lingkungan Layanan (Service Environment)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengelola lingkungan layanan (service environment).

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengidentifikasi elemen-elemen utama lingkungan layanan yang paling berpengaruh	1.1 Analisis tujuan strategis pelayanan organisasi dilakukan berdasarkan rencana strategis organisasi. 1.2 Kebutuhan lingkungan layanan dari segmen utama konsumen diidentifikasi sesuai dengan kondisi pasar terkini. 1.3 Elemen-elemen lingkungan layanan diurutkan berdasarkan kesesuaian dengan tujuan organisasi dan kebutuhan konsumen.
2. Menyusun rancangan pengaturan fasilitas dan perlengkapan sarana pendukung pelayanan	2.1 Spesifikasi rinci ditentukan dari setiap elemen lingkungan layanan yang sesuai dengan analisis sebelumnya. 2.2 Proses menjaga konsistensi lingkungan layanan dirancang berdasarkan prosedur operasional. 2.3 Komunikasi dengan pihak-pihak yang terlibat dilakukan secara berkala. 2.4 Proses menjaga konsistensi lingkungan layanan dilakukan berdasarkan prosedur operasional.
3. Memantau implementasi rancangan pengaturan fasilitas pendukung	3.1 Kriteria penilaian kinerja lingkungan layanan ditentukan berdasarkan tujuan strategis pelayanan organisasi. 3.2 Pengumpulan data kualitas kinerja lingkungan layanan dilakukan secara berkala.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk menyusun rencana pengelolaan lingkungan layanan.
- 1.2 Lingkungan layanan yang dimaksud memiliki pengertian sebagai lingkungan dimana konsumen akan mendapatkan pelayanan dari pihak organisasi atau tenaga layanan.
- 1.3 Tujuan dari pengelolaan lingkungan layanan adalah untuk membangun pengalaman dan perilaku pelanggan, membentuk citra, *positioning*, dan diferensiasi, membentuk lingkungan sebagai salah satu elemen penunjang dalam memberikan nilai (*value*) pada konsumen, memfasilitasi, dan meningkatkan produktivitas.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Alat tulis kantor
- 2.1.2 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.3 *Mini compact audio system*

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Rekaman musik yang sesuai
- 2.2.2 Rambu (*symbol*)

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada).

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

- 2.1 M.70.MKT00.005.2 : Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Organisasi

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

- 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Konsep layanan
 - 3.1.2 Prosedur layanan
- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Perhatian detil terhadap elemen-elemen dalam lingkungan layanan
- 4.2 Cermat dalam membuat perencanaan pengadaan elemen pembentuk lingkungan layanan

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan dalam melakukan proses menjaga konsistensi lingkungan layanan berdasarkan prosedur operasional

KODE UNIT : M.70MKT00.023.1

JUDUL UNIT : Memprediksi dan Merencanakan Layanan Menggunakan Analisis Informasi Lalu Lintas Keterlibatan Pelanggan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mempelajari dan mengembangkan analisis informasi lalu lintas keterlibatan pelanggan guna meningkatkan kualitas layanan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menganalisis lalu lintas data (<i>data traffic</i>)	1.1 Ketepatan lalu lintas data (<i>data traffic</i>) dipastikan berdasarkan data yang didapat. 1.2 Pola lalu lintas data (<i>data traffic</i>) diidentifikasi berdasarkan prosedur layanan yang diberikan organisasi. 1.3 Kejadian tidak biasa dalam pola keterlibatan (<i>engagement patterns</i>) diidentifikasi berdasarkan data yang dimiliki organisasi.
2. Menafsirkan dampak kontak pelanggan (<i>customer contact</i>)	2.1 Pusat keterlibatan (<i>engagement centre</i>) atau keterlibatan pelanggan (<i>customer engagement</i>) yang berpengaruh diidentifikasi berdasarkan prosedur layanan yang dilakukan. 2.2 Dampak dianalisis dan dijelaskan kepada tim. 2.3 Masalah yang muncul diidentifikasi sebagai dampak keterlibatan pelanggan (<i>customer engagement</i>). 2.4 Ketepatan prediksi dampak kontak pelanggan dipastikan bersama dengan tim.
3. Mengembangkan prediksi kontak lalu lintas	3.1 Pengumpulan data historis dilakukan berdasarkan prosedur operasional. 3.2 Pemasaran, keuangan, dan kontrol terhadap area lainnya dikolaborasikan untuk memprediksi anggaran. 3.3 Prediksi tahunan dibagi menjadi beberapa periode kecil.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
4. Merencanakan kebutuhan layanan	4.1 Pemasukan dasar ditentukan sebagai alat antrean (<i>queuing tools</i>). 4.2 Sumberdaya yang dibutuhkan dihitung menggunakan alat antrean (<i>queuing tools</i>). 4.3 Hasil disesuaikan untuk memperhitungkan faktor kuantitatif dan kualitatif. 4.4 Perencanaan proses dilakukan dan prediksi tingkat lalu lintas dijadwalkan berdasarkan proses layanan yang diberikan.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk memprediksi dan merencanakan layanan secara tepat dengan menggunakan analisis informasi lalu lintas keterlibatan pelanggan sesuai dengan kebijakan dan prosedur organisasi.
 - 1.2 Lalu lintas data (*data traffic*) dimaksud adalah informasi lalu lintas keterlibatan pelanggan, yang dapat berupa namun tidak terbatas pada jumlah kunjungan pelanggan ke outlet, toko, situs organisasi; frekuensi interaksi pada titik interaksi yang bersinggungan dengan pelanggan. Contohnya frekuensi pelanggan harus berhubungan dengan respsionis hotel dalam satu proses menginap dari waktu datang hingga kepulangan.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat tulis kantor
 - 2.1.2 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.3 Alat pengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen data pelanggan
 - 2.2.2 Dokumen penjualan produk
 - 2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Identifikasi metode alur pelanggan

3.1.2 Memahami aplikasi media layanan data pelanggan

3.2 Keterampilan

3.2.1 Melakukan analisis data

3.2.2 Melakukan pengolahan data/informasi

3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Teliti dalam melakukan interpretasi terhadap informasi yang diperoleh
 - 4.2 Cermat dalam menyusun rancangan rencana layanan
 - 4.3 Patuh terhadap standar, peraturan dan prosedur yang berlaku
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam mengidentifikasi pola lalu lintas data (*data traffic*) berdasarkan prosedur layanan yang diberikan organisasi
 - 5.2 Ketepatan dalam melakukan perencanaan proses dan menjadwalkan prediksi tingkat lalu lintas berdasarkan proses layanan yang diberikan

KODE UNIT : M.70MKT00.024.1

JUDUL UNIT : Membangun Standar Layanan Pelanggan Secara Daring

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menyusun standar layanan pelanggan secara daring, mengimplementasikannya, mengawasi pelaksanaannya dan kemudian meninjau ulang efektifitasnya dalam rangka perbaikan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Merancang standar layanan pelanggan daring	1.1 Kebutuhan dan harapan terkait layanan pelanggan daring ditinjau ulang secara berkala. 1.2 Praktik-praktik terbaik (<i>best practices</i>) dari berbagai sumber diteliti dan digunakan untuk mengukur pengembangan standar layanan pelanggan daring. 1.3 Masukan untuk pengembangan standar layanan pelanggan daring dicari dari opini internal dan/atau eksternal. 1.4 Layanan pelanggan daring dikembangkan sejalan dengan kebijakan organisasi, prosedur, dan nilai merek (<i>brand values</i>). 1.5 Titik interaksi (<i>touchpoints</i>) layanan pelanggan daring ditentukan dan teknologi komunikasi yang diperlukan diidentifikasi sesuai prosedur. 1.6 Performa metrik ditentukan untuk mengevaluasi standar layanan pelanggan. 1.7 Persyaratan yang terdapat dalam hukum dan etika dipertimbangkan untuk dimasukkan ke dalam standar layanan pelanggan daring. 1.8 Konsistensi antara layanan pelanggan daring dan luar jaringan (luring) (<i>offline</i>) dipastikan keseragamannya.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
2. Melaksanakan dan mengawasi standar pelayanan pelanggan daring	2.1 Standar dan harapan layanan pelanggan daring dikomunikasikan pada anggota tim. 2.2 Ketersediaan sumber daya dipastikan berdasarkan kebutuhan standar layanan pelanggan. 2.3 Tingkat layanan pelanggan diawasi kesesuaiannya dengan prosedur operasional. 2.4 Umpan balik dan dukungan diberikan kepada anggota tim. 2.5 Penyelesaian masalah dengan pelanggan dipertanggungjawabkan sesuai prosedur.
3. Meninjau ulang standar pelayanan pelanggan daring	3.1 Tanggapan, tinjauan dan keluhan dari pelanggan ditinjau kembali secara berkala. 3.2 Metrik kinerja (<i>performance metrics</i>) digunakan untuk evaluasi standar layanan pelanggan. 3.3 Umpan balik pelanggan dikomunikasikan dengan tim kerja dan kesempatan untuk mengembangkan layanan didiskusikan. 3.4 Masalah teknologi dan sumberdaya yang berdampak pada layanan pelanggan diidentifikasi dan diatasi secepatnya. 3.5 Standar layanan pelanggan disesuaikan berdasarkan tanggapan yang diterima.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk menyusun, menerapkan dan mengevaluasi standar layanan pelanggan secara daring.
 - 1.2 Penyusunan standar layanan pelanggan secara daring mengacu kepada tata cara penyusunan standar dan peraturan/prosedur yang berlaku di organisasi.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat digital
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Data perusahaan terkait penjualan produk secara elektronik

- 2.1.4 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data
 - 2.2.2 Aplikasi media sosial
 - 2.2.3 Media penyimpanan data
- 3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
- 4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Kode etik penyusunan standar
 - 4.1.2 Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait pengawasan
 - 4.2.2 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait peninjauan/evaluasi

PANDUAN PENILAIAN

- 1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
 - 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktik.

2. Persyaratan kompetensi
 - 2.1 M.70.MKT00.023.1 : Memprediksi dan Merencanakan Layanan Menggunakan Analisis Informasi Lalu Lintas Keterlibatan Pelanggan
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Penyusunan standar
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Melakukan pengawasan
 - 3.2.2 Penguasaan teknologi informasi
 - 3.2.3 Melakukan komunikasi efektif
 - 3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Patuh terhadap standar, kebijakan/peraturan dan prosedur
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam menentukan titik interaksi (*touchpoints*) layanan pelanggan daring ditentukan dan mengidentifikasi teknologi komunikasi yang diperlukan sesuai prosedur
 - 5.2 Ketepatan dalam menyusun standar yang aplikatif

KODE UNIT : M.70.MKT00.025.2

JUDUL UNIT : Merancang Cetak-Biru Layanan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam merancang cetak-biru layanan berdasarkan prosedur operasional organisasi.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Memetakan alur kegiatan pelanggan yang bersinggungan dengan organisasi	1.1 Setiap titik kegiatan pelanggan dipetakan secara lengkap. 1.2 Titik-titik kritis di mana mungkin terjadi kegagalan pelayanan diidentifikasi berdasarkan prosedur operasional.
2. Memetakan personil organisasi yang berperan dalam alur kegiatan pelanggan	2.1 Interaksi personil organisasi dengan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung diidentifikasi secara berurutan berdasarkan prosedur operasional. 2.2 Interaksi antara pelanggan dengan personil organisasi digambarkan pada alur kegiatan pelanggan.
3. Memetakan peranan sistem-sistem pendukung organisasi dalam alur kegiatan pelanggan	3.1 Sistem-sistem pendukung proses layanan diidentifikasi bersama tim. 3.2 Interaksi sistem pendukung dengan personil organisasi maupun pelanggan digambarkan berdasarkan prosedur operasional.
4. Mengidentifikasi pengalaman yang diharapkan oleh pelanggan di setiap titik kegiatan	4.1 Pengalaman yang diharapkan pelanggan dijabarkan berdasarkan kebutuhan dan keinginan segmen pelanggan utama organisasi. 4.2 Pengalaman yang diharapkan pelanggan dituliskan untuk setiap titik interaksi, tanpa kecuali.
5. Menyusun standar pelayanan untuk setiap titik alur kegiatan pelanggan	5.1 Peranan personil organisasi dalam interaksi dengan pelanggan dijabarkan di setiap titik alur kegiatan. 5.2 Standar perilaku personil organisasi dalam berinteraksi dengan pelanggan di setiap titik alur kegiatan dijabarkan dalam prosedur pelayanan. 5.3 Penyebab-penyebab keluhan pelanggan serta cara penanganannya dijabarkan untuk setiap titik alur kegiatan.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk mengevaluasi pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan untuk merancang cetak-biru layanan.
- 1.2 Dalam menetapkan proses standar layanan, hal-hal yang diperhatikan untuk peningkatan kinerja antara lain meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan produktivitas, mengurangi kegagalan dalam layanan, mengurangi siklus waktu layanan.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.2 Alat pengolah data
- 2.1.3 Alat tulis kantor

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 *Standard Operating Procedure* (SOP) organisasi
- 2.2.2 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data
- 2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

- 2.1 M.70.MKT00.019.2 : Mengelola Momen Kebenaran (*Moment of Truth*)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Konsep pemetaan titik sentuh pelanggan (*customer touch point*)
- 3.1.2 Konsep cetak biru layanan
- 3.1.3 Konsep layanan (*service excellence*)
- 3.1.4 Kondisi riil di lapangan dan data pelaksanaan layanan organisasi terkini

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Perhatian detil terhadap pemangku kepentingan terkait
- 4.2 Giat dalam menjalankan tugas harian
- 4.3 Bertanggung jawab mengelola kerjasama dalam tim

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan dalam mengidentifikasi interaksi personil organisasi dengan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung secara berurutan berdasarkan prosedur operasional

KODE UNIT : M.70MKT00.026.1

JUDUL UNIT : Mengelola Risiko Reputasi organisasi dalam Lingkungan Daring

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengelola risiko reputasi organisasi dalam lingkungan daring berdasarkan kebijakan organisasi guna membangun citra organisasi.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengidentifikasi risiko reputasi organisasi dan merencanakan tindakan preventif	1.1 Resiko reputasi organisasi yang berhubungan dengan media sosial dan kehadiran daring (<i>online presence</i>), termasuk resiko keamanan, diidentifikasi sesuai dengan pola interaksi dengan pelanggan. 1.2 Manajemen krisis daring dan media sosial dikembangkan berdasarkan kebijakan organisasi
2. Memantau komentar pelanggan, pengguna media sosial dan media daring	2.1 Jadwal pengawasan media sosial, situs organisasi, dan laman eksternal ditentukan secara berkala. 2.2 Tugas kepada pekerja atau pihak eksternal secara berkala diberikan untuk mengawasi situs organisasi. 2.3 organisasi didaftarkan untuk mendapat pemberitahuan dari media sosial dan pihak pengulas. 2.4 Analisis kinerja daring dijadwalkan untuk dilakukan secara berkala.
3. Mengembangkan kebijakan dan prosedur untuk memberikan respon	3.1 Standar penggunaan bahasa dan nada yang pantas dirumuskan untuk merespon komentar positif dan negatif. 3.2 Standar respon untuk keadaan biasa dirumuskan pada prosedur operasional. 3.3 Waktu operasional untuk merespon dirancang sesuai kebijakan dan prosedur.
4. Mengelola reputasi organisasi	4.1 Penyelesaian masalah dengan pelanggan dipertanggungjawabkan berdasarkan prosedur operasional. 4.2 Fungsi media sosial dan platform lain dioptimalkan untuk mengelola interaksi

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	yang membangun citra organisasi. 4.3 Laporan performa dinilai secara berkala untuk mengidentifikasi masalah dan mengadakan perbaikan. 4.4 Masalah dinilai dan proses manajemen krisis diterapkan untuk meminimalkan dampak

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk mengelola risiko reputasi organisasi dalam lingkungan daring dengan merencanakan tindakan preventif dan merespon komentar secara daring.
 - 1.2 Tindakan preventif secara daring guna melindungi reputasi organisasi dapat berupa *Standard Operating Procedure* (SOP) layanan daring.

2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Komputer/laptop/*handphone*
 - 2.1.2 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 SOP organisasi
 - 2.2.2 Alat tulis kantor
 - 2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma

(Tidak ada.)
 - 4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

- 2.1 M.70.MKT00.019.2 :Mengelola Momen Kebenaran (*Moment of Truth*)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Konsep pemetaan titik sentuh pelanggan (*customer touch point*)
- 3.1.2 Konsep cetak biru layanan
- 3.1.3 Konsep layanan (*service excellence*)

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Keterampilan menggunakan komputer/laptop/*handphone*
- 3.2.2 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Detil dalam membaca komentar pelanggan
- 4.2 Cermat dalam mengantisipasi risiko reputasi organisasi yang didapat dalam lingkungan daring

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan dalam merumuskan standar respon untuk keadaan biasa pada prosedur operasional

KODE UNIT : M.70MKT00.027.2

JUDUL UNIT : Menyusun Pelayanan yang Khas Berdasarkan Merek organisasi (*Branded Service*)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menyusun pelayanan yang khas yang didasarkan pada merek organisasi (*branded service*).

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menerjemahkan karakter merek organisasi	1.1 Segmentasi konsumen dan target pasar organisasi diidentifikasi sesuai citra merek organisasi. 1.2 Penempatan posisi (<i>positioning</i>), dan pembeda (<i>differentiation</i>) dari organisasi diidentifikasi berdasarkan citra merek organisasi. 1.3 Nilai-nilai utama karakter merek dijabarkan dalam program pelayanan organisasi.
2. Mengintegrasikan karakter merek terhadap layanan organisasi	2.1 Elemen-elemen pelayanan yang mungkin dimodifikasi dipetakan berdasarkan prosedur layanan. 2.2 Skema penerapan karakter merek dalam elemen pelayanan utama dijabarkan dalam prosedur pelayanan organisasi. 2.3 Komunikasi kepada pelanggan mengenai layanan dirancang sesuai merek organisasi.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar senior untuk menyusun pelayanan yang memiliki karakter/citra tertentu sesuai dengan merek organisasi.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat tulis kantor

- 2.1.2 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.3 Alat pengolah data
- 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data
 - 2.2.2 Data penjualan
 - 2.2.3 Dokumen informasi organisasi
 - 2.2.4 Dokumen informasi produk
 - 2.2.5 Media penyimpanan data
- 3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
- 4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
(Tidak ada.)
 - 4.2 Standar
(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

- 1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/ simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/ portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
 - 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
- 2. Persyaratan kompetensi
 - 2.1 M.70MKT00.019.2 : Mengelola Momen Kebenaran (*Moment of Truth*)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Teknik berpikir kreatif
 - 3.1.2 Pengetahuan pemasaran yang dalam dan luas
 - 3.1.3 Budaya organisasi
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Melakukan komunikasi
 - 3.2.2 Melakukan analisis
 - 3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Proaktif dalam mengumpulkan data, informasi dan gagasan dari berbagai sumber sebagai referensi dalam menerjemahkan karakter merek organisasi
 - 4.2 Kritis dan cermat dalam mengintegrasikan karakter merek terhadap layanan organisasi
 - 4.3 Bertanggung jawab mengelola kerja sama dalam tim
5. Aspek kritis
 - 5.1 Kecermatan dalam menjabarkan nilai-nilai utama karakter merek dalam program pelayanan organisasi
 - 5.2 Ketepatan dalam menjabarkan skema penerapan karakter merek dalam elemen pelayanan utama dalam prosedur pelayanan organisasi

KODE UNIT : M.70.MKT00.028.1

JUDUL UNIT : Memberikan Layanan Pelanggan Melalui Platform Digital

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam berkomunikasi dengan pelanggan secara daring guna merespon keluhan pelanggan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Berkomunikasi dengan pelanggan secara daring	1.1 Alat komunikasi digital digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan sesuai standar dan prosedur layanan pelanggan daring. 1.2 Komunikasi dengan pelanggan secara daring dilakukan dengan menggunakan bahasa yang sopan dan dalam waktu yang ditentukan. 1.3 Tata bahasa dan ejaan yang benar digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dalam format tulisan. 1.4 Peluang untuk memperbaiki layanan pelanggan diidentifikasi dan digunakan berdasarkan hasil komunikasi dengan pelanggan. 1.5 Kesetiaan pelanggan (<i>customer loyalty</i>) dipromosikan ketika berkomunikasi dengan pelanggan secara daring. 1.6 Permintaan pelanggan terhadap produk yang diperdagangkan (baik barang maupun jasa) dipantau dan diinfokan kepada pekerja untuk memastikan ketersediaan produk yang dibutuhkan pelanggan. 1.7 Interaksi dan umpan balik pelanggan didokumentasikan sesuai kebijakan dan prosedur organisasi. 1.8 Peringkat dan testimoni dari pelanggan diminta melalui alat komunikasi digital. 1.9 Saran untuk peningkatan layanan pelanggan disampaikan kepada staf terkait.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
2. Menanggapi kesulitan pelanggan secara daring	2.1 Kesulitan pelanggan diidentifikasi dan bantuan yang sesuai diberikan berdasarkan prosedur layanan organisasi. 2.2 Kekecewaan pelanggan diidentifikasi dan tindakan penyelesaian dilakukan secara tepat dan cepat. 2.3 Standar dan prosedur layanan pelanggan daring dipatuhi guna merespon keluhan pelanggan. 2.4 Keluhan pelanggan dirujuk kepada tenaga pemasar yang sesuai untuk ditindaklanjuti. 2.5 Sikap profesional dipertahankan selama interaksi daring dengan pelanggan berlangsung. 2.6 Potensi kesulitan pelanggan diidentifikasi dan dilaporkan ke pekerja yang sesuai untuk menghindari keluhan pelanggan di masa yang akan datang.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar junior yang masih perlu mendapat pengawasan dan bimbingan saat berkomunikasi dengan pelanggan melalui platform digital sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang ditetapkan organisasi.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1. Media komunikasi digital
 - 2.1.2. Dokumen informasi produk
 - 2.1.3. Alat pengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.1.1 Jaringan saluran komunikasi
 - 2.1.2 Media penyimpanan data
3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

- 4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
(Tidak ada.)
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan dan prosedur penanganan keluhan pelanggan
 - 4.2.2 Kebijakan dan prosesur layanan pelanggan

PANDUAN PENILAIAN

- 1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
 - 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
- 2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
- 3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Teknik komunikasi efektif
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menggunakan alat digital
 - 3.2.2 Melakukan analisis
 - 3.2.3 Melakukan penyimpanan dan pelaporan keluhan pelanggan
 - 3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Santun dalam berkomunikasi
 - 4.2 Aktif dalam komunikasi
 - 4.3 Teliti dalam mencatat keluhan
 - 4.4 Patuh terhadap kebijakan dan prosedur
 - 4.5 Berinisiatif dan mandiri dalam menggali wawasan terkait organisasi dan produk
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam melakukan komunikasi dengan pelanggan secara daring dengan menggunakan bahasa yang sopan dan dalam waktu yang ditentukan

KODE UNIT : M.70.MKT00.029.2

JUDUL UNIT : Mewujudkan Kepuasan Pelanggan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam memberikan pelayanan guna mewujudkan kepuasan pelanggan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menggali kebutuhan layanan pelanggan	1.1 Kebutuhan dasar pelanggan diidentifikasi berdasarkan respon pelanggan saat proses pelayanan. 1.2 Permintaan pelanggan dikonfirmasi ulang kepada pelanggan. 1.3 Layanan yang sesuai ditawarkan sesuai dengan informasi yang diberikan pelanggan. 1.4 Ekspektasi kinerja layanan diciptakan berdasarkan kebutuhan pelanggan.
2. Menyiapkan pelaksanaan layanan	2.1 Seluruh sarana penunjang pelaksanaan layanan dipersiapkan sesuai prosedur operasional. 2.2 Kebutuhan layanan pelanggan dikomunikasikan kepada seluruh personil yang terlibat.
3. Melaksanakan layanan prima	3.1 Layanan yang tepat sesuai permintaan pelanggan diberikan sesuai jangka waktu yang dijanjikan. 3.2 Elemen fisik dan/atau penampilan dijaga sesuai kebutuhan pelanggan. 3.3 Ketanggapan terhadap permintaan tambahan dari pelanggan dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 3.4 Empati terhadap pelanggan ditunjukkan melalui komunikasi verbal dan bahasa tubuh.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk menyiapkan layanan prima, melaksanakan layanan untuk pemenuhan kepuasan pelanggan, yang digunakan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan.
- 1.2 Kepuasan pelanggan adalah respon yang positif dari pelanggan terhadap produk yang diperdagangkan, baik barang maupun jasa, karena terpenuhinya harapan pelanggan.
- 1.3 Kebutuhan pelanggan adalah segala hal yang dilakukan pelanggan untuk dapat menyelesaikan masalah yang dihadapinya dengan cara membeli/menggunakan produk tertentu, baik barang ataupun jasa.
- 1.4 Layanan adalah sebuah paradigma dan komitmen dari organisasi untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi pelanggan yang senantiasa berubah.
- 1.5 Layanan prima adalah pelayanan yang dapat memberikan keuntungan, efisiensi pada organisasi, dan menciptakan pelanggan loyal.
- 1.6 Dimensi kualitas layanan meliputi:
 - 1.6.1 Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat.
 - 1.6.2 Kepercayaan (*assurance*), yaitu pengetahuan dan keramahan dari staf serta kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan.
 - 1.6.3 Penampilan (*tangibles*), yaitu fasilitas fisik, peralatan, dan tampilan dari staf.
 - 1.6.4 Empati (*empathy*), yaitu perhatian secara pribadi yang diberikan tenaga pemasar kepada pelanggan.
 - 1.6.5 Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemauan untuk menolong pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu
- 1.7 Ruang lingkup unit kompetensi merupakan aktifitas *non-selling*.

2. Peralatan dan perlengkapan

- 2.1 Peralatan
(Tidak ada.)

2.2 Perlengkapan

(Tidak ada.)

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep kepuasan pelanggan

3.2 Keterampilan

3.2.1 Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan

3.2.2 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Perhatian pada kebutuhan pelanggan
 - 4.2 Proaktif dalam memberikan layanan

5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam mengidentifikasi kebutuhan dasar pelanggan berdasarkan respon pelanggan saat proses pelayanan

KODE UNIT : M.70.MKT00.030.1

JUDUL UNIT : Merencanakan Pengembangan Layanan ke Mancanegara

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menyusun rencana pengembangan layanan organisasi ke mancanegara.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Membangun standar layanan daring	1.1 Kebutuhan dan harapan terkait layanan pelanggan daring ditinjau secara berkala. 1.2 Praktik-praktik terbaik (<i>best practices</i>) dari berbagai sumber diteliti dan digunakan sebagai tolak ukur dalam mengembangkan standar layanan pelanggan daring. 1.3 Masukan untuk mengembangkan standar layanan pelanggan daring diminta dari berbagai pihak. 1.4 Layanan pelanggan daring yang sejalan dengan kebijakan organisasi, prosedur, dan nilai merek (<i>brand values</i>) dikembangkan secara berkala mengikuti kondisi pasar terkini. 1.5 Titik interaksi (<i>touch points</i>) layanan pelanggan daring ditentukan dan teknologi komunikasi yang diperlukan diidentifikasi berdasarkan proses layanan. 1.6 Performa metriks ditentukan untuk mengevaluasi standar layanan pelanggan. 1.7 Syarat hukum dan etika dipertimbangkan dalam standar layanan pelanggan daring. 1.8 Ketetapan/konsistensi antara standar layanan pelanggan daring dan luring dipastikan mengikuti prosedur operasional organisasi.
2. Melaksanakan dan mengawasi standar layanan pelanggan daring	2.1 Standar dan harapan layanan pelanggan daring dikomunikasikan pada pihak yang terlibat. 2.2 Ketersediaan sumber daya dipastikan oleh manajemen. 2.3 Tingkat layanan pelanggan diawasi oleh atasan. 2.4 Tanggapan dan dukungan diberikan

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	kepada anggota tim atau staf terkait guna meningkatkan standar layanan pelanggan daring. 2.5 Penyelesaian masalah dengan pelanggan dipertanggungjawabkan sesuai prosedur operasional.
3. Meninjau ulang standar layanan pelanggan secara daring	3.1 Tanggapan, evaluasi, dan keluhan pelanggan ditinjau untuk menilai layanan pelanggan daring. 3.2 Metrik kinerja digunakan untuk mengevaluasi standar layanan pelanggan. 3.3 Umpan balik pelanggan dikomunikasikan dengan tim kerja dan kesempatan untuk mengembangkan layanan didiskusikan. 3.4 Masalah teknologi dan sumber daya yang berdampak pada layanan pelanggan diatasi secepatnya. 3.5 Standar layanan pelanggan disesuaikan berdasarkan umpan balik.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar senior dimana mereka telah dapat bekerja secara mandiri maupun bersama-sama dan bertanggung jawab untuk menyusun rencana pengembangan layanan organisasi ke luar negeri.
- 1.2 Rencana pengembangan layanan disusun dengan menggunakan metoda kualitatif dan/atau kuantitatif.
- 1.3 Rencana pengembangan layanan dapat berupa rencana jangka pendek, rencana jangka menengah maupun rencana jangka panjang.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Alat tulis kantor
- 2.1.2 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.3 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data
- 2.2.2 Data penjualan
- 2.2.3 Dokumen informasi organisasi
- 2.2.4 Dokumen informasi produk
- 2.2.5 Media penyimpanan data
- 2.2.6 Dokumen informasi negara tujuan

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

- 4.1.1 Hukum perdagangan internasional
- 4.1.2 Etika bisnis internasional

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

- 2.1 M.70.MKT00.019.2 : Mengelola Momen Kebenaran (*Moment of Truth*)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Teknik berpikir kreatif
 - 3.1.2 Pemasaran dan perdagangan internasional
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Melakukan komunikasi
 - 3.2.2 Melakukan analisis
 - 3.2.3 Menguasai bahasa asing
 - 3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Proaktif dalam mengumpulkan data, informasi dan gagasan dari berbagai sumber sebagai referensi dalam merancang pengembangan layanan ke mancanegara
 - 4.2 Kreatif dalam menciptakan dan mengembangkan ide-ide layanan yang aplikatif di luar negeri
 - 4.3 Bertanggung jawab mengelola kerja sama dalam tim
5. Aspek kritis
 - 5.1 Kecermatan dalam mengembangkan layanan pelanggan daring yang sejalan dengan kebijakan organisasi, prosedur, dan nilai merek (*brand values*) secara berkala mengikuti kondisi pasar terkini

KODE UNIT : M.70MKT00.031.2

JUDUL UNIT : Menyusun Rencana Aktifitas Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam merencanakan aktivitas penjualan, mempersiapkan telepon penjualan, dan melaksanakan pengelolaan teritori.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Merencanakan aktivitas penjualan	1.1 Aktivitas penjualan untuk pelanggan yang ada dan potensial direncanakan sesuai dengan rencana pemasaran atau sistem organisasi lainnya. 1.2 Proses perencanaan penjualan disusun berdasarkan informasi bisnis, pelanggan dan pasar yang valid dan handal. 1.3 Prospek penjualan diidentifikasi dari profil pelanggan. 1.4 Peluang penjualan yang inovatif dicari dan dievaluasi secara proaktif, sedangkan teknologi dan media baru dimanfaatkan sesuai dengan strategi organisasi. 1.5 Potensi pendapatan diperkirakan, berdasarkan analisis informasi dan berkonsultasi dengan rekan kerja yang terkait. 1.6 Aktivitas direncanakan berdasarkan pola panggilan penjualan praktis yang maksimal untuk memenuhi target individu dan tim.
2. Mempersiapkan panggilan penjualan	2.1 Panggilan penjualan dilakukan sesuai dengan pola panggilan yang disepakati manajemen organisasi. 2.2 Strategi dan taktik panggilan penjualan dikembangkan berdasarkan pengetahuan pasar, fokus penjualan saat ini, dan konsultasi dengan rekan kerja. 2.3 Informasi dan materi pendukung dikumpulkan untuk mendukung panggilan penjualan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
3. Melaksanakan pengelolaan teritori	3.1 Teritori yang menjadi tanggungjawab pekerjaannya dipetakan berdasarkan strategi organisasi.
	3.2 Prioritas pelanggan ditentukan berdasarkan teritori.
	3.3 Rencana kunjungan ditentukan berdasarkan teritori.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga penjualan operasional yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas untuk menyusun rencana aktifitas penjualan kegiatan penjualan agar dapat memenuhi tuntutan operasional dan kebutuhan pelanggan.
 - 1.2 Profil pelanggan dapat berupa namun tidak terbatas pada demografi, lokasi, daya beli, tingkat pendapatan.
 - 1.3 Konsultasi dari rekan yang terkait, baik dari internal organisasi, (seperti bagian pemasaran, merek dan layanan) atau pihak eksternal organisasi (seperti rekan dari organisasi lain dalam industri yang sama).
 - 1.4 Pola panggilan yang dimaksud dapat berupa panduan SOP, instruksi kerja dalam melakukan panggilan.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Alat pengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen produk
 - 2.2.2 Dokumen kebijakan dan prosedur organisasi terkait penjualan
 - 2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Kode etik penjualan
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait penjualan
 - 4.2.2 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait promosi dan program loyalitas pelanggan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
 - 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Fitur dan manfaat (*benefit*) produk
 - 3.1.2 Data target pasar
 - 3.1.3 Informasi pesaing dalam industri yang sama
 - 3.3 Keterampilan
 - 3.2.2 Mengumpulkan data dan informasi

- 3.2.3 Menyusun rencana kerja
- 3.2.4 Komunikasi efektif baik lisan dan tertulis
- 3.2.5 Mencari ide kreatif dan inovatif
- 3.2.6 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Kreatif dalam mencari peluang penjualan
- 4.2 Proaktif dalam mencari dan menggali informasi
- 4.3 Teliti dalam membuat rencana yang terstruktur
- 4.4 Terbuka menerima ide, masukan dan saran dari rekan kerja
- 4.5 Kesigapan dalam mengambil tindakan korektif sesuai wewenangnya

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan memperkirakan potensi pendapatan berdasarkan analisis informasi dan berkonsultasi dengan rekan kerja yang terkait.
- 5.2 Ketepatan dalam memetakan teritori yang menjadi tanggung jawab pekerjaannya berdasarkan strategi organisasi.

KODE UNIT : M.70MKT00.032.1

JUDUL UNIT : Mencapai Target Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menentukan target penjualan dan faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian target penjualan, serta mencapai target penjualan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menentukan target penjualan	1.1 Target penjualan tim dengan personel yang relevan diidentifikasi dari rencana penjualan. 1.2 Target penjualan pribadi dalam penjualan dianalisis sesuai dengan strategi organisasi. 1.3 Secara teratur kemajuan menuju target penjualan dipantau secara berkala. 1.4 Faktor umum yang mendukung atau menghalangi penjualan dianalisis oleh manajemen organisasi.
2. Menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian target penjualan	2.1 Faktor-faktor yang memengaruhi kinerja penjualan terhadap target penjualan dievaluasi bersama dengan manajemen organisasi. 2.2 Kendala-kendala yang akan memengaruhi pencapaian target penjualan dianalisis bersama dengan manajemen organisasi. 2.3 Target penjualan baru dibuat berdasarkan evaluasi pencapaian.
3. Mencapai target penjualan	3.1 Hasil penjualan dari tenaga penjualan yang kurang berkinerja dengan pelanggan dianalisis untuk perbaikan kemajuan. 3.2 Kemungkinan berbagai alternatif peluang penjualan ditingkatkan sesuai dengan kondisi terkini. 3.3 Kemajuan penjualan dari tim penjualan dilaporkan kepada atasan yang relevan.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga penjualan operasional yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas untuk melihat dan mengevaluasi hasil pencapaian penjualannya, sehingga dapat diketahui kemajuannya.
- 1.2 Target penjualan ditentukan berdasarkan jangka waktu tertentu baik secara harian, mingguan bulanan, triwulan, semester dan tahunan berupa nilai rupiah dan jumlah produk.
- 1.3 Proses pencapaian target penjualan dicatat bersamaan dengan persentase peningkatan maupun kekurangannya dengan alasan-alasan kendala yang dihadapi di lapangan sebagai bahan evaluasi.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Alat tulis kantor
- 2.1.2 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.3 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Laporan penjualan
- 2.2.2 Laporan kunjungan atau presentasi
- 2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

- 4.1.1 Kode etik dalam proses penjualan yang sesuai kebijakan perusahaan

4.2 Standar

- 4.2.1 Kebijakan dan prosedur perusahaan dalam pembuatan laporan

- 4.2.2 Kebijakan dan prosedur perusahaan dalam pengembangan kinerja untuk peningkatan pencapaian target penjualan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Memahami pembuatan laporan penjualan dengan benar
- 3.1.2 Mengenali kendala-kendala yang berkaitan dengan pencapaian target penjualan

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Berfikir secara kritis terhadap permasalahan
- 3.2.2 Mencari solusi terhadap permasalahan dalam aktifitas penjualan
- 3.2.3 Berkomunikasi dengan baik kepada atasan dan rekan kerja
- 3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Kecermatan dalam mencari tahu faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian target penjualan

- 4.2 Kedisiplinan dalam pembuatan laporan penjualan secara benar
- 4.3 Sikap positif dalam berkomunikasi kepada atasan dan rekan dalam rangka pencapaian target penjualan
- 5. Aspek kritis
 - 5.1 Kecermatan mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi kinerja penjualan terhadap target penjualan bersama dengan manajemen organisasi.

KODE UNIT : M.70MKT00.033.1

JUDUL UNIT : Mengembangkan Pengetahuan Produk (Barang/Jasa)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam memperoleh pengetahuan tentang produk, menerjemahkan pengetahuan produk menjadi manfaat dan mengevaluasi produk pesaing.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mencari informasi dan pengetahuan tentang produk	1.1 Sumber informasi tentang produk diidentifikasi sesuai prosedur organisasi. 1.2 Fitur utama, tujuan dan penggunaan produk diidentifikasi dari panduan spesifikasi produk. 1.3 Kekuatan dan kelemahan produk diidentifikasi dari informasi yang relevan. 1.4 Jaminan dan dukungan layanan diidentifikasi secara detail.
2. Menerjemahkan pengetahuan produk menjadi manfaat	2.1 Daya Tarik dari fitur produk diinterpretasikan sesuai kebutuhan pelanggan. 2.2 Manfaat dan fitur produk yang kritikal dijelaskan sesuai prosedur organisasi. 2.3 Manfaat produk bagi pembeli dipresentasikan sesuai prosedur organisasi.
3. Mengevaluasi produk pesaing	3.1 Sumber informasi produk pesaing diidentifikasi dari berbagai sumber yang relevan. 3.2 Fitur, keunggulan, kekuatan dan kelemahan produk dibandingkan dengan produk pesaing. 3.3 Kelebihan produk organisasi dibandingkan dengan produk pesaing dikomunikasikan kepada pembeli.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga penjualan operasional yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas untuk mengembangkan pengetahuan produk agar dapat memenuhi tuntutan operasional dan kebutuhan pelanggan.
- 1.2 Fitur produk dapat mencakup hal, namun tidak terbatas pada: spesifikasi teknis, kadaluarsa, jenis, tipe, warna, varian, keunggulan, kelemahan, layanan, garansi, dll.
- 1.3 Manfaat produk dapat berupa sesuatu yang dirasakan atau didapatkan pelanggan apabila mendapatkan, memiliki, menguasai, memakai, menggunakan produk yang ditawarkan. Dapat berupa manfaat eksplisit dan implisit.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Alat tulis kantor
- 2.1.2 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.3 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur organisasi terkait pemasaran, merek, penjualan, layanan dan komunikasi produk
- 2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada).

4. Norma dan standar

4.1 Norma

- 4.1.1 Kode etik dalam komunikasi bisnis

4.2 Standar

- 4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait komunikasi produk

4.2.2 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait promosi produk

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Mengenai fitur dan benefit produk, termasuk kelemahan dan kelebihan
- 3.1.2 Mengenai fitur dan *benefit* produk pesaing
- 3.1.3 Jaminan dan layanan purna jual terkait produk

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Melakukan komunikasi persuasif lisan dan tulisan
- 3.2.2 Menanggapi respon negatif dari orang lain
- 3.2.3 Berkomunikasi dengan bahasa tubuh
- 3.2.4 Menggali informasi terkait kelemahan dan kelebihan produk pesaing
- 3.2.5 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Kecermatan dalam mencari informasi produk
- 4.2 Sabar dalam menganggapi respon dari pelanggan
- 4.3 Sikap positif dalam mengkomunikasikan fitur dan manfaat (*benefit*) produk

5. Aspek kritis

- 5.1 Menjelaskan manfaat dan fitur produk yang kritikal sesuai prosedur organisasi.

KODE UNIT : M.70MKT00.034.1

JUDUL UNIT : Melaksanakan Prospek Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menggunakan teknik *prospecting* untuk kualifikasi prospek, mencatat proses dan hasil kegiatan *prospecting* dan membuat laporan kegiatan *prospecting*.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menggunakan teknik <i>prospecting</i> untuk kualifikasi prospek	1.1 Kelemahan, kekuatan dan batasan diperiksa dari berbagai teknik <i>prospecting</i> . 1.2 Teknik <i>prospecting</i> dipilih sesuai dengan karakteristik produk dan pasar 1.3 Target prospek baru, aktif dan lampau ditentukan sesuai dengan teknik terpilih. 1.4 Kriteria kualifikasi prospek ditetapkan menurut aksesibilitas, motif, kemampuan pembeli, otoritas keputusan beli, dan kebijakan produk.
2. Mencatat proses dan hasil kegiatan <i>prospecting</i>	2.1 Bentuk dan cara dokumentasi prospek ditetapkan sesuai prosedur organisasi. 2.2 Dokumentasi prospek dipelihara secara berkesinambungan. 2.3 Efektifitas dan efisiensi dokumentasi prospek ditingkatkan secara berkala.
3. Membuat laporan prospek	3.1 Sistem pelaporan dan prosedur terkait dilaksanakan secara berkala dengan efektif dan efisien. 3.2 Laporan rutin prospek beserta dokumentasinya dilaporkan kepada pihak yang relevan. 3.3 Teknologi dan sistem digital digunakan sesuai dengan infrastruktur organisasi. 3.4 Skala prioritas dan pembagian waktu digunakan dalam penyelesaian laporan.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga penjualan operasional yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas untuk melaksanakan prospek penjualan agar dapat memenuhi tuntutan operasional dan kebutuhan pelanggan.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.2 Alat tulis kantor
- 2.1.3 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Dokumen daftar prospek
- 2.2.2 Dokumen kebijakan dan prosedur organisasi terkait penjualan
- 2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

- 4.1.1 Kode etik penjualan

4.2 Standar

- 4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait penjualan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Data target pasar
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Mengumpulkan data dan informasi
 - 3.2.2 Menyusun rencana kerja
 - 3.2.3 Komunikasi efektif baik lisan dan tertulis
 - 3.2.4 Mencari ide kreatif dan inovatif
 - 3.2.5 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Kreatif dalam mencari peluang penjualan
 - 4.2 Proaktif dalam mencari dan menggali informasi
 - 4.3 Teliti dalam membuat rencana yang terstruktur
 - 4.4 Terbuka menerima ide, masukan dan saran dari rekan kerja
 - 4.5 Kesigapan dalam mengambil tindakan korektif sesuai wewenangnya
5. Aspek kritis
 - 5.1 Kecermatan dalam menetapkan kriteria kualifikasi prospek menurut aksesibilitas, motif, kemampuan pembeli, otoritas keputusan beli, dan kebijakan produk

KODE UNIT : M.70MKT00.035.1

JUDUL UNIT : Membangun Relasi Pelanggan dan Jejaring Bisnis

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam memulai komunikasi interpersonal dengan pelanggan, menetapkan strategi manajemen hubungan pelanggan, menjaga dan meningkatkan hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan dan membangun dan memelihara jaringan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Memulai komunikasi interpersonal dengan klien	1.1 Gaya dan metode komunikasi pelanggan yang disukai diidentifikasi dan digunakan oleh tenaga pemasar. 1.2 Proses komunikasi lisan, tulisan dan bahasa tubuh digunakan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan. 1.3 Umpan balik positif kepada pelanggan ditawarkan untuk peluang tindak lanjut. 1.4 Komunikasi dua arah dilakukan dengan pertanyaan terbuka. 1.5 Potensi hambatan komunikasi efektif dengan pelanggan diidentifikasi untuk tindak lanjut. 1.6 Proses komunikasi dilakukan berdasarkan kebutuhan, preferensi dan harapan pelanggan.
2. Menetapkan pendekatan dalam hubungan kepada pelanggan	2.1 Tujuan loyalitas pelanggan dikembangkan yang berfokus pada pengembangan kemitraan bisnis jangka panjang. 2.2 Komunikasi interpersonal dilakukan berdasarkan informasi profil pelanggan. 2.3 Pendekatan loyalitas pelanggan dikembangkan dengan tujuan menarik dan mempertahankan pelanggan sesuai dengan panduan organisasi. 2.4 Standar layanan diterapkan dalam hubungan dengan pelanggan.
3. Menjaga dan meningkatkan hubungan yang berkelanjutan dengan	3.1 Tingkat kepuasan hubungan dengan pelanggan dievaluasi prosesnya untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
klien	3.2 Kualitas hubungan dengan pelanggan dikembangkan untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan.
4. Membangun dan memelihara jejaring bisnis	4.1 Kontak bisnis dilakukan secara berkala. 4.2 Metode pertukaran informasi dikembangkan dengan jejaring bisnis. 4.3 Penyebaran informasi dilakukan ke jejaring bisnis.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk Tenaga Pemasar yang membangun relasi pelanggan dan jejaring bisnis agar dapat memenuhi tuntutan operasional dan kebutuhan pelanggan.
 - 1.2 Bahasa tubuh dapat berupa dan tidak terbatas pada mimik muka, gerakan tangan, gerakan tubuh, cara duduk, cara berdiri, intonasi berbicara.
 - 1.3 Jejaring bisnis dapat berupa, namun tidak terbatas pada, distributor, pemasok, waralaba, pengecer, agen, pelanggan.
 - 1.4 Komunikasi interpersonal yang dimaksud yaitu cara berkomunikasi dengan pelanggan secara lisan dan tertulis berdasarkan tipe pelanggan.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Alat pengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen produk
 - 2.2.2 Dokumen kebijakan dan prosedur organisasi terkait penjualan
 - 2.2.3 Dokumen jejaring bisnis
 - 2.2.4 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Kode etik penjualan
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait penjualan
 - 4.2.2 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait promosi dan program loyalitas pelanggan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
 - 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Tipe komunikasi pelanggan
 - 3.1.2 Data target pasar
 - 3.1.3 Informasi pesaing dalam industri yang sama
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Kemampuan mengumpulkan data dan informasi

- 3.2.2 Komunikasi efektif baik lisan dan tertulis
- 3.2.3 Mencari ide kreatif dan inovatif
- 3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Kreatif dalam mencari peluang penjualan
- 4.2 Proaktif dalam mencari dan menggali informasi
- 4.3 Teliti dalam membuat rencana yang terstruktur
- 4.4 Terbuka menerima ide, masukan dan saran dari rekan kerja
- 4.5 Kesigapan dalam mengambil tindakan korektif sesuai wewenangnya

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan dalam melakukan komunikasi dua arah dilakukan dengan pertanyaan terbuka

KODE UNIT : M.70MKT00.036.2

JUDUL UNIT : Melaksanakan Keterampilan Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam membuka percakapan dengan calon pelanggan potensial, mengidentifikasi kebutuhan calon pelanggan potensial, melakukan presentasi penjualan, merespon keberatan pelanggan, melakukan negosiasi, mendapatkan komitmen pembelian dan melaporkan aktifitas penjualan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Membuka percakapan dengan calon pelanggan potensial	1.1 Nama, jabatan, serta organisasi tempat bekerja diperkenalkan pada awal percakapan. 1.2 Tujuan pertemuan penjualan disampaikan dengan jelas. 1.3 Percakapan pembuka dilakukan agar suasana kondusif tercipta.
2. Melaksanakan penggalian (<i>probing</i>) kebutuhan terhadap calon pelanggan potensial	2.1 Teknik identifikasi kebutuhan pelanggan dilakukan dengan pertanyaan seputar situasi, masalah, dan dampak dari masalah. 2.2 Solusi penjualan disampaikan sesuai kebutuhan pelanggan.
3. Melaksanakan presentasi penjualan	3.1 Tipe dan jenis presentasi yang akan disampaikan ditentukan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 3.2 Berbagai perlengkapan dalam penjelasan produk disiapkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 3.3 Pesan utama disampaikan sesuai tujuan presentasi.
4. Melaksanakan penanganan terhadap keberatan pelanggan	4.1 <i>Feature, Advantage, Benefit</i> (FAB) dari produk/jasa disebutkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 4.2 Hal yang menjadi keberatan pelanggan dijawab dengan menyebutkan nilai (<i>value</i>) yang terdapat pada produk/jasa yang ditawarkan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
5. Melaksanakan negosiasi	5.1 Skenario untuk negosiasi penjualan disiapkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 5.2 Tata cara dan taktik negosiasi kepada pelanggan diterapkan sesuai dengan prosedur organisasi. 5.3 Hal yang menjadi perhatian bagi pelanggan diakomodasi sehingga tercapai solusi yang saling menguntungkan (<i>win-win solution</i>).
6. Memfasilitasi komitmen pembelian	6.1 Waktu dan tanda-tanda verbal dan nonverbal yang tepat diidentifikasi untuk penutupan penjualan (<i>closing</i>). 6.2 Teknik untuk penutupan penjualan diterapkan sesuai dengan prosedur.
7. Melaporkan aktifitas penjualan	7.1 Metode, langkah-langkah dan hasil kegiatan penjualan dievaluasi untuk kepentingan kegiatan berikutnya. 7.2 Laporan penjualan disiapkan sesuai dengan prosedur organisasi. 7.3 Laporan diberikan kepada bagian pemasaran yang relevan sebagai bahan analisis pasar.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar yang melaksanakan keterampilan penjualan agar dapat memenuhi tuntutan operasional dan kebutuhan pelanggan.
 - 1.2 Tipe presentasi yang digunakan dapat berupa, namun tidak terbatas pada menyampaikan informasi, melakukan persuasi, atau sekedar memberikan hiburan.
 - 1.3 Perlengkapan penjelesan produk dapat berupa, brosur produk, media presentasi, dan produk yang ditawarkan.
 - 1.4 Pesan utama yang dimaksud antara lain, namun tidak terbatas pada penawaran produk, pembaruan teknologi ataupun fitur pada produk yang akan dibeli, layanan tambahan yang didapatkan.

- 1.5 Waktu dan tanda-tanda verbal ataupun nonverbal penutupan penjualan yang dimaksud dapat berupa mimik muka, bahasa tubuh, cara berbicara, pertanyaan dan lain-lain.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Alat pengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen produk
 - 2.2.2 Dokumen kebijakan dan prosedur organisasi terkait penjualan
 - 2.2.3 Media penyimpanan data
3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Kode etik penjualan
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait penjualan
 - 4.2.2 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait promosi dan program loyalitas pelanggan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Mengenai fitur dan manfaat (*benefit*) produk
 - 3.1.2 Data target pasar
 - 3.1.3 Informasi pesaing dalam industri yang sama
 - 3.1.4 Teknik penutupan penjualan sesuai prosedur
 - 3.1.5 Tata cara dan taktik negosiasi
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Mengumpulkan data dan informasi
 - 3.2.2 Menyusun rencana kerja
 - 3.2.3 Komunikasi efektif baik lisan dan tertulis
 - 3.2.4 Menggali informasi dengan bertanya
 - 3.2.5 Mengidentifikasi waktu dan tanda-tanda pembelian
 - 3.2.6 Menggunakan *shopping list* dalam proses negosiasi penjualan
 - 3.2.7 Mencari ide kreatif dan inovatif
 - 3.2.8 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Kreatif dalam mencari peluang penjualan
 - 4.2 Proaktif dalam mencari dan menggali informasi
 - 4.3 Terbuka menerima ide, masukan dan saran dari rekan kerja
 - 4.4 Kesigapan dalam mengambil tindakan korektif sesuai wewenangnya

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan dalam menjelaskan *feature, advantage, benefit* (FAB) dari produk/jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan
- 5.2 Ketepatan dalam mengakomodasi hal yang menjadi perhatian bagi pelanggan sehingga tercapai solusi yang saling menguntungkan (*win-win solution*)

KODE UNIT : M.70MKT00.037.1

JUDUL UNIT : Mengelola Penjualan Melalui Sarana Telepon (Telesales)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menyiapkan aktifitas, mengimplementasikan rencana aktifitas penjualan melalui sarana telepon (*telesales*), merespon terhadap tanggapan negatif pelanggan, menutup, menyelesaikan penjualan dan mendokumentasikan hasil aktifitas penjualan melalui sarana telepon (*telesales*).

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menyiapkan aktifitas penjualan melalui sarana telepon (<i>telesales</i>)	1.1 Detil rencana aktifitas didiskusikan dengan anggota tim lainnya sesuai dengan panduan organisasi terkait. 1.2 Target dan batasan-batasan operasional didiskusikan dengan pihak yang relevan. 1.3 Literasi teknologi dan digital ditingkatkan berdasarkan strategi organisasi. 1.4 Rencana pencapaian target ditetapkan berdasarkan strategi organisasi. 1.5 Kriteria harapan dan keberhasilan aktifitas penjualan melalui sarana telepon (<i>telesales</i>) diidentifikasi berdasarkan data yang ada. 1.6 Regulasi dan kode etik profesi dipatuhi sesuai norma dan standar.
2. Mengimplementasikan rencana aktifitas penjualan melalui sarana telepon (<i>telesales</i>)	2.1 Hubungan penjualan dengan pelanggan dibangun dengan cara yang tepat dan efisien. 2.2 Percakapan penjualan dilakukan sesuai dengan panduan dan prosedur dalam membina hubungan pelanggan organisasi. 2.3 Pertanyaan dan kebutuhan peserta direspon secara profesional sesuai dengan kaidah mendengarkan aktif. 2.4 Fitur dan manfaat produk diinformasikan dengan jelas sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	2.5 Panduan membina hubungan pelanggan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. 2.6 Respon dan sinyal beli diidentifikasi dari pelanggan. 2.7 Minat beli pelanggan dibangun menjadi peluang penjualan. 2.8 Permintaan dan kebutuhan pelanggan yang tidak terpenuhi diinformasikan kepada pihak terkait sesuai dengan prosedur dan kebijakan organisasi.
3. Merespon terhadap tanggapan negatif pelanggan	3.1 Tanggapan negatif terhadap produk dan organisasi direspon positif dengan fitur dan manfaat. 3.2 Respon terhadap isu personal dan tidak relevan dilakukan dengan sopan santun. 3.3 Batas toleransi dari organisasi mengenai respon negatif diidentifikasi berdasarkan kebijakan organisasi. 3.4 Pembicaraan dan hubungan negatif diakhiri dengan segera sesuai dengan panduan dan prosedur organisasi. 3.5 Respon negatif diinformasikan secara tertulis pada pihak relevan. 3.6 Jawaban dan respon atas tanggapan negatif pelanggan dikembangkan sesuai dengan prosedur organisasi. 3.7 Suasana positif dalam pembicaraan selanjutnya dipelihara dalam pembinaan hubungan penjualan.
4. Menutup dan menyelesaikan penjualan	4.1 Penjualan ditutup dengan tepat dan efisien sesuai dengan peluang penjualan. 4.2 Detail transaksi penjualan dicatat sesuai dengan prosedur organisasi. 4.3 Prosedur pembayaran diinformasikan kepada pelanggan. 4.4 Tata cara penyerahan produk disetujui bersama dengan pelanggan. 4.5 Rekap transaksi penjualan, tata cara pembayaran dan penyerahan produk diinformasikan kepada pelanggan dan kepada pihak terkait untuk tindak lanjut.
5. Mendokumentasikan hasil aktifitas penjualan melalui	5.1 Catatan aktivitas didokumentasikan sesuai dengan prosedur organisasi. 5.2 Kesulitan dan hambatan dilaporkan

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
sarana telepon (<i>telesales</i>)	secara tertulis kepada pihak relevan. 5.3 Kinerja dan target aktivitas dievaluasi bersama tim untuk peningkatan di masa yang akan datang. 5.4 Kesalahan dan kelalaian yang terjadi didokumentasikan sesuai dengan prosedur organisasi.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga penjualan operasional yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas untuk mengelola kampanye penjualan melalui sarana telepon (*telesales*) agar dapat memenuhi tuntutan operasional dan kebutuhan pelanggan.
 - 1.2 Literasi teknologi dan digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi untuk membantu pekerjaan agar dapat dilaksanakan lebih efektif, efisien dan produktif.
 - 1.3 Prosedur pembayaran dapat berupa proses elektronik, otorisasi jarak jauh, petunjuk melakukan transfer pembayaran dan lain-lain proses yang dianjurkan oleh organisasi.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat pengolah data
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Alat pembayaran dan otorisasi elektronik
 - 2.1.4 Alat komunikasi
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur organisasi terkait penjualan
 - 2.2.2 Media penyimpanan data
3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

4.1.1 Kode etik penjualan

4.1.2 Kode etik dalam komunikasi bisnis

4.2 Standar

4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait penjualan penjualan melalui sarana telepon (*telesales*)

4.2.2 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait promosi dan program loyalitas pelanggan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Mengenai fitur dan manfaat (*benefit*) produk

3.1.2 Prosedur pembayaran elektronik

3.1.3 Informasi produk pesaing dalam industri yang sama

3.1.4 Struktur organisasi penjualan melalui sarana telepon (*telesales*) dan tanggung jawab

- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Melakukan komunikasi persuasif lisan
 - 3.2.2 Menanggapi respon negatif dari orang lain
 - 3.2.3 Mendokumentasikan kegiatan penjualan melalui sarana telepon (*telesales*)
 - 3.2.4 Numerasi dan berhitung
 - 3.2.5 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
- 4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Kreatif dalam mencari peluang pembelian pelanggan
 - 4.2 Sabar dalam menanggapi respon
 - 4.3 Teliti dalam membuat laporan kegiatan penjualan melalui sarana telepon (*telesales*)
- 5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam merespon pertanyaan dan kebutuhan peserta secara profesional sesuai dengan kaidah mendengarkan aktif

KODE UNIT : M.70MKT00.038.1

JUDUL UNIT : Memberikan Solusi Penjualan kepada Pelanggan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, menanggapi kebutuhan pelanggan, menutup penjualan, memasukkan catatan penjualan dan memberikan dukungan penjualan jika diperlukan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan	1.1 Penentuan persyaratan produk dan layanan ditanyakan kepada pelanggan secara detail. 1.2 Kebutuhan pelanggan disesuaikan dengan produk yang dimiliki. 1.3 Saran teknis dan informasi kepada pelanggan ditawarkan apabila saran tersebut dianggap bermanfaat untuk pengambilan keputusan pelanggan. 1.4 Batasan keuangan pelanggan diidentifikasi berdasarkan data yang didapatkan. 1.5 Perkiraan solusi produk dan layanan didiskusikan dengan tim sebelum diserahkan ke pelanggan.
2. Menanggapi kebutuhan pelanggan	2.1 Perkiraan penawaran produk kepada pelanggan dipersiapkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 2.2 Manfaat dijelaskan sepenuhnya kepada pelanggan dari berbagai opsi dan struktur harga. 2.3 Kesempatan diberikan kepada pelanggan untuk mempertanyakan pilihan penawaran yang tersedia. 2.4 Keuntungan bertransaksi dengan organisasi ditawarkan oleh tenaga pemasar. 2.5 Keberatan pelanggan ditangani secara efektif dengan memberikan keuntungan khusus.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
3. Menutup penjualan	3.1 Produk atau layanan yang akan dibeli dengan pelanggan disetujui oleh pelanggan sesuai dengan peraturan organisasi yang berlaku. 3.2 Pengaturan pembelian dan pembayaran pilihan pelanggan disepakati bersama. 3.3 Dokumentasi yang berkaitan dengan penjualan diteruskan kepada pelanggan untuk persetujuan dan tanda tangan. 3.4 Pengaturan pengiriman/pemasangan yang disetujui dengan pelanggan dicatat dengan jelas. 3.5 Ketentuan transaksi penjualan dilengkapi sesuai prosedur.
4. Memasukkan catatan penjualan	4.1 Detail penjualan, data pelanggan dan faktur penjualan dicatat dengan lengkap sesuai dengan prosedur organisasi. 4.2 Pengiriman atau pemberian produk atau layanan diatur sesuai dengan kebijakan organisasi.
5. Memberikan dukungan penjualan jika diperlukan	5.1 Kepuasan pelanggan diverifikasi setelah pengiriman/pemasangan. 5.2 Tindakan tambahan diidentifikasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. 5.3 Tindakan dilakukan secara efisien dan tepat waktu.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga penjualan operasional yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, menanggapi kebutuhan pelanggan, menutup penjualan, memasukkan catatan penjualan dan memberikan dukungan penjualan kepada pelanggan.
 - 1.2 Persyaratan kebutuhan produk dan layanan disesuaikan dengan kebutuhan, daya beli, metode pembayaran dan individu yang mengambil keputusan terhadap pembelian.
 - 1.3 Pengaturan pengiriman atau pemasangan mencakup kapan pelaksanaan, metode dan teknisnya serta hal-hal persiapan yang diperlukan.

1.4 Data penjualan meliputi detail penjualan, data pelanggan dan faktur penjualan dicatat sesuai dengan kebijakan organisasi.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Alat pengolah data

2.1.2 Alat tulis kantor

2.1.3 Alat pembayaran dan otorisasi elektronik

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Brosur produk

2.2.2 Formulir pemesanan

2.2.3 Surat pengiriman barang

2.2.4 Dokumen prosedur penjualan dalam melayani pelanggan mulai dari menggali

2.2.5 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

4.1.1 Kode etik dalam komunikasi bisnis

4.2 Standar

4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait komunikasi produk

4.2.2 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait promosi produk

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Mengenai fitur dan manfaat (*benefit*) produk, termasuk kelemahan dan kelebihanannya
 - 3.1.2 Memahami perhitungan kredit dari berbagai bank yang tersedia
 - 3.1.3 Jaminan dan layanan purna jual terkait produk
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Berkomunikasi persuasif lisan dan tulisan
 - 3.2.2 Menanggapi respon pertanyaan tentang produk secara baik
 - 3.2.3 Berkomunikasi dengan Bahasa tubuh yang meyakinkan
 - 3.2.4 Memberikan masukan yang terbaik kepada pelanggan dalam pemilihan produk yang dibeli
 - 3.2.5 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Kreatifitas dalam menggali kebutuhan pelanggan
 - 4.2 Sabar dalam menganggapi respon dari pelanggan
 - 4.3 Sikap positif dalam mengkomunikasikan fitur dan manfaat (*benefit*) produk
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam menangani keberatan pelanggan secara efektif dengan memberikan keuntungan khusus

KODE UNIT : M.70MKT00.039.1

JUDUL UNIT : Mengelola Proses Aplikasi Kredit

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengevaluasi aplikasi kredit, memproses pengajuan kredit, menegosiasikan detail permohonan kredit, dan mengatur administrasi lengkap.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengevaluasi aplikasi kredit	1.1 Aplikasi ditinjau untuk menentukan jumlah kredit. 1.2 Catatan pelanggan yang ada untuk riwayat pembayaran dan status kredit diperiksa berdasarkan prosedur operasional organisasi. 1.3 Peringkat kredit pelanggan didapatkan sesuai dengan prosedur manajemen kredit.
2. Memproses pengajuan kredit	2.1 Aplikasi ditentukan sesuai dengan kebijakan organisasi, peraturan perundang-undangan, kode, dan standar yang relevan. 2.2 Solusi atau pilihan lain didiskusikan dengan pelanggan apabila permohonan kredit ditolak.
3. Menegosiasikan detail permohonan kredit	3.1 Pengaturan pembayaran dengan pelanggan disepakati bersama. 3.2 Pengaturan persetujuan kredit dijelaskan sesuai kebijakan organisasi.
4. Mengatur administrasi lengkap	4.1 Dokumentasi yang disyaratkan kepada pelanggan dilengkapi sesuai dengan kebijakan organisasi. 4.2 Pengaturan kredit dicatat sesuai dengan kebijakan organisasi. 4.3 Pengaturan pembayaran kredit dijelaskan kepada pelanggan sesuai dengan prosedur organisasi. 4.4 Komitmen pelanggan ditindaklanjuti secara teratur. 4.5 Masalah yang belum terselesaikan terkait pengajuan kredit secara efisien dan tepat waktu diselesaikan sesuai dengan prosedur organisasi.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga penjualan operasional yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas untuk membantu pelanggan yang membeli produk dengan metode pembayaran kredit.
- 1.2 Fasilitas kredit yang diberikan berdasarkan ketentuan dan prosedur yang berlaku dari pihak bank atau pihak ketiga dengan perusahaan.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Mesin *Electronic Data Capture* (EDC)
- 2.1.2 Alat tulis kantor
- 2.1.3 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Formulir aplikasi kredit
- 2.2.2 Tabel informasi persyaratan dan suku bunga kredit
- 2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

- 4.2.1 Kebijakan dan prosedur organisasi dalam pengajuan aplikasi kredit
- 4.2.2 Kebijakan dan prosedur perbankan yang berkaitan dengan transaksi kredit

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Dokumentasi persyaratan kredit
- 3.1.2 Perhitungan nilai kredit dari suatu produk

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Kemampuan komunikasi dalam memberikan Informasi penjelasan proses aplikasi kredit dengan baik kepada pelanggan
- 3.2.2 Kemampuan memberikan pelayanan yang baik dalam tahapan proses aplikasi kredit
- 3.2.3 Keterampilan memberikan alternatif solusi terhadap permasalahan yang berkaitan dengan aplikasi kredit
- 3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Sikap positif dalam berkomunikasi kepada pelanggan

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan penjelasan pengaturan persetujuan kredit sesuai kebijakan organisasi

KODE UNIT : M.70MKT00.040.1

JUDUL UNIT : Mengembangkan Cara Berpikir Kritis dan Kreatif

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengembangkan pola pikir kritis, mengembangkan ide dan tanggapan, tantang, uji, dan ciptakan kembali ide-ide, serta mengembangkan keahlian berpikir kreatif.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengembangkan pola pikir kritis	1.1 Kebiasaan mengajukan pertanyaan dikembangkan dari perspektif yang berbeda. 1.2 Berbagai sumber informasi yang kredibel dan relevan dikembangkan berdasarkan kebutuhan organisasi. 1.3 Pertanyaan utama atas masalah dan tantangan disusun sesuai dengan informasi dan ide terkumpul. 1.4 Kendala aktual dalam perumusan masalah ditentukan sesuai dengan kondisi terkini.
2. Menghasilkan ide dan tanggapan	2.1 Berbagai teknik berpikir kreatif digunakan untuk menghasilkan ide dan tanggapan. 2.2 Ide-ide terkait dengan tujuan diperiksa keabsahannya berdasarkan data yang ada. 2.3 Faktor penghambat untuk pemikiran kreatif diidentifikasi bersama dengan manajemen. 2.4 Realita di luar situasi terkait dipertimbangkan sesuai dengan kebutuhan organisasi. 2.5 Batasan dan kendala yang ada dievaluasi bersama dengan manajemen. 2.6 Kemauan mengambil resiko atas ide dan buah pikiran ditunjukkan untuk mendukung strategi organisasi. 2.7 Pengamatan, pengalaman, ide dan hasil refleksi diri didokumentasikan sesuai dengan prosedur organisasi.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	2.8 Pemikiran kontingensi dan intuisi dari pengalaman dipertimbangkan sesuai dengan topik pembahasan. 2.9 Hubungan dan pemikiran atas hal hal yang tidak relevan dikesampingkan berdasarkan topik pembahasan.
3. Menguji dan menciptakan kembali ide-ide	3.1 Asumsi di balik ide diidentifikasi bersama dengan manajemen. 3.2 Variasi solusi dan ide yang berbeda diidentifikasi bersama dengan manajemen. 3.3 Keabsahan, kehandalan dan kemungkinan penerapan ide dipertanyakan dengan cara yang tepat. 3.4 Pendapat dari orang lain dipertimbangkan sesuai dengan topik pembahasan. 3.5 Ide disampaikan dengan situasi yang dan sudut pandang yang berbeda.
4. Mengembangkan keahlian berpikir kreatif	4.1 Pola pikir dan bentuk tanggapan diidentifikasi terhadap situasi kerja dan kehidupan tertentu. 4.2 Pengukuran efektifitas ide baru , cara berfikir rasional dan <i>out-of-the-box</i> dikembangkan sesuai dengan kebutuhan organisasi. 4.3 Kesempatan berlatih dalam menguji teknik berpikir kreatif dilakukan pada berbagai situasi kerja dan kehidupan sehari-hari. 4.4 Teknik berbicara proaktif dikembangkan untuk berbagi cara dalam berpikir kreatif kepada lingkungan kerja.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga penjualan operasional yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas untuk mengembangkan cara berpikir kritis dan kreatif agar dapat memenuhi tuntutan operasional dan kebutuhan pelanggan.

2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat pengolah data
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur perusahaan terkait komunikasi internal jika ada
 - 2.2.2 Media penyimpanan data
3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Kode etik penjualan
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan dan prosedur perusahaan terkait penjualan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/ simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/ portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
 - 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Komunikasi efektif baik lisan dan tertulis

3.1.2 Menggali informasi dan menguji asumsi

3.1.3 Mencari hubungan dan kolerasi serta dampak atas sebuah tindakan yang akan dilakukan

3.1.4 Berbicara proaktif dalam mengembangkan cara berfikir kreatif dan inovatif di lingkungan kerja

3.2 Keterampilan

3.2.1 Komunikasi efektif baik lisan dan tertulis

3.2.2 Menggali informasi dan menguji asumsi

3.2.3 Mencari hubungan dan kolerasi serta dampak atas sebuah tindakan yang akan dilakukan

3.2.4 Berbicara proaktif dalam mengembangkan cara berfikir kreatif dan inovatif di lingkungan kerja

3.2.5 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

4.1 Kreatif dalam mencari peluang penjualan

4.2 Proaktif dalam mencari dan menggali informasi

4.3 Terbuka menerima ide, masukan dan saran dari rekan kerja

4.4 Kesigapan dalam mengambil tindakan korektif sesuai wewenangnya

5. Aspek kritis

5.1 Kecermatan dan ketepatan dalam menggunakan berbagai teknik berpikir kreatif untuk menghasilkan ide dan tanggapan

KODE UNIT : M.70MKT00.041.1

JUDUL UNIT : Mengelola Stres dalam Dinamika Tim Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengembangkan dan menerapkan strategi manajemen stres individu, mengembangkan strategi, teknik dan manajemen stres di dalam tim, menerapkan teknik manajemen stres dalam tim, mengembangkan strategi membangun tim dan moral, serta memantau dan mengukur tingkat stres di dalam tim.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengembangkan dan menerapkan strategi manajemen stres individu	1.1 Tanda-tanda dan sumber stres dikenali sedini mungkin. 1.2 Teknik pengelolaan stres yang sesuai diterapkan secara tepat. 1.3 Stamina dan ketahanan tubuh pribadi dijaga secara berkala. 1.4 Keseimbangan dilaksanakan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. 1.5 Manajemen stres dan waktu dilaksanakan secara konsisten.
2. Mengembangkan strategi teknik dan manajemen stres di dalam tim	2.1 Potensi sumber kelelahan dan stres di lingkungan kerja ditentukan berdasarkan kondisi kerja. 2.2 Teknik pengelolaan stres dalam tim dikembangkan sesuai kebijakan organisasi. 2.3 Teknik pencapaian <i>Key Performance Indicator</i> (KPI) dan prioritas pekerjaan dikembangkan secara berkala. 2.4 Dukungan diberikan dalam pengelolaan stres pada anggota tim. 2.5 Teknik untuk pengurangan, pengelolaan, penanganan stres dalam tim diterapkan secara konsisten. 2.6 Teknik pengelolaan stamina tubuh diterapkan secara efektif. 2.7 Teknik pemulihan anggota tim secara efektif diidentifikasi dari situasi stres atau sulit.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
3. Menerapkan teknik manajemen stres di dalam tim	3.1 Rutinitas kerja dan cara-cara terstruktur diterapkan untuk pengelolaan stres dan kelelahan dalam tim. 3.2 Teknik pengelolaan waktu yang tepat diterapkan secara praktis. 3.3 Program pelatihan dan pengembangan baik untuk individu atau anggota tim dilaksanakan sesuai jadwal kerja. 3.4 Cara praktis dan teknik pengelolaan waktu yang tepat dievaluasi secara teratur. 3.5 Kemauan tim dikembangkan secara konsisten terhadap sumber dukungan internal dan eksternal.
4. Mengembangkan strategi membangun tim dan moral	4.1 Teknik untuk melibatkan dan pengembangan anggota tim dikembangkan secara berkala. 4.2 Teknik komunikasi dalam tim diterapkan secara efektif. 4.3 Rapat tim dikelola secara efektif. 4.4 Dukungan lingkungan tim yang supportif dan responsif dikembangkan secara berkesinambungan. 4.5 Pekerjaan didelegasikan untuk pemberdayaan anggota tim.
5. Memantau dan mengukur tingkat stres di dalam tim	5.1 Kinerja staf dan individu terhadap <i>Key Performance Indicator</i> (KPI) dipantau secara berkala. 5.2 Variasi dan kesulitan yang berdampak pada persyaratan Kerja diidentifikasi sedini mungkin. 5.3 Situasi tingkat stres pada anggota tim dipantau secara berkala. 5.4 Tanda-tanda perilaku stres dalam anggota tim ditanggapi dengan positif. 5.5 Rencana dan hasil diskusi atas rencana tindakan didiskusikan dengan anggota tim yang relevan.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk Tenaga Pemasaran yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan untuk mengelola stres agar dapat memenuhi tuntutan operasional dan kebutuhan pelanggan.
- 1.2 Teknik manajemen waktu meliputi cara yang dipakai untuk mengelola waktu kerja, waktu pribadi dan skala prioritas dalam pekerjaan maupun dalam kehidupan sehari-hari.
- 1.3 Teknik manajemen stres meliputi cara-cara kondusif dan responsif yang dilakukan untuk meminimalkan dampak stres pada pekerjaan dan kehidupan sehari-hari.
- 1.4 Kebijakan organisasi dapat berupa SOP, Peraturan Perusahaan (PP), dan/atau Perjanjian Kerja Bersama (PKB).

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Alat pengolah data
- 2.1.2 Media penyimpanan data
- 2.1.3 Alat tulis kantor

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Dokumen penilaian kinerja
- 2.2.2 Dokumen kebijakan dan prosedur terkait pengembangan sumber daya manusia

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

- 4.1.1 Peraturan Perusahaan dan/atau Perjanjian Kerja Bersama (PKB)

4.2 Standar

4.2.1 Kebijakan dan prosedur perusahaan terkait kesehatan tenaga penjual

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Tanda-tanda dan sumber stres
- 3.1.2 Keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi
- 3.1.3 Potensi sumber kelelahan dan stres di lingkungan kerja
- 3.1.4 *Key Performance Indicator* (KPI)
- 3.1.5 Dukungan dalam pengelolaan stres
- 3.1.6 Teknik pengelolaan stamina tubuh
- 3.1.7 Pelatihan dan pengembangan diri dalam pengelolaan stress

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Menerapkan manajemen waktu
- 3.2.2 Menerapkan teknis pengelolaan keseimbangan kerja dan kehidupan sehari-hari
- 3.2.3 Komunikasi efektif baik lisan dan tertulis

3.2.4 Mengelola pencapaian *Key Performance Indicator* (KPI)

3.2.5 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

4.1 Teliti dalam membuat rencana yang terstruktur

4.2 Terbuka menerima ide, masukan dan saran dari rekan kerja

4.3 Teliti dalam mencari sumber kelelahan dan stres

5. Aspek kritis

5.1 Ketepatan dalam menentukan potensi sumber kelelahan dan stres di lingkungan kerja berdasarkan kondisi kerja

KODE UNIT : M.70MKT00.042.1

JUDUL UNIT : Mengembangkan Pola Komunikasi Efektif kepada Pemangku Kepentingan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melakukan komunikasi efektif dan konsisten kepada klien dan pelaku usaha, melakukan komunikasi dalam tim kerja, merespon terhadap hambatan komunikasi yang timbul dan melakukan dokumentasi sesuai keperluan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Melakukan komunikasi efektif dan konsisten kepada klien dan pelaku usaha	1.1 Komunikasi verbal dan non-verbal digunakan dengan tepat dalam membentuk kesepahaman. 1.2 Informasi disampaikan dengan jelas, mudah dimengerti dan cara penyampaian yang tepat. 1.3 Penggunaan peralatan komunikasi digital dan elektronik dioptimalkan sesuai kebutuhan. 1.4 Informasi atas kebutuhan, permintaan dan isu pelanggan ditindaklanjuti secara responsif. 1.5 Komunikasi dan pertukaran informasi dilakukan secara berkala sesuai kebutuhan dan panduan perusahaan. 1.6 Empati ditujukan kepada hambatan dan kesulitan mereka. 1.7 Privasi dan kerahasiaan dijunjung tinggi dalam berkomunikasi.
2. Melakukan komunikasi dalam tim kerja	2.1 Informasi atas instruksi dan tugas disimak dengan seksama. 2.2 Terminologi dan jargon digunakan secara tepat baik dalam komunikasi lisan, tertulis dan digital. 2.3 Pola dan hierarki komunikasi dipatuhi dalam berinteraksi dalam tim kerja.
3. Merespon hambatan komunikasi yang timbul	3.1 Hambatan dan halangan komunikasi diidentifikasi secara dini untuk tercapainya komunikasi yang efektif.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	3.2 Situasi konflik dan kebuntuan komunikasi diselesaikan dengan keterampilan berkomunikasi yang tepat.
4. Melakukan dokumentasi sesuai keperluan	4.1 Pengaturan dokumentasi atas komunikasi dipatuhi sesuai prosedur organisasi. 4.2 Agenda dan risalah rapat didokumentasikan dengan tepat. 4.3 Perhitungan dan kalkulasi rutin dilakukan sesuai kebutuhan.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer madya dan senior yang bertanggung jawab penuh dalam memimpin tim dapat bekerja dengan dukungan dan arahan strategik dari atasan agar terjalin komunikasi yang baik diantara tim penjual dengan pelanggan dan perusahaan.
 - 1.2 Pola hierarki dalam komunikasi dilaksanakan berdasarkan dari struktur organisasi perusahaan yang berlaku.
 - 1.3 Hambatan komunikasi yang timbul kepada pelanggan, maupun yang terjadi dalam tim, di dokumentasikan sesuai dengan aturan perusahaan.
 - 1.4 Komunikasi tidak terbatas pada komunikasi lisan dan tertulis, melainkan juga komunikasi melalui *platform video call*, media sosial, webinar, *video conference*, *virtual reality* dan *platform* digital lainnya.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat tulis kantor
 - 2.1.2 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur perusahaan terkait dalam penyelesaian hambatan komunikasi sesuai hierarki organisasi dalam perusahaan

2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan (Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

4.1.1 Kode etik dalam komunikasi bisnis

4.2 Standar

4.2.1 Struktur hierarki organisasi khususnya di bagian penjualan

4.2.2 Kebijakan dan prosedur perusahaan terkait penyelesaian kebuntuan komunikasi

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi (Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Pengelolaan tim untuk mencapai visi misi organisasi
- 3.1.2 Pemahaman terhadap struktur organisasi perusahaan berkaitan dalam proses penjualan
- 3.1.3 Pemahaman terhadap media komunikasi yang dipergunakan

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Melakukan komunikasi interpersonal
- 3.2.2 Melakukan evaluasi komunikasi dalam tim penjualan
- 3.2.3 Memberikan solusi terhadap situasi kebuntuan komunikasi
- 3.2.4 Mengambil keputusan saat menghadapi situasi yang sulit
- 3.2.5 Memberikan instruksi dan umpan balik yang konstruktif
- 3.2.6 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Tegas, lugas, dan sopan saat berkomunikasi dan berinteraksi dengan anggota tim, atasan dan pelanggan
- 4.2 Proaktif mengumpulkan informasi dari berbagai pihak untuk diteruskan secara tepat dan benar kepada yang berkepentingan

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan dalam menindaklanjuti informasi atas kebutuhan, permintaan dan isu pelanggan secara responsif

KODE UNIT : M.70MKT00.043.1

JUDUL UNIT : Mengembangkan Struktur organisasi dan Personil Tim Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam merumuskan kebutuhan personil tim penjualan, membandingkan kompetensi dan tingkat kemahiran personil yang ada dengan kebutuhan dalam penentuan kesenjangan personil, serta mengelola pencapaian kinerja dan sasaran penjualan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Merumuskan kebutuhan personil tim penjualan	1.1 Kebutuhan dan sasaran penjualan diidentifikasi sesuai dengan rencana penjualan. 1.2 Kompetensi dan tingkat kemahiran personil yang ada dibandingkan dengan kebutuhan dalam penentuan kesenjangan personil. 1.3 Prosedur dan kebijakan penjualan dikembangkan sesuai dengan rencana bisnis organisasi. 1.4 Persyaratan dan kriteria jabatan dirumuskan dalam deskripsi jabatan dan tanggung jawab tim.
2. Mengevaluasi kompetensi dan tingkat kemahiran personil dalam penentuan kesenjangan personil	2.1 Seleksi dan wawancara dilakukan dalam pemilihan anggota tim yang sesuai dengan kriteria jabatan. 2.2 Anggota baru tim penjualan diberikan informasi dan pembekalan yang akurat sesuai dengan jabatan. 2.3 Peran, tanggung jawab jabatan dan standar kinerja dijelaskan kepada setiap anggota tim dengan cermat. 2.4 Penghargaan / sanksi dan pengembangan karir dalam organisasi dijelaskan kepada setiap anggota tim.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
3. Mengelola pencapaian kinerja dan sasaran penjualan	3.1 Sasaran dan pencapaian kinerja penjualan diinformasikan secara berkala dengan jelas kepada seluruh anggota tim penjualan. 3.2 Evaluasi kinerja tim dilakukan dalam tim besar ataupun perorangan dalam mencapai kinerja. 3.3 Kekuatan dan kelemahan anggota tim diidentifikasi dalam pencapaian kinerja bersama. 3.4 Dukungan atas pengembangan diri dan aktifitas anggota tim diberikan sesuai dengan persyaratan jabatan. 3.5 Langkah perbaikan dan sanksi diterapkan kepada anggota dengan kinerja yang kurang memuaskan. 3.6 Tingkat keluar masuk anggota tim dan penggantian anggota tim dianalisis secara berkala. 3.7 Pelaksanaan peringatan dan pemutusan hubungan kerja dikoordinasikan kepada bagian yang berwenang dalam organisasi. 3.8 Evaluasi terhadap struktur dan kinerja tim penjualan dilakukan secara berkala sesuai dengan tingkat pencapaian kinerja dan kebijakan organisasi.

BATASAN VARIABEL

- Konteks variabel
 - Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer madya dan senior yang bertanggung jawab penuh dalam memimpin tim dapat bekerja dukungan dan arahan strategik dari atasan untuk mengembangkan struktur organisasi dan personil tim penjualan agar dapat memenuhi tuntutan manajerial dan operasional perusahaan.
 - Penghargaan/sanksi dapat berupa demosi, rotasi, relokasi, penurunan tunjangan/fasilitas, promosi, kenaikan gaji dan tunjangan, pemberian natura, fasilitas, hadiah, bonus, tantiem dan lain-lain.

- 1.3 Evaluasi kinerja dan struktur tim penjualan dapat pula diperbaharui karena tuntutan organisasi, persaingan usaha, tren, perubahan teknologi dan lain-lain hal yang mempunyai dampak yang besar bagi efektifitas tim penjualan.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Alat pengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur perusahaan terkait penghargaan/sanksi, rekrutmen, evaluasi kinerja dan perubahan struktur organisasi
 - 2.2.2 Media penyimpanan data
3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Kode etik dalam komunikasi bisnis
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Perjanjian kerja bersama dan atau peraturan organisasi
 - 4.2.2 Kebijakan dan prosedur perusahaan terkait pengelolaan sumber daya manusia

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Pengelolaan tim untuk mencapai visi misi organisasi
 - 3.1.2 Paket pelatihan dan standar kompetensi dalam bidang penjualan
 - 3.1.3 Pengembangan struktur organisasi penjualan yang efektif
 - 3.1.4 Menginterpretasikan strategi penjualan ke dalam tindakan
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Melakukan komunikasi interpersonal
 - 3.2.2 Melakukan evaluasi kinerja karyawan
 - 3.2.3 Mengkomunikasikan ide dan informasi
 - 3.2.4 Mengambil keputusan saat menghadapi situasi yang sulit
 - 3.2.5 Memberikan instruksi dan umpan balik yang konstruktif
 - 3.2.6 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Tegas, lugas, dan sopan saat berkomunikasi dan berinteraksi dengan anggota tim
 - 4.2 Proaktif mengumpulkan informasi dari berbagai pihak untuk diteruskan secara tepat dan benar kepada anggota tim
 - 4.3 Adil menyelesaikan konflik yang terjadi dalam anggota tim dan menanyakan kebutuhan tim dalam mencapai tujuan
 - 4.4 Kolaboratif saat bekerja sama dengan atasan, rekan kerja, dan manajemen untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan dalam membandingkan kebutuhan personil dengan kompetensi dan tingkat kemahiran

KODE UNIT : M.70MKT00.044.1

JUDUL UNIT : Memberikan Bimbingan dan Peningkatan Kualitas Hidup

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam merumuskan kebutuhan bimbingan, mengembangkan rencana bimbingan, melakukan bimbingan, memantau proses bimbingan dan mengevaluasi proses bimbingan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Merumuskan kebutuhan bimbingan	1.1 Kebutuhan bimbingan anggota tim diidentifikasi berdasarkan rencana pengembangan diri, termasuk kebutuhan spesifiknya. 1.2 Harapan dan tujuan bimbingan didiskusikan dengan peserta dan pihak yang relevan. 1.3 Sasaran spesifik bimbingan ditentukan berdasarkan penilaian kesiapan, kemampuan dan tingkat kompetensi anggota tim. 1.4 Hambatan dan resiko terkait dengan pelaksanaan bimbingan diidentifikasi sesuai dengan prosedur organisasi. 1.5 Sumber daya untuk program bimbingan ditentukan berdasarkan kesiapan, kemampuan dan tingkat kompetensi anggota tim. 1.6 Metode dan pendekatan bimbingan ditetapkan sesuai dengan karakteristik anggota tim.
2. Mengembangkan rencana bimbingan	2.1 Ruang lingkup dan batasan program bimbingan ditentukan sesuai dengan prosedur organisasi. 2.2 Rencana dan tahapan bimbingan disusun berdasarkan kebutuhan, tujuan, dan sasaran spesifik. 2.3 Kesepakatan atas aturan dasar, hubungan dan cara pemantauan program didiskusikan bersama. 2.4 Hal-hal yang berkaitan dengan kerahasiaan dijaga sepanjang program bimbingan berlangsung.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	2.5 Rencana bimbingan didokumentasikan secara detail dan format baku sesuai dengan ketentuan organisasi.
3. Melakukan bimbingan	3.1 Percaya diri dan harga diri anggota tim dibangun selama proses bimbingan atas dasar kepercayaan dan saling menghormati. 3.2 Kesepakatan yang sesuai dengan peran dan tanggung jawab diputuskan berdasarkan kebutuhan organisasi. 3.3 Instruksi, petunjuk, informasi dan panduan dikomunikasikan dengan tatakrama yang tepat. 3.4 Dukungan untuk anggota tim dalam pemecahan masalah dan pengambilan keputusan diberikan secara tepat waktu. 3.5 Jejaring kerja pribadi dan profesional yang relevan diperkenalkan kepada anggota tim.
4. Memantau proses bimbingan	4.1 Perilaku yang kurang tepat terkait bimbingan didiskusikan untuk tindakan perbaikan. 4.2 Masukan dan umpan balik didapatkan secara berkala sepanjang program berlangsung. 4.3 Tempat, lingkungan, dan ketersediaan sumber daya dievaluasi secara berkala untuk tindakan perbaikan. 4.4 Kemajuan, isu, dan hambatan dimonitor secara berkala untuk tindakan lanjut. 4.5 Perubahan dan tindakan perbaikan dikomunikasikan kepada peserta dan pihak yang relevan. 4.6 Penyelesaian bimbingan didiskusikan ketika tujuan dan sasaran spesifik telah tercapai.
5. Mengevaluasi proses bimbingan	5.1 Masukan atas kualitas bimbingan, efektifitas dan peningkatan diri peserta didapatkan dari berbagai pihak relevan. 5.2 Masukan dari berbagai pihak dan pengalaman pribadi dievaluasi untuk peluang perbaikan. 5.3 Tren dan metode mutakhir dalam bimbingan dicari untuk perbaikan. 5.4 Program bimbingan diperbaiki berdasarkan masukan dan peluang perbaikan.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer madya dan senior yang bertanggung jawab penuh dalam memimpin tim dapat bekerja dengan dukungan dan arahan strategik dari atasan untuk mengoptimalkan cakupan wilayah dan pelanggan agar dapat memenuhi tuntutan manajerial dan operasional perusahaan.
- 1.2 Penilaian kesiapan, kemampuan dan tingkat kompetensi anggota tim dapat dilakukan dengan menggunakan *tools* dan metode yang telah diuji keabsahannya.
- 1.3 Karakteristik anggota tim termasuk budaya, asal usul, tingkat pendidikan, tingkat sosial, keyakinan, tingkat percaya diri, nilai-nilai pribadi, norma yang berlaku dan lain hal yang melekat kepada diri peserta program bimbingan.
- 1.4 Perilaku yang kurang tepat adalah perilaku peserta yang tidak sesuai dengan tujuan, sasaran spesifik dari program bimbingan, baik dapat berupa ketrampilan, sikap kerja, tanggung jawab dll.
- 1.5 Jejaring kerja pribadi dan profesional yang relevan dapat berupa rekan kerja, pemangku kepentingan, manajer senior, manajemen puncak, professional pada bidang tertentu, spesialis, *subject matter expert*, dll.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.2 Alat tulis kantor
- 2.1.3 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur bimbingan
- 2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

- 4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Kode etik melakukan bimbingan
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan prosedur perusahaan terkait bimbingan kerja

PANDUAN PENILAIAN

- 1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
 - 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
- 2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
- 3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Metode dan teknik bimbingan
 - 3.1.2 Jejaring profesional dalam industri tertentu
 - 3.1.3 Prinsip bimbingan, berupa membangun kepercayaan, mendengarkan, bertanya, mendukung, memberikan saran
 - 3.1.4 Berbagai macam budaya, latar belakang sosial, keyakinan dan nilai-nilai
 - 3.1.5 Definisi peran dalam bimbingan (*coaching*)
 - 3.1.6 Karakteristik pembimbing (*coach*)
 - 3.1.7 Teori percaya diri dan harga diri
 - 3.1.8 Teori pembelajaran dewasa

- 3.1.9 Perilaku yang tepat dan kurang tepat dalam proses bimbingan atau yang terkait pada keterampilan tertentu
- 3.1.10 Pemecahan masalah dan pengambilan keputusan
- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Komunikasi untuk meningkatkan kepercayaan dan saling menghormati
 - 3.2.2 Menyusun rencana bimbingan
 - 3.2.3 Komunikasi efektif
 - 3.2.4 Mengaplikasikan prinsip bimbingan (*coaching*)
 - 3.2.5 Memecahkan masalah dan mengambil keputusan
 - 3.2.6 Melakukan analisis berdasarkan informasi dan masukan
 - 3.2.7 Melakukan pencarian atas tren bimbingan yang ada
 - 3.2.8 Keterampilan bertanya
 - 3.2.9 Memberikan pendapat dan masukan yang konstruktif
 - 3.2.10 Menerima pendapat dan masukan
 - 3.2.11 Mendengarkan secara aktif
 - 3.2.12 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
- 4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Cermat dalam mengidentifikasi kebutuhan bimbingan dari setiap anggota tim berdasarkan kesiapan, kemampuan dan tingkat kompetensi
 - 4.2 Terstruktur dalam menyusun rencana bimbingan
 - 4.3 Kesigapan dalam mendiskusikan tindakan korektif
- 5. Aspek kritis
 - 5.1 Kecermatan dalam mengidentifikasi kebutuhan bimbingan anggota tim berdasarkan rencana pengembangan diri, termasuk kebutuhan spesifiknya

KODE UNIT : M.70MKT00.045.1

JUDUL UNIT : Mengembangkan Keterampilan dan Kerjasama Anggota Tim Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam merencanakan pelatihan dan pengembangan individu dan tim, serta menentukan metode pengembangan pelatihan individu dan tim.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Merencanakan pelatihan dan pengembangan individu dan tim	1.1 Kebutuhan pembelajaran dan tindakan direncanakan dengan anggota tim yang relevan. 1.2 Rencana pembelajaran dikonfirmasi terhadap kebutuhan pengembangan individu dan kelompok. 1.3 Evaluasi kinerja pribadi dan area perbaikan dievaluasi secara mandiri. 1.4 Umpan balik tentang kinerja anggota tim dikumpulkan dari sumber yang relevan.
2. Menentukan metode pengembangan pelatihan individu dan tim	2.1 Tujuan dan sasaran program pembelajaran dan pengembangan diidentifikasi sesuai dengan standar kompetensi industri yang relevan. 2.2 Metode penyampaian pembelajaran dipastikan sesuai dengan tujuan pembelajaran, gaya belajar peserta, dan ketersediaan peralatan dan sumber daya. 2.3 Kesempatan belajar di tempat kerja dan bantuan pembinaan dan pendampingan disediakan untuk pencapaian kompetensi individu dan tim. 2.4 Peluang pengembangan yang tergabung dari berbagai kegiatan dan materi pendukung diterapkan sesuai dengan pencapaian kompetensi yang teridentifikasi.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga penjualan operasional yang dapat bekerja mandiri dibawah pengawasan dan bimbingan terbatas untuk mengembangkan keterampilan dan kerjasama anggota tim penjual agar dapat memenuhi tuntutan operasional dan kebutuhan pelanggan.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.2 Alat tulis kantor
- 2.1.3 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur terkait penjualan
- 2.2.2 Dokumen penilaian tenaga penjual
- 2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

- 4.1.1 Kode etik penjualan

4.2 Standar

- 4.2.1 Kebijakan dan prosedur perusahaan terkait penjualan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/ simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/ portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Indikator kinerja tenaga penjual
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Mengumpulkan data dan informasi
 - 3.2.2 Menyusun rencana kerja
 - 3.2.3 Komunikasi efektif baik lisan dan tertulis
 - 3.2.4 Mencari ide kreatif dan inovatif
 - 3.2.5 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Teliti dalam membuat rencana yang terstruktur
 - 4.2 Terbuka menerima ide, masukan dan saran dari rekan kerja
 - 4.3 Kesigapan dalam mengambil tindakan korektif sesuai wewenangnya
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam menentukan metode penyampaian pembelajaran sesuai dengan tujuan pembelajaran, gaya belajar peserta, dan ketersediaan peralatan dan sumber daya

KODE UNIT : M.70MKT00.046.1

JUDUL UNIT : Memimpin Tim Operasional Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam merencanakan rangkaian operasional penjualan, meningkatkan kinerja tim penjualan, serta menyelaraskan sistem evaluasi kinerja dan kompensasi organisasi penjualan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Merencanakan rangkaian operasional penjualan	1.1 Sasaran tim penjualan ditentukan berdasarkan strategi Pemasaran dan organisasi. 1.2 Rencana penjualan dan anggaran sumber daya dirumuskan berdasarkan sasaran tim penjualan. 1.3 Keperluan sumber daya manusia dalam tim penjualan dipenuhi sesuai rencana dan anggaran operasional penjualan. 1.4 Kompetensi tim penjualan ditingkatkan dengan pelatihan dan pembekalan. 1.5 Kompensasi dan insentif tim penjualan pada berbagai tingkatan dirumuskan sesuai anggaran. 1.6 Area penjualan, target penjualan dan kinerja para anggota tim penjualan ditetapkan berdasarkan rencana penjualan.
2. Meningkatkan kinerja tim penjualan	2.1 Motivasi dan dukungan kepada tim penjualan diberikan secara tepat sasaran. 2.2 Tim penjualan diberikan bimbingan dan arahan untuk pencapaian target. 2.3 Teladan dalam fokus pelanggan ditunjukkan kepada tim penjualan. 2.4 Sumber daya dan anggaran dialokasikan sesuai kebijakan dan prosedur perusahaan. 2.5 Omset penjualan, tingkat konversi, dan rasio <i>cross-selling</i> dianalisis untuk mencapai standar kinerja penjualan. 2.6 Etika berjualan, persaingan sehat dalam aktifitas tim penjualan diawasi sesuai dengan kode etik profesi, persyaratan legal dan panduan perusahaan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
3. Menyelaraskan sistem evaluasi kinerja dan kompensasi organisasi penjualan	3.1 Sistem evaluasi dan efektivitas kinerja penjualan dirumuskan berdasarkan rencana penjualan.
	3.2 Penghargaan dan pengakuan atas kinerja dan pencapaian tim penjualan diberikan sesuai dengan pencapaian masing-masing.
	3.3 Tindakan perbaikan dan sanksi diterapkan kepada tim yang berkinerja kurang memuaskan.
	3.4 Masukan dan kritik membangun diberikan kepada anggota tim atas pencapaian kinerja mereka.
	3.5 Rencana operasional penjualan disesuaikan sebagai tindakan lanjut dari evaluasi.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk memimpin tim operasional agar dapat memenuhi tuntutan dan kebutuhan perusahaan.
 - 1.2 Sistem evaluasi kinerja mencakup namun tidak terbatas pada prosedur penilaian kinerja yang dilakukan oleh organisasi.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Alat pengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen evaluasi kinerja tim operasional
 - 2.2.2 Dokumen kebijakan dan prosedur perusahaan terkait penjualan
 - 2.2.3 Media penyimpanan data
3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

- 4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Peraturan penilaian tenaga penjual
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan dan prosedur perusahaan terkait evaluasi kinerja tenaga penjual

PANDUAN PENILAIAN

- 1. Konteks penilaian
 - 1.1. Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
 - 1.2. Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
- 2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)
- 3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1. Pengetahuan
 - 3.1.1 Indikator kinerja utama
 - 3.2. Keterampilan
 - 3.2.1 Menyusun rencana kerja
 - 3.2.2 Komunikasi efektif baik lisan dan tertulis
 - 3.2.3 Mencari ide kreatif dan inovatif
 - 3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
- 4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1. Teliti dalam membuat rencana yang terstruktur

- 4.2. Terbuka menerima ide, masukan dan saran dari rekan kerja
- 4.3. Kesigapan dalam mengambil tindakan korektif sesuai wewenangnya

5. Aspek kritis

- 5.1. Kecermatan dalam menganalisa omset penjualan, tingkat konversi, dan rasio *cross-selling*
- 5.2. Ketepatan dalam memberikan penghargaan dan pengakuan atas kinerja dan pencapaian tim penjualan sesuai dengan pencapaian masing-masing

KODE UNIT : M.70MKT00.047.1

JUDUL UNIT : Mengembangkan Strategi Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam meninjau strategi penjualan yang ada, merancang strategi penjualan dan menyelaraskan strategi penjualan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Meninjau strategi penjualan yang ada	1.1 Strategi penjualan produk dan layanan saat ini ditinjau ulang sesuai dengan rencana bisnis. 1.2 Strategi penjualan produk dan pelayanan saat ini dibandingkan target dan pencapaiannya. 1.3 Strategi baru untuk bisnis dan penjualan yang komprehensif diidentifikasi berdasarkan rencana bisnis.
2. Merancang strategi penjualan	2.1 Efektifitas pengambilan keputusan dalam strategi penjualan ditingkatkan dengan informasi yang akurat. 2.2 Rencana penjualan disusun dengan pengukuran dan analisis yang tepat sesuai dengan karakteristik pasar. 2.3 Target penjualan ditetapkan selaras dengan rencana penjualan. 2.4 Evaluasi penetapan target dilaksanakan bersama dengan pihak yang relevan dan data pasar yang terkini.
3. Menyelaraskan strategi penjualan	3.1 Rencana dan target penjualan diselaraskan dengan tujuan dan sasaran bisnis. 3.2 Strategi penjualan dirumuskan selaras dengan strategi pemasaran, promosi dan merek. 3.3 Strategi baru dievaluasi bersama oleh pihak yang relevan.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer senior dan manajemen puncak yang bertanggung jawab penuh dalam capaian organisasi dengan mendapat arahan strategik dari diri sendiri dan pemangku kepentingan untuk mengembangkan strategi penjualan dapat memenuhi tuntutan strategik dan manajerial perusahaan.
- 1.2 Pemangku kepentingan meliputi pihak internal, komunitas dan pemerintah.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.2 Alat tulis kantor
- 2.1.3 Alat pengolah data
- 2.1.4 Jaringan saluran komunikasi

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur perusahaan terkait penyusunan strategi organisasi
- 2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

- 4.1.1 Kode etik bisnis

4.2 Standar

- 4.2.1 Kebijakan perusahaan terkait strategi, visi dan misi organisasi

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Visi dan misi organisasi
- 3.1.2 Perencanaan strategi penjualan
- 3.1.3 Teknik pengumpulan data dan metodologi penelitian
- 3.1.4 Isu-isu internal dan eksternal yang berdampak pada rencana strategi pemasaran
- 3.1.5 Kapabilitas internal dan sumber daya yang relevan dengan perencanaan strategi penjualan
- 3.1.6 Pengumpulan informasi komparatif (*benchmarking, best practices, competitor*)
- 3.1.7 Pertimbangan keberlanjutan, peluang dan hambatan dalam penjualan

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Melakukan analisis data dan informasi terkait perencanaan strategis penjualan
- 3.2.2 Melakukan verifikasi dan validasi dokumen, khususnya yang berkaitan dengan rencana strategi penjualan

- 3.2.3 Menyusun rencana strategis penjualan sesuai kebijakan, peraturan dan ketentuan yang berlaku
- 3.2.4 Berkomunikasi efektif dengan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*)
- 3.2.5 Melakukan kerjasama baik dengan pihak internal maupun eksternal
- 3.2.6 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Cermat dalam mengakses data dan informasi terkait perencanaan strategis penjualan
- 4.2 Teliti dan detail dalam membuat analisis dan rencana strategi penjualan
- 4.3 Proaktif dalam komunikatif saat berkomunikasi dengan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*)

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketepatan dalam merumuskan strategi penjualan yang selaras dengan strategi pemasaran, promosi dan merek

KODE UNIT : M.70MKT00.048.1

JUDUL UNIT : Mengelola Target dan Pencapaian Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melakukan evaluasi terhadap kegiatan operasional penjualan saat ini, merumuskan rencana untuk peningkatan penjualan dan memantau pelaksanaan atas rencana peningkatan penjualan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Melakukan evaluasi terhadap kegiatan operasional penjualan saat ini	1.1 Berbagai faktor pasar dan eksternal dianalisis penjualannya. 1.2 Strategi penjualan terkini didapatkan dari sumber yang relevan. 1.3 Target penjualan, kinerja penjualan serta faktor-faktor yang berpengaruh dievaluasi dengan akurat. 1.4 Umpan balik pelanggan dari produk dan layanan saat ini dievaluasi dengan detail dengan cermat. 1.5 Informasi pasar dan pelanggan dianalisis untuk perencanaan penjualan.
2. Merumuskan rencana untuk peningkatan penjualan	2.1 Segala sesuatu yang dapat menjadi magnet trafik untuk pelanggan baru dipertimbangkan dalam perencanaan. 2.2 Cara dalam meningkatkan retensi dan pembelian kembali pelanggan diterapkan dalam perencanaan. 2.3 Masukan dan informasi dari pihak relevan didapatkan. 2.4 Rencana peningkatan penjualan dikembangkan untuk pelanggan baru dan pelanggan lama.
3. Memantau pelaksanaan atas rencana peningkatan penjualan	3.1 Rencana peningkatan penjualan dan peran para pihak dikomunikasikan kepada tim penjualan dan pihak yang terkait. 3.2 Jadwal aktifitas dan kegiatan dilaksanakan untuk peningkatan penjualan. 3.3 Dukungan kepada tim penjualan dan pihak terkait diberikan agar tercipta situasi yang kondusif untuk penjualan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	3.4 Pencapaian target peningkatan penjualan dimonitor secara berkala.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer madya dan senior yang bertanggung jawab penuh dalam melakukan evaluasi terhadap kegiatan operasional penjualan, merumuskan rencana untuk peningkatan penjualan dan memantau pelaksanaan atas rencana peningkatan penjualan.
 - 1.2 Perencanaan penjualan dibuat berdasarkan dari Informasi-informasi yang didapatkan dari faktor pasar yaitu meliputi perubahan daya beli dan perilaku masyarakat. Faktor eksternal meliputi pesaing yang menjual produk yang mempunyai kesamaan bentuk atau fungsi yang sama dari produk yang dijual.
 - 1.3 Jadwal aktifitas dan kegiatan yang akan dilakukan adalah berupa daftar tindakan yang akan dilakukan beserta waktu pelaksanaannya.

2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Alat pengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Laporan informasi dari tim penjualan berdasarkan data yang didapat dari lapangan
 - 2.2.2 Laporan masukan dari pelanggan lama dan pelanggan baru yang telah membeli produk
 - 2.2.3 Laporan evaluasi dan analisis dari pencapaian penjualan dalam periode tertentu
 - 2.2.4 Daftar rencana tindakan peningkatan kegiatan beserta waktu pelaksanaannya

2.2.5 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

4.1.1 Kode etik komunikasi dalam pengumpulan informasi dari pelanggan

4.2 Standar

4.2.1 Target penjualan yang telah ditentukan oleh organisasi

4.2.2 Kebijakan dan prosedur organisasi terkait peningkatan penjualan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.

1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Pengelolaan tim untuk mencapai target penjualan organisasi

3.1.2 Pengumpulan data yang didapat dari pelanggan dan pesaing

- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Kemampuan berkomunikasi kepada tim penjualan
 - 3.2.2 Melakukan evaluasi dari data penjualan yang ada
 - 3.2.3 Memberikan solusi terhadap hambatan peningkatan penjualan
 - 3.2.4 Memantau pelaksanaan rencana peningkatan penjualan untuk mencapai target penjualan
 - 3.2.5 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
- 4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Kreatif dalam mendapatkan informasi penjualan selengkap mungkin
 - 4.2 Disiplin dalam melakukan pemantauan terhadap hasil kerja tim penjualan
- 5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan dalam mengembangkan rencana peningkatan penjualan untuk pelanggan baru dan pelanggan lama

KODE UNIT : M.70MKT00.049.1

JUDUL UNIT : Mengoptimalkan Cakupan Wilayah dan Pelanggan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengelola cakupan wilayah pelanggan dan meningkatkan efektifitas cakupan wilayah pelanggan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengelola cakupan wilayah pelanggan	1.1 Rencana cakupan wilayah pelanggan disusun berdasarkan efektivitas waktu dan wilayah sesuai dengan sasaran kinerja penjualan dan layanan. 1.2 Prosedur pengumpulan informasi dan umpan balik pelanggan ditetapkan untuk tim pelaksana. 1.3 Kunjungan pelanggan dilaksanakan sesuai dengan perencanaan cakupan wilayah. 1.4 Laporan umpan balik per wilayah cakupan dianalisis untuk keperluan rencana tindak lanjut. 1.5 Dokumentasi setiap kegiatan kunjungan disusun sesuai dengan tenggat waktu. 1.6 Laporan dan hasil analisisnya didistribusikan kepada pihak relevan dalam format dan tingkat detail tertentu.
2. Meningkatkan efektifitas cakupan wilayah pelanggan	2.1 Kebutuhan pelanggan dan proyeksi penjualan tiap wilayah ditetapkan sesuai dengan kondisi masing-masing wilayah. 2.2 Tingkat kepuasan pelanggan atas produk tertentu ditetapkan sebagai standar acuan. 2.3 Inisiatif dan rencana tindakan diimplementasikan dalam peningkatan tingkat kepuasan pelanggan. 2.4 Peluang yang dapat meningkatkan optimalisasi cakupan wilayah dan jangkauan pelanggan dikelola secara efektif. 2.5 Peluang perbaikan produk layanan dan kegiatan promosi lanjutan dilaporkan kepada manajemen untuk tindak lanjut.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk untuk manajer madya dan senior yang bertanggung jawab penuh dalam memimpin tim dapat bekerja dukungan dan arahan strategis dari atasan untuk mengoptimalkan cakupan wilayah dan pelanggan agar dapat memenuhi tuntutan manajerial dan operasional perusahaan.
- 1.2 Rencana cakupan wilayah disusun dengan mempertimbangkan, namun tidak terbatas pada lini produk, karakteristik produk, demografi pelanggan, kebijakan dan prosedur yang relevan, besar dan lingkup bisnis, peraturan dan regulasi yang berlaku.
- 1.3 Cakupan wilayah dapat ditentukan dari parameter demografi, besar dan jenis bisnis, besar wilayah, penetrasi produk, geografi, akun pelanggan.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya
- 2.1.2 Alat tulis kantor
- 2.1.3 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur perusahaan terkait penghargaan/sanksi, rekrutmen, evaluasi kinerja dan perubahan struktur organisasi
- 2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

- 4.1.1 Kode etik dalam komunikasi bisnis

4.2 Standar

- 4.2.1 Perjanjian kerja bersama dan atau peraturan organisasi

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

- 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
- 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Kebijakan dan prosedur perusahaan dalam layanan pelanggan
- 3.1.2 Aktifitas kompetitor
- 3.1.3 Kebutuhan konsumen
- 3.1.4 Tingkat kepuasan konsumen
- 3.1.5 Karakteristik wilayah atau geografis
- 3.1.6 Tipologi dan perilaku pelanggan

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Kemampuan berkomunikasi kepada pihak internal dan eksternal
- 3.2.2 Mengumpulkan, menganalisis dan mengelola kebutuhan konsumen, rencana teritorial dan informasi dasar pembagian wilayah
- 3.2.3 Mengumpulkan dan menginterpretasikan laporan terkait
- 3.2.4 Mengelola waktu dan menentukan prioritas
- 3.2.5 Memecahkan masalah dan pengambilan keputusan efektif

3.2.6 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Cermat dalam menyusun laporan berdasarkan masukan pelanggan pada wilayah teritori tertentu
- 4.2 Proaktif melaksanakan aktifitas dalam rentang waktu tertentu dengan pencapaian kinerja yang terukur
- 4.3 Kolaboratif saat bekerja sama dengan atasan dan rekan kerja

5. Aspek kritis

- 5.1 Kecermatan dalam menetapkan kebutuhan pelanggan dan proyeksi penjualan tiap wilayah sesuai dengan kondisi masing-masing wilayah
- 5.2 Ketepatan dalam mengelola peluang yang dapat meningkatkan optimalisasi cakupan wilayah dan jangkauan pelanggan secara efektif

KODE UNIT : M.70MKT00.050.1

JUDUL UNIT : Memimpin Program Transformasi dalam Penjualan dan Layanan

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mendiagnosis kebutuhan transformasi penjualan, menetapkan strategi transformasi, menganalisis hambatan dalam proses transformasi, memimpin pelaksanaan strategi transformasi penjualan, mengevaluasi hasil strategi informasi.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mendiagnosis kebutuhan transformasi penjualan	1.1 Kebutuhan, peluang dan kelayakan program transformasi dianalisis dari sudut pandang internal dan eksternal. 1.2 Potensi program transformasi dianalisis keselarasannya terhadap strategi bisnis, visi dan misi organisasi. 1.3 Dampak transformasi tingkat kinerja atas program dianalisis sesuai dengan kebijakan organisasi. 1.4 Prioritas dalam program transformasi ditetapkan mengikuti rencana/strategi organisasi. 1.5 Otorisasi dan dukungan atas program transformasi didapatkan dari manajemen puncak.
2. Menetapkan strategi transformasi	2.1 Anggaran biaya dan sumber daya diidentifikasi untuk program transformasi. 2.2 Berbagai opsi dan solusi dari strategi dirumuskan secara kreatif dan terpadu. 2.3 Analisis manajemen resiko untuk transformasi dilakukan secara efektif dengan penyertaan oleh langkah mitigasi resiko. 2.4 Strategi transformasi dikembangkan bersama dengan manajemen puncak, jika perlu pemangku kepentingan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
3. Menganalisis hambatan dalam proses transformasi	3.1 Anggaran biaya dialokasikan kepada sumber daya pelaksanaan strategi transformasi. 3.2 Kesenjangan kapabilitas sumber daya manusia dalam proses transformasi diidentifikasi untuk mengurangi risiko.
4. Memimpin pelaksanaan strategi transformasi penjualan	4.1 Anggota tim pelaksana transformasi dikonfirmasi atas peran dan tanggung jawabnya dalam program. 4.2 Pengembangan kapabilitas anggota tim transformasi diprioritaskan dalam mencapai strategi transformasi. 4.3 Kebijakan dan prosedur organisasi ditinjau untuk dapat mendukung program transformasi. 4.4 Proses dan pola komunikasi atas sasaran transformasi dikembangkan sesuai kebutuhan.
5. Mengevaluasi hasil dan strategi transformasi	5.1 Pencapaian sasaran dan hasil kuantitatif program transformasi dianalisis sesuai pelaksanaan strategi. 5.2 Dampak terhadap kesinambungan prinsip sosial ekonomi dan lingkungan dievaluasi terhadap tolak ukur. 5.3 Peluang atas perubahan dan transformasi dievaluasi untuk keperluan perencanaan berikutnya.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer senior dan manajemen puncak yang bertanggung jawab penuh dalam capaian organisasi dengan mendapat arahan strategis dari diri sendiri dan pemangku kepentingan untuk memimpin program transformasi dalam Penjualan dan layanan dapat memenuhi tuntutan strategik dan manajerial perusahaan.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya

- 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Alat pengolah data
 - 2.1.4 Jaringan saluran komunikasi
- 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur perusahaan terkait strategi organisasi
 - 2.2.2 Media penyimpanan data
- 3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
- 4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Kode etik bisnis
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 Kebijakan perusahaan terkait strategi, visi dan misi organisasi

PANDUAN PENILAIAN

- 1. Konteks penilaian
 - 1.1 Penilaian dilakukan terhadap pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat dilakukan dengan demonstrasi/praktek/ simulasi di Tempat Uji Kompetensi (TUK), verifikasi bukti/ portofolio, wawancara, metode tes lisan dan tes tertulis, dan/atau metode lain yang relevan.
 - 1.2 Hal-hal yang diperlukan dalam penilaian dan kondisi yang berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini adalah tempat uji yang mewakili tempat kerja beserta kelengkapan peralatan, bahan, dokumen dan formulir dalam rangka kelancaran demonstrasi praktek.
- 2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Visi, misi, strategi dan kebijakan organisasi

3.1.2 Konsep dan model transformasi penjualan

3.1.3 Konsep manajemen resiko dalam bisnis dan penjualan

3.1.4 Isu-isu internal dan eksternal sebagai dampak dari transformasi

3.1.5 Prinsip ekonomi dan kesinambungan bisnis

3.2 Keterampilan

3.2.1 Keterampilan analisis, memecahkan masalah dan pengambilan keputusan yang efektif

3.2.2 Mengidentifikasi kebutuhan dan rasional dari transformasi

3.2.3 Kemampuan literasi dalam membaca laporan keuangan dan penjualan

3.2.4 Berkomunikasi efektif dengan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*)

3.2.5 Manajemen waktu untuk merencanakan dan memprioritaskan transformasi

3.2.6 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

4.1 Cermat dalam mengakses informasi dan laporan terkait perencanaan transformasi

4.2 Teliti dan detail dalam mengelola proses perubahan dan transformasi

4.3 Proaktif dalam komunikatif saat berkomunikasi dengan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*)

5. Aspek kritis

5.1 Ketepatan dalam melakukan analisis manajemen resiko untuk transformasi secara efektif dengan penyertaan oleh langkah mitigasi resiko

BAB III PENUTUP

Dengan ditetapkan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Aktivitas Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Aktivitas Konsultasi Manajemen Bidang Pemasaran, maka SKKNI ini menjadi acuan dalam penyusunan jenjang kualifikasi nasional, penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan serta sertifikasi kompetensi.

MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA,



IDA FAUZIYAH