

**KODE UNIT** : M.702090.007.01  
**JUDUL UNIT** : Mewujudkan Kepuasan Pelanggan  
**DESKRIPSI UNIT** : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam Mewujudkan Kepuasan Pelanggan

| ELEMEN KOMPETENSI                       | KRITERIA UNJUK KERJA  |
|---|---|
| 1. Menggali kebutuhan layanan pelanggan | 1.1 Kebutuhan dasar pelanggan diidentifikasi<br>1.2 Permintaan pelanggan dikonfirmasi ulang<br>1.3 Layanan yang sesuai ditawarkan<br>1.4 Ekspektasi kinerja layanan diciptakan  |
| 2. Menyiapkan Pelaksanaan Layanan       | 2.1 Seluruh sarana penunjang pelaksanaan layanan dipersiapkan<br>2.2 Kebutuhan layanan pelanggan dikomunikasikan kepada seluruh personil yang terlibat  |
| 3. Melaksanakan layanan Prima           | 3.1 Layanan yang tepat sesuai permintaan pelanggan diberikan<br>3.2 Elemen fisik dan/atau penampilan dijaga sesuai kebutuhan pelanggan<br>3.3 Ketanggapan terhadap permintaan tambahan dari pelanggan dilaksanakan<br>3.4 Empati terhadap pelanggan ditunjukkan |

**BATASAN VARIABEL :**

1. Konteks Variabel

- 1.1 Unit ini berlaku untuk menyiapkan layanan prima, Melaksanakan layanan untuk pemenuhan kepuasan pelanggan, yang digunakan untuk mewujudkan Kepuasan Pelanggan.
- 1.2 Kepuasan pelanggan di sini adalah respon dari pelanggan apakah produk/jasa atau layanan dapat memenuhi harapan pelanggan
- 1.3 Kebutuhan pelanggan adalah segala hal yang dilakukan pelanggan untuk dapat menyelesaikan masalah yang dihadapinya dengan cara membeli/menggunakan barang atau jasa tertentu
- 1.4 Layanan di sini adalah sebuah paradigma dan komitmen dari perusahaan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi yang senantiasa berubah

1.5 Layanan prima di sini adalah pelayanan yang dapat memberikan keuntungan, efisiensi pada perusahaan, dan menciptakan pelanggan loyal.

1.6 Dimensi kualitas layanan meliputi:

) Keandalan (*reliability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat

) Kepercayaan (*assurance*)

Pengetahuan dan keramahan dari staf serta kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan

) Penampilan (*tangibles*)

Fasilitas fisik, peralatan, dan tampilan dari staf

) Empati (*empathy*)

Perhatian secara pribadi yang diberikan staf kepada pelanggan

) Ketanggapan (*responsiveness*)

Kemauan untuk menolong pelanggan dan memberikan *service* yang tepat waktu

1.7 Ruang lingkup unit kompetensi ini adalah aktifitas *non-selling*

2. Peralatan dan Perlengkapan

2.1 Peralatan:

(Tidak ada.)

2.2 Perlengkapan

Lingkungan kerja

3. Peraturan-peraturan:

3.1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomor 8 tahun 1999,

Pasal 4 dan Pasal 7

4. Norma dan standar:

(Tidak ada.)

## PANDUAN PENILAIAN :

### 1. Konteks penilaian

- 1.1 Dalam melakukan penilaian diperlukan hal-hal berikut Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan menciptakan kepuasan pelanggan.
- 1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK)

### 2. Persyaratan kompetensi

Untuk bisa menerapkan unit kompetensi ini, unit kompetensi yang harus dikuasai sebelumnya:

- 2.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan
- 2.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif
- 2.3 M.702090.003.01 : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)

### 3. Pengetahuan dan keterampilan:

- 3.1 Pengetahuan
  - 3.1.1 Konsep kepuasan pelanggan
- 3.2 Keterampilan
  - 3.2.1 Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan

### 4. Sikap kerja yang dibutuhkan:

- 4.1 Perhatian pada kebutuhan pelanggan

### 5. Aspek kritis:

- 5.1 Ketepatan dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan

**KODE UNIT** : M.702090.008.01  
**JUDUL UNIT** : Menangani Keluhan Pelanggan  
**DESKRIPSI UNIT** : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menangani keluhan pelanggan

| <b>ELEMEN KOMPETENSI</b>                      | <b>KRITERIA UNJUK KERJA</b>  |
|---|--|
| 1. Menerima Keluhan Pelanggan                 | 1.1 Keluhan pelanggan didengarkan sepenuhnya, tanpa memotong<br>1.2 Keluhan pelanggan dikonfirmasi ulang<br>1.3 Permohonan maaf atas ketidaknyamanan yang dialami disampaikan<br>1.4 Langkah-langkah yang akan diambil untuk menanggapi keluhan dijelaskan<br>1.5 Tenggat waktu penanganan keluhan disampaikan<br>1.6 Catatan tertulis terhadap keseluruhan keluhan pelanggan dibuat   |
| 2. Mempersiapkan Penanganan Keluhan Pelanggan | 2.1 Keseluruhan rincian keluhan pelanggan dikomunikasikan kepada seluruh pihak yang terlibat<br>2.2 Sebab utama keluhan pelanggan diidentifikasi<br>2.3 Kondisi spesifik pelanggan yang mempengaruhi penanganan diidentifikasi<br>2.4 Skala prioritas penanganan ditentukan berdasarkan jenis keluhan maupun tipe pelanggan.<br>2.5 Rencana penanganan keluhan pelanggan disusun   |
| 3. Melaksanakan Penanganan Keluhan Pelanggan  | 3.1 Permohonan maaf kepada pelanggan disampaikan<br>3.2 Penyebab utama terjadinya keluhan pelanggan dijelaskan<br>3.3 Solusi terhadap keluhan pelanggan ditawarkan<br>3.4 Kesiediaan pelanggan menerima solusi dikonfirmasi ulang<br>3.5 Alternatif solusi penanganan keluhan pelanggan ditawarkan<br>3.6 Ucapan terima kasih terhadap kesiediaan pelanggan menerima alternatif solusi disampaikan<br>3.7 Informasi mengenai standar layanan prima perusahaan diberikan secara lengkap |

## **BATASAN VARIABEL :**

### **1. Konteks Variabel**

- 1.1 Unit 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 perusahaan.

### **2. Peralatan dan perlengkapan:**

- 2.1 Peralatan
  - 2.1.1 Alat pengolah data
- 2.2 Perlengkapan
  - 2.2.1 Alat tulis kantor

### **3. Peraturan-peraturan:**

(Tidak ada.)

### **4. Norma dan standar:**

(Tidak ada.)

## PANDUAN PENILAIAN :

### 1. Konteks penilaian

- 1.1 Dalam melakukan penilaian diperlukan hal-hal berikut Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan menangani keluhan pelanggan
- 1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK)

### 2. Persyaratan kompetensi

Untuk bisa menerapkan unit kompetensi ini, unit kompetensi yang harus dikuasai sebelumnya:

- 2.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan
- 2.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif
- 2.3 M.702090.003.01 : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)
- 2.4 M.702090.007.01 : Mewujudkan kepuasan pelanggan

### 3. Pengetahuan dan keterampilan:

#### 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 *Effective Listening*

### 4. Sikap kerja yang dibutuhkan:

- 4.1 Perhatian yang detil dalam mendengarkan keluhan pelanggan

### 5. Aspek kritis:

## 5.1 Ketepatan penanganan keluhan pelanggan

**KODE UNIT : M.702090.009.01**

**JUDUL UNIT : Merencanakan Riset Terhadap sebuah Merek**

**DESKRIPSI UNIT :** Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam merencanakan riset terhadap sebuah merek.

| <b>ELEMEN KOMPETENSI</b>             | <b>KRITERIA UNJUK KERJA</b>   |
|--------------------------------------|---|
| 1. Menentukan tujuan dan metoderiset | 1.1 Masalah diidentifikasi<br>1.2 Tujuan riset ditentukan<br>1.3 Metode riset ditetapkan<br>1.4 Metode <i>sampling</i> ditentukan |
| 2. Mempersiapkan instrumen riset     | 2.1 Bentuk instrumen riset ditentukan<br>2.2 Instrumen pengumpulan data disusun sesuai tujuan riset                               |

**BATASAN VARIABEL:**

1. Konteks variabel

1.1 Unit ini melengkapi tenaga pemasar dengan keahlian dalam menentukan tujuan dan metode riset, mempersiapkan instrumen riset, yang dibutuhkan untuk merencanakan riset terhadap sebuah merek.

1.2 Penetapan riset pemasaran bertujuan untuk mengetahui faktor kognitif, *conative*, dan afektif dari konsumen.

1.2.1 Kognitif bertujuan untuk mengetahui *mind share* merek/produk dengan berfokus pada apa yang ada di benak pelanggan.

1.2.2 *Conative* bertujuan untuk mengetahui *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 pada 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 pengolah data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data (contoh: SPSS, *Microsoft Office (Excel, Word, Power Point)*, *Linux open source*, dll)

2.2.2 Alat tulis kantor

3. Peraturan-peraturan:

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar:

(Tidak ada.)

**PANDUAN PENILAIAN:**

1. Konteks penilaian

1.1 Dalam melakukan penilaian diperlukan hal-hal berikut Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan melaksanakan riset terhadap sebuah merek

1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK)

2. Persyaratan kompetensi

Untuk bisa menerapkan unit kompetensi ini, unit kompetensi yang harus dikuasai sebelumnya:

2.1 M.702090.001.01 Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan

- 2.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif
- 2.3 M.702090.003.01 : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)

3. Pengetahuan dan keterampilan:

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Riset Pemasaran

3.1.2 Teknik menyusun kuesioner

3.2 Keterampilan:

3.2.1 Menyusun daftar pertanyaan

4. Sikap kerja yang dibutuhkan:

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 merancang tipe riset yang akan dilaksanakan

**KODE UNIT : M.702090.010.01**

**JUDUL UNIT : Mengolah data riset**

**DESKRIPSI UNIT :** Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengolah data riset

| <b>ELEMEN KOMPETENSI</b>  | <b>KRITERIA UNJUK KERJA</b>   |
|---------------------------|---|
| 1. Menginput data riset   | 1.1 Data dalam instrumen riset dipindahkan ke alat pengolah data<br>1.2 Data dimasukkan ke dalam area riset yang dimaksud   |
| 2. Menganalisa data riset | 2.1 Data yang telah diinput diolah sesuai dengan ketentuan pengolahan data<br>2.2 Hasil pengolahan data diterjemahkan menjadi informasi dengan mengacu pada hipotesa awal |

**BATASAN VARIABEL:**

1. Konteks variabel

1.1 Unit ini melengkapi tenaga pemasar dengan keahlian dalam menginput data riset, menganalisa data riset, yang dibutuhkan untuk mengolah data riset.

2. Peralatan dan perlengkapan:

2.1 Peralatan

2.1.1 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data (contoh: SPSS, *Microsoft Office (Excel, Word, Power Point)*, *Linux open source*, dll)

2.2.2 Alat tulis kantor

3. Peraturan-peraturan:

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar:

(Tidak ada.)

## PANDUAN PENILAIAN:

### 1. Konteks penilaian

- 1.1 Dalam melakukan penilaian diperlukan hal-hal berikut Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan melaksanakan riset terhadap sebuah merek
- 1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK)

### 2. Persyaratan kompetensi

Untuk bisa menerapkan unit kompetensi ini, unit kompetensi yang harus dikuasai sebelumnya:

- 2.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan
- 2.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif
- 2.3 M.702090.003.01 : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)
- 2.4 M.702090.009.01 : Merencanakan riset terhadap sebuah merek

### 3. Pengetahuan dan keterampilan:

#### 3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Riset Pemasaran
- 3.1.2 Pengolahan data

#### 3.2 Keterampilan:

(Tidak ada.)

### 4. Sikap kerja yang dibutuhkan:

- 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 menginput data dari instrument riset

**KODE UNIT : M.702090.011.01**

**JUDUL UNIT : Melaksanakan *Event* (bagian dari komunikasi merek)**

**DESKRIPSI UNIT :** Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melaksanakan *event* (bagian dari komunikasi merek)

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

**BATASAN VARIABEL:**

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit ini memfasilitasi tenaga pemasar area merek 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 *Communication goals* (tujuan komunikasi) 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 pengolah data
  - 2.1.2 Alat perekam (dokumentasi)

- 2.2 Perlengkapan
  - 2.2.1 Jaringan internet
  - 2.2.2 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data (contoh: *Microsoft Office (Excel, Word, Power Point), Linux open source, dll*)
  - 2.2.3 Alat tulis kantor
- 3. Peraturan-peraturan:
  - 3.1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13, dan Pasal 17
- 4. Norma dan standar:  
(Tidak ada.)

#### **PANDUAN PENILAIAN:**

- 1. Penjelasan prosedur penilaian
  - 1.1 Dalam melakukan penilaian diperlukan hal-hal berikut Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan melaksanakan perencanaan komunikasi pemasaran
  - 1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK)
- 2. Persyaratan kompetensi

Untuk bisa menerapkan unit kompetensi ini, unit kompetensi yang harus dikuasai sebelumnya:

  - 2.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan
  - 2.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif
  - 2.3 M.702090.003.01 : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)
  - 2.4 M.702090.009.01 : Merencanakan riset terhadap sebuah merek
  - 2.5 M.702090.010.01 : Mengolah data riset

3. Pengetahuan dan keterampilan:

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep komunikasi merek

3.2 Keterampilan:

(Tidak ada.)

4. Sikap kerja yang dibutuhkan:

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 melakukan langkah-langkah perencanaan komunikasi pasar



**KODE UNIT** : M.702090.001.01

**JUDUL UNIT** : Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan

**DESKRIPSI UNIT** : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan

| ELEMEN KOMPETENSI  | KRITERIA UNJUK KERJA   |
|--|--|
| 1. Mengidentifikasi elemen strategi pemasaran perusahaan     | 1.1 Definisi segmentasi, <i>targeting</i> , <i>positioning</i> dijelaskan<br>1.2 Segmentasi perusahaan diuraikan<br>1.3 Target segmen diidentifikasi<br>1.4 <i>Positioning</i> yang ditetapkan dijabarkan  |
| 2. Mengidentifikasi elemen taktik pemasaran perusahaan       | 2.1 Definisi diferensiasi, bauran pemasaran dan penjualan ( <i>selling</i> ) dijelaskan<br>2.2 Kerangka diferensiasi secara <i>infrastructure</i> , <i>content</i> , <i>context</i> , dan <i>content</i> diidentifikasi<br>2.3 Elemen-elemen dalam bauran pemasaran dijabarkan<br>2.4 Tipe-tipe pendekatan penjualan ( <i>selling</i> ) diidentifikasi           |
| 3. Mengidentifikasi elemen <i>value</i> pemasaran perusahaan | 3.1 Definisi merek ( <i>brand</i> ), layanan ( <i>service</i> ), proses ( <i>process</i> ) dijelaskan<br>3.2 Ekuitas merek ( <i>Brand equity</i> ) dan elemen pembentuknya dijelaskan<br>3.3 Dimensi kualitas pelayanan ( <i>service quality</i> ) dijabarkan<br>3.4 Konsep <i>quality</i> , <i>cost</i> , <i>delivery</i> dan kaitannya dengan proses diuraikan |

**BATASAN VARIABEL :**

1. Konteks Variabel

1.1 Unit ini berlaku untuk Mengidentifikasi elemen strategi pemasaran perusahaan, Mengidentifikasi elemen taktik pemasaran perusahaan, Mengidentifikasi elemen *value* pemasaran perusahaan yang digunakan untuk Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan.

- 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 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 perusahaan ke dalam benak konsumen
- 1.5 Diferensiasi adalah kebijakan perusahaan yang mengintegrasikan konten (content), konteks (context), dan infrastruktur (infrastructure) dari apa yang ditawarkan kepada pelanggan
- 1.6 Merek (brand) adalah aset yang menciptakan value bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas.
- 1.7 Ekuitas merek (Brand Equity) adalah frase yang mendeskripsikan nilai dari suatu merek. Dengan demikian perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak lagi uang dari produk yang memakai suatu merek dibandingkan produk tanpa merek.
- 1.8 Bauran pemasaran (marketing *mix*) adalah kiat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya.

## 2. Peralatan dan perlengkapan:

### 2.1 Peralatan

#### 2.1.1 Alat pengolah data

### 2.2 Perlengkapan

#### 2.2.1 Alat tulis kantor

#### 2.2.2 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data (contoh: *Microsoft Office (Excel, Word, Power Point)*, *Linux open source*, dll)

## 3. Peraturan-peraturan:

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar:  
(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN :

1. Konteks penilaian
  - 1.1 Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan
  - 1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK).
2. Persyaratan kompetensi:  
(Tidak ada.)
3. Pengetahuan dan keterampilan:
  - 3.1 Pengetahuan
    - 3.1.1 Konsep dasar pemasaran
  - 3.2 Keterampilan
    - 3.2.1 Terampil menggunakan alat pengolah data
4. Sikap kerja yang dibutuhkan:
  - 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 perusahaan

**KODE UNIT** : M.702090.002.01  
**JUDUL UNIT** : Melaksanakan Komunikasi Efektif  
**DESKRIPSI UNIT** : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melaksanakan komunikasi efektif

| ELEMEN KOMPETENSI  | KRITERIA UNJUK KERJA  |
|--|---|
| 1. Mengidentifikasi model gaya komunikasi seorang pelanggan                                | 1.1 Gaya komunikasi pelanggan diidentifikasi<br>1.2 Teknik dalam menghadapi pelanggan dengan gaya komunikasi yang berbeda-beda dilakukan  |
| 2. Melaksanakan komunikasi langsung menggunakan bahasa <i>verbal</i> dan <i>non verbal</i> | 2.1 Pemilihan kata-kata saat berkomunikasi dipertimbangkan<br>2.2 Bahasa tubuh dan ekspresi wajah dikendalikan<br>2.3 Tata penampilan profesional dilaksanakan<br>2.4 Komunikasi antara pelanggan dan <i>staff</i> dilaksanakan |

**BATASAN VARIABEL :**

1. Konteks Variabel

- 1.1 Unit ini berlaku untuk Mengidentifikasi model gaya komunikasi seorang pelanggan, Melaksanakan komunikasi langsung menggunakan bahasa *verbal* dan *non verbal*, yang digunakan untuk melaksanakan komunikasi efektif.
- 1.2 Elemen-elemen yang perlu diperhatikan dalam mempersiapkan penampilan fisik:
  - 1.2.1 Rambut
  - 1.2.2 Wajah
  - 1.2.3 Tangan
  - 1.2.4 Mulut dan gigi
  - 1.2.5 Tubuh
  - 1.2.6 Busana
  - 1.2.7 Aksesori
- 1.3 Jenis-jenis bahasa tubuh yang harus diperhatikan meliputi:
  - 1.3.1 Ekspresi muka (*facial expression*)
  - 1.3.2 Kontak mata (*eye contact*)

1.3.3 Postur tubuh (*posture*)

1.3.4 Sentuhan (*touch*)

1.3.5 Gestur tubuh (*gesture*)

2. Peralatan dan perlengkapan:

2.1 Peralatan

2.1.1 Alat komunikasi

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengelola data (contoh: *Microsoft Office, Linux open source, dll*)

3. Peraturan-peraturan:

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar:

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN :

1. Konteks penilaian

1.1 Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan Melaksanakan Komunikasi Penjualan

1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK)

2. Persyaratan kompetensi:

2.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan

3. Pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mendukung unit kompetensi ini adalah sebagai berikut:

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep komunikasi bisnis

3.2 Keterampilan

3.2.1 Komunikasi antar individu atau kelompok

3.2.2 Bahasa Inggris

4. Sikap kerja yang dibutuhkan

4.1 Cekatan dalam melakukan adaptasi dengan gaya komunikasi tiap pembeli

4.2 Giat dalam menjalankan tugas harian di bidang penjualan

4.3 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama

5. Aspek kritis

5.1 Ketepatan mengidentifikasi gaya komunikasi pelanggan

KODE UNIT : M.702090.003.01

JUDUL UNIT : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)

DESKRIPSI UNIT : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melaksanakan penulisan bisnis

| ELEMEN KOMPETENSI                                  | KRITERIA UNJUK KERJA  |
|--|---|
| 1. Mempersiapkan topik pesan yang akan disampaikan | 1.1 Tujuan penulisan ditentukan<br>1.2 Kerangka pesan yang dapat menggambarkan kalimat pembuka, pesan inti, serta kalimat |
| 2. Menuliskan pesan sesuai topik                   | 2.1 Nama, jabatan, serta nama perusahaan dituliskan<br>2.2 Kerangka pesan yang ada dituliskan                             |

BATASAN VARIABEL :

1. Konteks Variabel

- 1.1 Unit ini berlaku untuk mempersiapkan topik pesan yang akan disampaikan, menuliskan pesan sesuai topik, yang dibutuhkan untuk melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)
- 1.2 Pengembangan penulisan pesan meliputi: bentuk komunikasi yang akan disampaikan, pengelompokan ide penulisan, garis besar topik yang ingin disampaikan, penulisan yang benar
- 1.3 Kriteria penulisan efektif meliputi 7 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

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengelola data (contoh: *Microsoft Office, Linux open source, dll*)

2.2.2 Alat tulis kantor

3. Peraturan-peraturan:  
(Tidak ada.)

4. Norma dan standar:  
(Tidak ada.)

#### PANDUAN PENILAIAN :

##### 1. Konteks penilaian

1.1 Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan Melaksanakan Komunikasi Penjualan

1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK)

##### 2. Persyaratan kompetensi:

2.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan

2.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif

##### 3. Pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mendukung unit kompetensi ini adalah sebagai berikut:

###### 3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep komunikasi bisnis

###### 3.2 Keterampilan

3.2.1 Komunikasi antar individu atau kelompok

3.2.2 Bahasa Inggris

##### 4. Sikap kerja yang dibutuhkan

4.1 Cekatan dalam melakukan adaptasi dengan gaya komunikasi tiap pembeli

4.2 Giat dalam menjalankan tugas harian di bidang penjualan

4.3 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama



## 5. Aspek kritis

### 5.1 Ketepatan menyampaikan inti pesan

**KODE UNIT** : M.702090.004.01

**JUDUL UNIT** : Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial

**DESKRIPSI UNIT** : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial

| ELEMEN KOMPETENSI  | KRITERIA UNJUK KERJA  |
|--|---|
| 1. Mendapatkan data calon pelanggan potensial ( <i>prospecting</i> ) | 1.1 Teknik mencari pelanggan potensial, <i>referral</i> atau <i>non-referral</i> dilakukan<br>1.2 Data pelanggan yang lengkap, akurat dan relevan didapat   |
| 2. Menghubungi calon pelanggan potensial                             | 2.1 Kontak melalui beragam media komunikasi (telepon, <i>e-mail</i> , <i>short message service</i> , dll) dilakukan<br>2.2 Jadwal pertemuan ( <i>meeting</i> ) dengan calon pelanggan potensial didapat |

**BATASAN VARIABEL :**

1. Konteks Variabel

- 1.1 Unit ini berlaku untuk mendapatkan data calon pelanggan potensial (*prospecting*), menghubungi calon pelanggan potensial, yang digunakan untuk melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial.
- 1.2 Teknik *referral prospecting* adalah mendapatkan calon pelanggan dari referensi seseorang (pelanggan yang puas dengan produk perusahaan)
- 1.3 Tekni *non-referral* adalah mendapatkan calon pelanggan dari sumber lain selain dari referensi pelanggan yang puas dengan produk perusahaan.

2. Peralatan dan Perlengkapan

- 2.1 Peralatan
  - 2.1.1 Alat komunikasi
  - 2.1.2 Alat pengolah data
- 2.2 Perlengkapan

2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data (contoh: *Microsoft Office (Excel, Word, Power Point), Linux open source, dll*)

3. Peraturan-peraturan:

3.1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomor 8/1999, Pasal 7, Pasal 13 sampai dengan Pasal 16

4. Norma dan standar:

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN :

1. Konteks penilaian

1.1 Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan Melaksanakan Keterampilan Penjualan

1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK).

2. Persyaratan kompetensi

2.1. Untuk bisa menerapkan unit kompetensi ini, unit kompetensi yang harus dikuasai sebelumnya:

2.1.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan

2.1.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif

2.1.3 M.702090.003.01 : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)

3. Pengetahuan dan keterampilan:

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep *personal selling*

3.1.2 Konsep keterampilan penjualan (*selling skill*)

3.2 Keterampilan

3.2.1 Komunikasi

3.2.2 Pemanfaatan *database* pelanggan

4. Sikap kerja yang dibutuhkan:

4.1 Perhatian pada detail elemen-elemen keterampilan menjual

4.2 Giat dalam menjalankan tugas harian di bidang penjualan

4.3 Bertanggung jawab mengevaluasi efektivitas proses penjualan yang selama ini dilakukan

4.4 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama

5. Aspek kritis:

5.1 Ketepatan menentukan waktu untuk menutup penjualan

**KODE UNIT** : M.702090.005.01  
**JUDUL UNIT** : Melaksanakan Keterampilan Penjualan  
**DESKRIPSI UNIT** : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melaksanakan keterampilan penjualan

| ELEMEN KOMPETENSI  | KRITERIA UNJUK KERJA   |
|--|--|
| 1. Membuka percakapan dengan calon pelanggan potensial                                     | 1.1 Nama, jabatan, serta perusahaan tempat bekerja diperkenalkan<br>1.2 Tujuan pertemuan disebutkan<br>1.3 Percakapan untuk mencairkan suasana ( <i>icebreaking</i> ) dilakukan  |
| 2. Melaksanakan penggalian kebutuhan ( <i>probing</i> ) terhadap calon pelanggan potensial | 2.1 Teknik penggalian kebutuhan pelanggan berupa pertanyaan situasi ( <i>situation</i> ), masalah ( <i>problem</i> ), dampak dari masalah ( <i>implication</i> ) dilaksanakan<br>2.2 Solusi pemenuhan kebutuhan ( <i>need pay-off</i> ) pelanggan ditawarkan   |
| 3. Melaksanakan presentasi penjualan   | 3.1 Tipe presentasi yang akan disampaikan apakah bertujuan untuk menyampaikan informasi, berusaha melakukan persuasi, atau sekedar memberikan hiburan, ditentukan<br>3.2 Berbagai perlengkapan yang dibutuhkan seperti alat penampil presentasi, penunjuk laser ( <i>laser pointer</i> ), layar putih, dan berbagai perlengkapan lainnya disiapkan<br>3.3 Pesan utama dalam presentasi disampaikan |
| 4. Melaksanakan penanganan terhadap keberatan pelanggan                                    | 4.1 <i>Feature, Advantage, Benefit</i> (FAB) dari produk/jasa yang disebutkan<br>4.2 Hal yang menjadi keberatan pelanggan dijawab dengan menyebutkan nilai ( <i>value</i> ) yang terdapat pada produk/jasa yang ditawarkan   |
| 5. Melaksanakan Negosiasi  | 5.1 Skenario negosiasi ( <i>shopping list</i> ) disiapkan<br>5.2 Taktik negosiasi pelanggan diidentifikasi<br>5.3 Hal yang menjadi concern pelanggan diakomodir ( <i>win-win solution</i> )  |

| ELEMEN KOMPETENSI                                      | KRITERIA UNJUK KERJA  |
|--|---|
| 6. Memfasilitasi komitmen pembelian ( <i>closing</i> ) | 6.1 Waktu dan tanda-tanda ( <i>verbal</i> dan <i>non-verbal</i> ) yang tepat untuk penutupan penjualan diidentifikasi<br>6.2 Teknik untuk penutupan penjualan dilakukan |

**BATASAN VARIABEL :**

1. Konteks Variabel

- 1.1 Unit ini berlaku untuk membuka percakapan dengan calon pelanggan potensial, melaksanakan penggalian kebutuhan (*probing*) terhadap calon pelanggan potensial, melaksanakan presentasi penjualan, melaksanakan penanganan terhadap keberatan pelanggan, melaksanakan negosiasi, memfasilitasi komitmen pembelian (*closing*) yang digunakan untuk melaksanakan keterampilan penjualan.
- 1.2 Jenis-jenis pertanyaan yang dibutuhkan untuk menjajaki kebutuhan pelanggan tidak terbatas pada pertanyaan *Situation* (situasi), *Problem* (masalah), *Implication* (dampak), *Need pay-off* (konfirmasi terhadap solusi).
- 1.3 Jenis-jenis pernyataan yang dibutuhkan untuk menawarkan solusi kepada pelanggan tidak terbatas pada pernyataan *feature* (fitur), *advantage* (keunggulan), *benefit* (manfaat)
- 1.4 Tanda-tanda penutupan penjualan dapat dilihat dari respon pelanggan yang berupa *verbal* (pertanyaan, pujian, permintaan), dan *non-verbal* (tatapan mata, anggukan kepala, posisi tubuh)
- 1.5 Pilihan-pilihan yang digunakan dalam taktik negosiasi tidak terbatas pada *exaggerated demands* (meminta sesuatu yang tidak masuk akal), *salami* (cenderung menyetujui hanya pada satu titik tertentu), *red herring* (melakukan percakapan tidak relevan dengan tujuan mengalihkan perhatian), mencapai kesepakatan pada saat-saat terakhir untuk mendapat kelonggaran, *stonewall* (cenderung berkata tidak tanpa alasan yang masuk akal), *good guy/bad guy* (*bad guy* berperan sebagai orang yang menyerang, *good guy* berperan sebagai orang yang memberikan solusi), *silence* (cenderung diam, menunggu

pihak lain berbicara terlebih dahulu), *personal attack* (membuat pernyataan di luar dugaan tentang pribadi atau perusahaan), *Columbo* (mengarah pada akhir negosiasi dengan mengeluarkan pernyataan tambahan), dan *selective listening* (mendengar manfaat saja dan melewatkan hal-hal yang kurang berkenan).

2. Peralatan dan perlengkapan:

2.1 Peralatan

2.1.1 Alat komunikasi

2.1.2 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data (contoh: *Microsoft Office (Excel, Word, Power Point)*, *Linux open source*, dll)

3. Peraturan-peraturan:

3.1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomor 8/1999, Pasal 7, Pasal 13 sampai dengan Pasal 16

4. Norma dan standar:

(Tidak ada.)

**PANDUAN PENILAIAN :**

1. Konteks penilaian

1.1 Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan Melaksanakan Keterampilan Penjualan

1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK).

2. Persyaratan kompetensi

Untuk bisa menerapkan unit kompetensi ini, unit kompetensi yang harus dikuasai sebelumnya: -

- 2.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan
- 2.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif
- 2.3 M.702090.003.01 : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)
- 2.4 M.702090.004.01 : Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial

3. Pengetahuan dan keterampilan:

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep *personal selling*

3.1.2 Konsep keterampilan penjualan (*selling skill*)

3.2 Keterampilan

3.2.1 Komunikasi

3.2.2 Pemanfaatan *database* pelanggan

4. Sikap kerja yang dibutuhkan:

4.1 Perhatian pada detail elemen-elemen keterampilan menjual

4.2 Giat dalam menjalankan tugas harian di bidang penjualan

4.3 Bertanggung jawab mengevaluasi efektivitas proses penjualan yang selama ini dilakukan

4.4 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama

5. Aspek kritis:

5.1 Ketepatan menentukan waktu untuk menutup penjualan



**KODE UNIT : M.702090.006.01**

**JUDUL UNIT : Menyusun Rencana Aktifitas Penjualan**

**DESKRIPSI UNIT :** Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menyusun rencana aktifitas penjualan

| <b>ELEMEN KOMPETENSI</b>             | <b>KRITERIA UNJUK KERJA</b>   |
|--------------------------------------|---|
| 1. Melaksanakan pengelolaan waktu    | 1.1 Daftar dan target pekerjaan harian dibuat<br>1.2 Prioritas pekerjaan dalam sehari ditentukan  |
| 2. Melaksanakan pengelolaan teritori | 2.1 Teritori yang menjadi tanggungjawab pekerjaannya dipetakan<br>2.2 Prioritas pelanggan ditentukan<br>2.3 Rencana kunjungan berdasarkan teritori ditentukan |

**BATASAN VARIABEL :**

1. Konteks Variabel

- 1.1 Unit ini berlaku untuk melaksanakan pengelolaan waktu dan melaksanakan pengelolaan teritori, yang digunakan untuk menyusun rencana aktifitas penjualan
- 1.2 Pengelolaan waktu memiliki peranan penting karena mengurangi stres, menjaga keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi, meningkatkan produktivitas dari tenaga penjual itu sendiri, dan mencapai tujuan atau target dari tenaga penjual itu sendiri.
- 1.3 Tahap dalam melakukan pengelolaan waktu termasuk di dalamnya mengecek kegiatan harian, menyusun tujuan pribadi, daftar pekerjaan harian, mencatat hal penting dalam kalender, menyusun kegiatan harian
- 1.4 Pengelolaan teritori penting karena tenaga penjual dapat mengunjungi wilayah cakupan dengan lebih baik, mengurangi harga pokok penjualan dengan berbagai efisiensi, meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, dan dapat melakukan evaluasi kerja dengan lebih akurat.

- 1.5 Tahap dalam melakukan pengelolaan teritori meliputi penentuan segmen teritori, mengelola potensi setiap area, menyusun prioritas terhadap area.
2. Peralatan dan perlengkapan:
  - 2.1 Peralatan
    - 2.1.1 Alat pengolah data
  - 2.2 Perlengkapan
    - 2.2.1 Alat tulis kantor
3. Peraturan-peraturan:  
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar:  
(Tidak ada.)

**PANDUAN PENILAIAN :**

1. Konteks penilaian
  - 1.1 Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan menyusun rencana aktifitas penjualan
  - 1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK).
2. Persyaratan kompetensi  
Untuk bisa menerapkan unit kompetensi ini, unit kompetensi yang harus dikuasai sebelumnya:
  - 2.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan
  - 2.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif
  - 2.3 M.702090.003.01 : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)
  - 2.4 M.702090.004.01 : Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial

## 2.5 M.702090.005.01 Melaksanakan keterampilan penjualan

### 3. Pengetahuan dan keterampilan:

#### 3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep manajemen waktu (*time management*)

3.1.2 Konsep pengelolaan teritori (*territory management*)

#### 3.2 Keterampilan: tidak ada

### 4. Sikap kerja yang dibutuhkan:

4.1 Cekatan dalam mempelajari variasi teknik mengelola teritori penjualan dan pola rute kerja tenaga penjual.

4.2 Ulet dalam melakukan analisa lingkungan bisnis, baik kebutuhan jalur distribusi, pesaing usaha, ataupun proposisi perusahaan dalam menyesuaikan diri terhadap konteks persaingan yang sedang dihadapi

### 5. Aspek kritis:

5.1 Ketepatan dalam mengelola waktu dan teritori