

Sabtu Divisi p. kosa
24.3.2022
Tape

MATERI UJI KOMPETENSI

SKEMA 3

OPERASIONAL PEMASARAN BARANG DAN JASA



KOMPETENSI KEAHLIAN :

BISNIS DARING DAN PEMASARAN

SMK NEGERI 2 CIKARANG BARAT
Jl. Fatahillah No. 1-A Desa Kalijaya - Cikarang Barat
B E K A S I
2022

FR.APL.01. PERMOHONAN SERTIFIKASI KOMPETENSI

Bagian 1 : Rincian Data Pemohon Sertifikasi

Pada bagian ini, cantumkan data pribadi, data pendidikan formal serta data pekerjaan anda pada saat ini.

a. Data Pribadi

Nama lengkap : _____
No. KTP/NIK/Paspor : _____
Tempat / tgl. Lahir : _____
Jenis kelamin : Laki-laki / Wanita *)
Kebangsaan : _____
Alamat rumah : _____ Kode pos : _____
No. Telepon/E-mail : Rumah : _____ Kantor : _____
: HP : _____ E-mail : _____
Kualifikasi Pendidikan : _____
*Coret yang tidak perlu

b. Data Pekerjaan Sekarang

Nama Institusi / Perusahaan : _____
Jabatan : _____
Alamat Kantor : _____ Kode pos : _____
No. Telp/Fax/E-mail : Telp : _____ Fax : _____
E-mail : _____

Bagian 2 : Data Sertifikasi

Tuliskan Judul dan Nomor Skema Sertifikasi yang anda ajukan berikut Daftar Unit Kompetensi sesuai kemasan pada skema sertifikasi untuk mendapatkan pengakuan sesuai dengan latar belakang pendidikan, pelatihan serta pengalaman kerja yang anda miliki.

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul :	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN
	Nomor :	SKM/BNSP/00007/1/2019/26C
Tujuan Asesmen	:	Sertifikasi

Daftar Unit Kompetensi sesuai kemasan :

No.	Kode Unit	Judul Unit	Jenis Standar (Standar Khusus/Standar Internasional/SKKNI)
1.	M.702090.001.01	Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan ✓	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI Nomor 389 Tahun 2013 ▪ SKNNI Nomor 16 Tahun 2018
2.	M.702090.002.01	Melaksanakan Komunikasi Efektif ✓	
3.	M.702090.003.01	Melaksanakan penulisan bisnis (business writing) ✓	
4.	M.702090.004.01	Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial ✓	
5.	M.702090.005.01	Melaksanakan Keterampilan Penjualan ✓	
6.	M.702090.006.01	Menyusun rencana aktifitas penjualan ✓	
7.	M.702090.007.01	Mewujudkan kepuasan Pelanggan ✓	
8.	G.46RIT00.053.1	Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel ✓	
9.	G.46RIT00.055.1	Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel ✓	
10.	G.46RIT00.064.1	Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel ✓	

Bagian 3 : Bukti Kelengkapan Pemohon

Bukti Persyaratan Dasar Pemohon

No.	Bukti Persyaratan Dasar	Ada		Tidak Ada
		Memenuhi Syarat	Tidak Memenuhi Syarat	
1.	FC Kartu Pelajar/KTP/Kartu Keluarga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2.	Foto Copy Raport sesuai skema yang akan di tempuh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Sertifikat Prakerin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Rekomendasi (diisi oleh LSP) : Berdasarkan ketentuan persyaratan dasar, maka pemohon: Diterima/ Tidak diterima *) sebagai peserta sertifikasi * coret yang tidak sesuai	Pemohon/ Kandidat : <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Nama</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tanda tangan/ Tanggal</td> <td></td> </tr> </table>	Nama		Tanda tangan/ Tanggal			
Nama							
Tanda tangan/ Tanggal							
Catatan :	Admin LSP : <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Nama</td> <td></td> </tr> <tr> <td>No. Reg</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tanda tangan/ Tanggal</td> <td></td> </tr> </table>	Nama		No. Reg		Tanda tangan/ Tanggal	
Nama							
No. Reg							
Tanda tangan/ Tanggal							

FR.APL.02. ASESMEN MANDIRI

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN
	Nomor	:	5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa

PANDUAN ASESMEN MANDIRI			
Instruksi : <ul style="list-style-type: none"> Baca setiap pertanyaan di kolom sebelah kiri Beri tanda centang (✓) pada kotak jika Anda yakin dapat melakukan tugas yang dijelaskan. Isi kolom di sebelah kanan dengan mendaftar bukti yang Anda miliki untuk menunjukkan bahwa Anda melakukan tugas-tugas ini. 			
Unit Kompetensi: Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan			

Dapatkan Saya	K	BK	Bukti yang relevan
1. Elemen : Mengidentifikasi elemen strategi pemasaran perusahaan <ul style="list-style-type: none"> Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Menjelaskan definisi segmentasi, targeting, positioning 1.2 Menguraikan segmentasi perusahaan 1.3 Mengidentifikasi target segmen 			
2. Elemen : Mengidentifikasi elemen taktik pemasaran perusahaan <ul style="list-style-type: none"> Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Menjelaskan bauran pemasaran dan penjualan (<i>selling</i>) 2.2 Mengidentifikasi kerangka diferensiasi secara <i>infrastructure, content, context, dan content</i> 2.3 Menjabarkan elemen-elemen pemasaran 2.4 Mengidentifikasi tipe-tipe pendekatan (<i>selling</i>) 			
3. Elemen : Mengidentifikasi elemen value pemasaran perusahaan <ul style="list-style-type: none"> Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 3.1 Mendefinisikan merek (brand), layanan (service), proses (process) 3.2 Menjelaskan merek (Brand Equity) dan elemen pembentukannya 3.3 Menjabarkan kualitas pelayanan (service quality) 3.4 Menguraikan konsep quality, cost, delivery dan kaitannya dengan proses 			

Unit Kompetensi:	Melaksanakan Komunikasi Efektif ✓	K	BK	Bukti yang relevan
Dapatkah Saya?				
1. Elemen : Mengidentifikasi model gaya komunikasi seorang pelanggan • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Mengidentifikasi gaya komunikasi pelanggan 1.2 Melakukan teknik dalam menghadapi pelanggan dengan gaya komunikasi yang berbeda-beda 2. Elemen : Melaksanakan komunikasi langsung menggunakan bahasa verbal dan non verbal • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Mempertimbangkan pemilihan kata-kata saat berkomunikasi 2.2 Mengendalikan bahasa tubuh dan ekspresi wajah 2.3 Melaksanakan tata penampilan profesional 2.4 Melaksanakan komunikasi antar pelanggan dan staf 				

Unit Kompetensi:	Melaksanakan penulisan bisnis (business writing) ✓	K	BK	Bukti yang relevan
Dapatkah Saya?				
1. Elemen : Mempersiapkan topik pesan yang akan disampaikan • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Menentukan tujuan penulisan 1.2 Menyiapkan kerangka pesan yang dapat menggambarkan kalimat pembuka, pesan inti, serta kalimat penutup 2. Elemen : Menuliskan pesan sesuai topik • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Menuliskan nama, jabatan, serta nama perusahaan 2.2 Menuliskan kerangka pesan yang ada 				

Unit Kompetensi:	Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial ✓			
Dapatkah Saya?		K	BK	Bukti yang relevan
1. Elemen : Mendapatkan data calon pelanggan potensial (prospecting)				

<ul style="list-style-type: none"> Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Melakukan teknik mencari pelanggan potensial referral atau non referral 1.2 Mendapatkan data pelanggan yang lengkap, akurat dan relevan <p>2. Elemen : Menghubungi calon pelanggan potensial</p> <ul style="list-style-type: none"> Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Melakukan kontak melalui beragam media komunikasi (telepon, e-mail, short message service, dll) 2.2 Mendapatkan jadwal pertemuan (meeting) dengan calon pelanggan potensial 			
---	--	--	--

Unit Kompetensi:	Melaksanakan Keterampilan Penjualan ✓			
Dapatkah Saya?	K	BK	Bukti yang relevan	
<p>1. Elemen : Membuka percakapan dengan calon pelanggan potensial</p> <ul style="list-style-type: none"> Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Memperkenalkan nama, jabatan, serta perusahaan tempat bekerja 1.2 Menyebutkan tujuan pertemuan 1.3 Melakukan percakapan untuk mencairkan suasana (ice breaking) 				
<p>2. Elemen : Melaksanakan penggalian kebutuhan (probing) terhadap calon pelanggan potensial</p> <ul style="list-style-type: none"> Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Melaksanakan teknik penggalian kebutuhan pelanggan berupa masalah (problem), dampak dari masalah (implication) 2.2 Menawarkan solusi pemenuhan kebutuhan (need pay-off) pelanggan 				
<p>3. Elemen : Melaksanakan presentasi penjualan</p> <ul style="list-style-type: none"> Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 3.1 Menentukan tipe presentasi yang akan disampaikan apakah bertujuan untuk menyampaikan informasi, berusaha melakukan persuasi, atau sekedar memberikan hiburan 3.2 Menyiapkan berbagai perlengkapan yang dibutuhkan seperti alat penampil presentasi, penunjuk laser (laser pointer), 				

<p>layer putih, dan berbagai perlengkapan lainnya</p> <p>3.3 Menyampaikan pesan utama dalam presentasi</p>			
<p>4. Elemen : Melaksanakan penanganan terhadap keberatan pelanggan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 4.1 Menyebutkan Penyebutan Feature, Advantage, Benefit (FAB) dari produk/jasa 4.2 Menjawab hal yang menjadi keberatan pelanggan dengan menyebutkan nilai (value) yang terdapat pada produk/jasa yang ditawarkan 			
<p>5. Elemen : Melaksanakan Negosiasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 5.1 Menyiapkan skenario negosiasi (shopping list) 5.2 Mengidentifikasi taktik negosiasi pelanggan 5.3 Mengakomodir hal yang menjadi concern pelanggan (win-win solution) 			
<p>6. Elemen : Memfasilitasi komitmen pembelian (Closing)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 6.1 Mengidentifikasi Waktu dan tanda – tanda (Verbal dan non verbal) yang tepat untuk penutupan penjualan 6.2 Melakukan Teknik untuk penutupan penjualan 			

Unit Kompetensi:	Menyusun rencana aktifitas penjualan	K	BK	Bukti yang relevan
Dapatkan Saya?				
<p>1. Elemen : Melaksanakan pengelolaan waktu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Membuat daftar dan terget pekerjaan harian 1.2 Menentukan prioritas pekerjaan dalam sehari 				
<p>2. Elemen: Melaksanakan pengelolaan teritori</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Menempatkan teritori yang menjadi tanggung jawab 2.2 Menentukan prioritas pelanggan 2.3 Menentukan rencana kunjungan berdasarkan teori 				

Unit Kompetensi:	Mewujudkan kepuasan Pelanggan		
Dapatkah Saya?	K	BK	Bukti yang relevan
1. Elemen : Menggali kebutuhan pelanggan <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Mengidentifikasi kebutuhan dasar pelanggan 1.2 Mengkonfirmasi ulang permintaan pelanggan 1.3 Menawarkan layanan yang sesuai 1.4 Menciptakan ekspektasi kinerja layanan 			
2. Elemen : Menyiapkan pelaksanaan layanan <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Mempersiapkan seluruh sarana penunjang pelaksanaan layanan 2.2 Mengkomunikasikan kebutuhan layanan pelanggan kepada seluruh personil yang terlibat 			
3. Elemen : Melaksanakan layanan prima <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 3.1 Memberikan layanan yang tepat sesuai permintaan pelanggan 3.2 Menjaga elemen fisik dan/atau penampilan sesuai kebutuhan pelanggan 3.3 Melaksanakan tanggapan terhadap permintaan tambahan dari pelanggan 3.4 Menunjukkan Empati terhadap pelanggan 			

Unit Kompetensi:	Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel		
Dapatkah Saya?	K	BK	Bukti yang relevan
1. Elemen : Menyiapkan hal-hal yang dibutuhkan untuk menggunakan media sosial <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Meninjau Persyaratan kebijakan serta prosedur media sosial organisasi 1.2 Melakukan penelitian atas berbagai platform media sosial serta analisis perbandingan jumlah akun, fungsi dan jangkauan pengunjung 1.3 Melakukan penelitian terhadap tren baru penggunaan platform media sosial 1.4 Memilih platform media sosial yang sesuai dengan kebutuhan merek dagang dan target pelanggan tertentu 			

<p>1.5 Mendapatkan informasi dan konten dari sumber internal ataupun eksternal mengenai platform media sosial</p> <p>1.6 Membuat konten media sosial sesuai dengan target pengunjung , nilai-nilai budaya merek , dan persyaratan media sosial</p> <p>1.7 Membuat kalender media sosial</p>			
<p>2. Elemen : Menggunakan media social untuk meningkatkan ketelitian pelanggan ritel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : 2.1 Menciptakan peluang-peluang untuk mendapatkan konten dari pengguna media sosial 2.2 Memberikan respon kepada pelanggan pada waktu yang tepat untuk mengarahkan mereka kepada informasi yang relevan 2.3 Mengenali potensi kehancuran merek agar dapat mengambil tindakan pencegahan secepat mungkin 2.4 Menindaklanjuti keluhan dan masalah pelanggan berdasarkan kebijakan dan prosedur media sosial 2.5 Mematuhi hukum dan etika penggunaan media sosial 			
<p>3. Elemen : Mempromosikan produk dan pelayanan ritel di media sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : 3.1 Mengidentifikasi peluang untuk pemasaran dan menulis konten di sosial media 3.2 Menyiapkan konten untuk promosi produk dan pelayanan di media sosial berdasarkan peluang yang ada 3.3 Menayangkan konten media sosial menurut kebijakan dan prosedur media sosial 3.4 Memberdayakan media social untuk mempromosikan penawaran khusus dan promosi lainnya sebagaimana diperlukan 			
<p>4. Elemen : Meninjau penggunaan media sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : 4.1 Memantau aktivitas media sosial dengan perangkat monitoring yang tepat 4.2 Mengidentifikasi peluang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan untuk diteruskan ke pelanggan oleh 			

<p>personel yang relevan</p> <p>4.3 Memperbarui tampilan dan gaya akun media sosial secara berkala untuk memaksimalkan efektifitas</p> <p>4.4 Melaporkan efektivitas penggunaan media sosial kepada sosial personal yang relevan</p> <p>4.5 Memperbaiki Tampilan dan gaya akun media sosial secara berkala untuk memaksimalkan efektifitas</p> <p>4.6 Melaporkan efektivitas penggunaan media sosial kepada personel yang relevan</p>			
---	--	--	--

Unit Kompetensi:	Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel	K	BK	Bukti yang relevan
Dapatkah Saya?				
1. Elemen : Melakukan riset pasar dan tren pemasaran digital <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Melakukan riset pasar dari sumber-sumber terpercaya untuk menentukan kebutuhan pelanggan 1.2 Mengidentifikasi tren perkembangan pemasaran digital dan manfaat penggunaannya bagi bisnis ritel 1.3 Menyesuaikan hasil penelitian dengan kebijakan dan prosedur perusahaan 				
2. Elemen : Melakukan aktivitas pemasaran digital <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Menyesuaikan rencana pemasaran digital dengan prosedur yang relevan dalam perusahaan 2.2 Menerapkan rencana pemasaran digital 2.3 Memastikan kegiatan pemasaran digital patuh pada prosedur, kebijakan perusahaan dan aspek hukum yang berlaku 2.4 Menggunakan perangkat daring untuk meningkatkan sasaran aktivitas pemasaran digital 2.5 Memantau perangkat daring untuk meningkatkan sasaran aktivitas pemasaran digital digunakan 				

3. Elemen : Meninjau aktivitas pemasaran digital

- Kriteria Unjuk Kerja :
 - 3.1 Mengevaluasi hasil dari aktivitas pemasaran digital
 - 3.2 Meninjau hasil dari aktifitas pemasaran digital
 - 3.3 Menyiapkan laporan hasil pemasaran digital untuk dilanjutkan kepada personel yang relevan

Unit Kompetensi:	Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel	K	BK	Bukti yang relevan
Dapatkan Saya				
1. Elemen : Mengkonfirmasi efektivitas aplikasi perdagangan daring (e-commerce) dan pendekatannya	<ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Menentukan kapabilitas baru yang disediakan oleh teknologi dan aplikasi perdagangan daring (e-commerce) 1.2 Mengkaji Dampak aplikasi perdagangan daring (e-commerce) pada proses penjualan dan pelayanan bisnis ritel 1.3 1.3 Menetapkan Dampak solusi perdagangan daring (e-commerce) pada penjualan dan strategi pelayanan saat ini 1.4 1.4 Melakukan penilaian atas potensi aplikasi perdagangan daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan saat ini 			
2. Elemen : Menganalisa relevansi kehadiran aplikasi perdagangan daring (e-commerce) untuk operasional ritel saat ini	<ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Menyelesaikan permodalan dari aplikasi perdagangan daring (e-commerce) dan proses-proses yang terkait 2.2 Mengkonfirmasi dampak perdagangan daring (e-commerce) pada pangsa pasar dan pelanggan daring 2.3 Meninjau kembali fasilitas, infrastruktur dan akses pelanggan yang ada untuk mengenali potensi dampak implementasi model perdagangan daring (e-commerce) 2.4 Menentukan Keunggulan solusi 			

<p>perdagangan daring (e-commerce) bagi pemasok dan hubungan bisnis yang ada</p> <p>2.5 Menetapkan Persyaratan kinerja untuk operasi ritel saat ini dan ketika model perdagangan daring (e-commerce) berjalan</p> <p>3. Elemen : Memantau ujicoba performa aplikasi dan teknologi perdagangan daring (e-commerce)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <p>3.1 Memilih aplikasi perdagangan daring (e-commerce) dan proses-proses yang terkait</p> <p>3.2 Mengujicobakan aplikasi perdagangan daring (e-commerce) dan proses-proses yang terkait</p> <p>3.3 Mendokumentasikan hasil ujicoba aplikasi perdagangan daring (e-commerce)</p> <p>3.4 Melakukan evaluasi atas efektivitas aplikasi dan proses perdagangan daring (e-commerce) terhadap tujuan kinerja</p> <p>3.5 Menggunakan hasil evaluasi untuk membuat rekomendasi tentang penerapan solusi perdagangan daring (e-commerce)</p>			
<p>4. Elemen : Menetapkan solusi aplikasi perdagangan daring (e-commerce)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Unjuk Kerja : <p>4.1 Menerapkan aplikasi perdagangan daring (e-commerce) sesuai dengan kebijakan dan prosedur gerai</p> <p>4.2 Menggabungkan aplikasi dan proses perdagangan daring (e-commerce) ke sistem bisnis ritel yang sudah ada</p>			

Nama Asesi:	Tanggal:	Tanda Tangan Asesi:
Ditinjau oleh Asesor :		
Nama Asesor :	Rekomendasi : Asesmen dapat dilanjutkan/ tidak dapat dilanjutkan*)	Tanda Tangan dan Tanggal :

*) coret yang tidak perlu

FR.MAPA.01- MERENCANAKAN AKTIVITAS DAN PROSES ASESMEN

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul :	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN 5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
	Nomor :	SKM/BNSP/00007/1/2019/26C

1. Menentukan Pendekatan Asesmen																																																													
1.1	Kandidat	<input checked="" type="checkbox"/> Hasil pelatihan dan atau pendidikan: <input type="checkbox"/> Pekerja berpengalaman <input type="checkbox"/> Pelatihan / belajar mandiri																																																											
	Tujuan Asesmen	<input checked="" type="checkbox"/> Sertifikasi <input type="checkbox"/> Lainnya																																																											
	Konteks Asesmen:	<table border="1"> <tr> <td>Lingkungan</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Tempat kerja nyata</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>Tempat kerja simulasi</td> </tr> <tr> <td>Peluang untuk mengumpulkan bukti dalam sejumlah situasi</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Tersedia</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>Terbatas</td> </tr> <tr> <td>Hubungan antara standar kompetensi dan:</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>Bukti untuk mendukung asesmen / RPL:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Aktivitas kerja di tempat kerja Asesi:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Kegiatan Pembelajaran:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Siapa yang melakukan asesmen / RPL</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>Lembaga Sertifikasi</td> <td colspan="3"></td> </tr> <tr> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Organisasi Pelatihan</td> <td colspan="3"></td> </tr> <tr> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Asesor Perusahaan</td> <td colspan="3"></td> </tr> <tr> <td>Konfirmasi dengan orang yang relevan</td> <td> <input checked="" type="checkbox"/> Kepala Bidang Sertifikasi LSP <input checked="" type="checkbox"/> Asesor Kompetensi <input checked="" type="checkbox"/> Ketua Kompetensi Keahlian <input checked="" type="checkbox"/> DUDIKA </td> <td colspan="4"></td> </tr> <tr> <td>1.2</td> <td>Tolak Ukur Asesmen</td> <td colspan="5"> Standar Kompetensi : SKKNI 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, sub golongan konsultasi manajemen area kerja pemasaran <input checked="" type="checkbox"/> SKKNI Nomor 16 Tahun 2018 tentang penetapan standar kompetensi kerja nasional indonesia kategori perdagangan besar dan eceran; reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor golongan pokok perdagangan besar, bukan mobil dan sepeda motor bidang ritel modern <input type="checkbox"/> Kriteria asesmen dari kurikulum pelatihan <input type="checkbox"/> Spesifikasi kinerja suatu perusahaan atau industri: <input type="checkbox"/> Spesifikasi Produk: <input type="checkbox"/> Pedoman khusus: </td> </tr> </table>	Lingkungan	<input type="checkbox"/>	Tempat kerja nyata	<input checked="" type="checkbox"/>	Tempat kerja simulasi	Peluang untuk mengumpulkan bukti dalam sejumlah situasi	<input type="checkbox"/>	Tersedia	<input checked="" type="checkbox"/>	Terbatas	Hubungan antara standar kompetensi dan:	<input checked="" type="checkbox"/>	Bukti untuk mendukung asesmen / RPL:					<input type="checkbox"/>	Aktivitas kerja di tempat kerja Asesi:					<input type="checkbox"/>	Kegiatan Pembelajaran:				Siapa yang melakukan asesmen / RPL	<input checked="" type="checkbox"/>	Lembaga Sertifikasi					<input type="checkbox"/>	Organisasi Pelatihan					<input type="checkbox"/>	Asesor Perusahaan				Konfirmasi dengan orang yang relevan	<input checked="" type="checkbox"/> Kepala Bidang Sertifikasi LSP <input checked="" type="checkbox"/> Asesor Kompetensi <input checked="" type="checkbox"/> Ketua Kompetensi Keahlian <input checked="" type="checkbox"/> DUDIKA					1.2	Tolak Ukur Asesmen	Standar Kompetensi : SKKNI 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, sub golongan konsultasi manajemen area kerja pemasaran <input checked="" type="checkbox"/> SKKNI Nomor 16 Tahun 2018 tentang penetapan standar kompetensi kerja nasional indonesia kategori perdagangan besar dan eceran; reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor golongan pokok perdagangan besar, bukan mobil dan sepeda motor bidang ritel modern <input type="checkbox"/> Kriteria asesmen dari kurikulum pelatihan <input type="checkbox"/> Spesifikasi kinerja suatu perusahaan atau industri: <input type="checkbox"/> Spesifikasi Produk: <input type="checkbox"/> Pedoman khusus:				
	Lingkungan	<input type="checkbox"/>	Tempat kerja nyata	<input checked="" type="checkbox"/>	Tempat kerja simulasi																																																								
	Peluang untuk mengumpulkan bukti dalam sejumlah situasi	<input type="checkbox"/>	Tersedia	<input checked="" type="checkbox"/>	Terbatas																																																								
	Hubungan antara standar kompetensi dan:	<input checked="" type="checkbox"/>	Bukti untuk mendukung asesmen / RPL:																																																										
		<input type="checkbox"/>	Aktivitas kerja di tempat kerja Asesi:																																																										
		<input type="checkbox"/>	Kegiatan Pembelajaran:																																																										
	Siapa yang melakukan asesmen / RPL	<input checked="" type="checkbox"/>	Lembaga Sertifikasi																																																										
		<input type="checkbox"/>	Organisasi Pelatihan																																																										
	<input type="checkbox"/>	Asesor Perusahaan																																																											
Konfirmasi dengan orang yang relevan	<input checked="" type="checkbox"/> Kepala Bidang Sertifikasi LSP <input checked="" type="checkbox"/> Asesor Kompetensi <input checked="" type="checkbox"/> Ketua Kompetensi Keahlian <input checked="" type="checkbox"/> DUDIKA																																																												
1.2	Tolak Ukur Asesmen	Standar Kompetensi : SKKNI 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, sub golongan konsultasi manajemen area kerja pemasaran <input checked="" type="checkbox"/> SKKNI Nomor 16 Tahun 2018 tentang penetapan standar kompetensi kerja nasional indonesia kategori perdagangan besar dan eceran; reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor golongan pokok perdagangan besar, bukan mobil dan sepeda motor bidang ritel modern <input type="checkbox"/> Kriteria asesmen dari kurikulum pelatihan <input type="checkbox"/> Spesifikasi kinerja suatu perusahaan atau industri: <input type="checkbox"/> Spesifikasi Produk: <input type="checkbox"/> Pedoman khusus:																																																											

2. Mempersiapkan Rencana Asesmen

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	M.702090.001.01							
	Judul Unit	:	Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan							
Kriteria Unjuk Kerja	Bukti-Bukti (Kinerja, Produk, Portofolio, dan / atau Hafalan) diidentifikasi berdasarkan Kriteria Unjuk Kerja dan Pendekatan Asesmen.	Jenis Bukti	Metode dan Perangkat Asesmen CL (Ceklis Observasi/ Lembar Periksa), DIT (Daftar Instruksi Terstruktur), DPL (Daftar Pertanyaan Lisan), DPT (Daftar Pertanyaan Tertulis), VP (Verifikasi Portofolio), CUP (Ceklis Ulasan Produk), PW (Pertanyaan Wawancara)							
		L TL T	Observasi langsung (kerja nyata/aktivitas waktu nyata di tempat kerja di lingkungan tempat kerja yang disimulasikan)	Kegiatan Terstruktur (latihan simulasi dan bermain peran, proyek, presentasi, lembar kegiatan)	Tanya Jawab (pertanyaan tertulis, wawancara, asesmen diri, tanya jawab lisan, angket, ujian lisan atau tertulis)	Verifikasi Portfolio (ambil petunjuk yang disusun oleh Asesee, produk dengan dokumentasi pendukung, bukti sejarah, jurnal atau buku catatan, informasi tentang pengalaman hidup)	Review produk (testimoni dan laporan dari atasan, bukti pelatihan, identifikasi pencapaian sebelumnya, wawancara dengan atasan, atau rekan kerja)			Lainnya :

Elemen: 1. Mengidentifikasi elemen strategi pemasaran perusahaan

1.1 Definisi segmentasi, targeting, positioning dijelaskan	Hasil observasi menjelaskan definisi segmentasi, targeting, positioning.	L	CL							
	Hasil penjelasan menjelaskan definisi segmentasi, targeting, positioning.	T			DPT					
1.2 Segmentasi perusahaan diuraikan	Hasil observasi menguraikan segmentasi perusahaan.	L	CL							
	Hasil penjelasan penguraian segmentasi perusahaan.	T			DPT					
1.3 Target segmen diidentifikasi	Hasil observasi mengidentifikasi target segmen.	L	CL							
	Hasil penjelasan pengidentifikasi target segmen.	T			DPT					
1.4 Positioning yang ditetapkan dijabarkan	Hasil observasi menjabarkan positioning yang ditetapkan.	L	CL							
	Hasil penjelasan penjabaran positioning yang ditetapkan.	T			DPT					

Elemen: 2. Mengidentifikasi elemen taktik pemasaran perusahaan

2.1 Definisi differensiasi, bauran pemasaran dan penjualan (<i>selling</i>) dijelaskan	Hasil observasi menjelaskan bauran pemasaran dan penjualan (<i>selling</i>).	L		CL							
	Hasil penjelasan bauran pemasaran dan penjualan (<i>selling</i>).		T			DPT					
2.2 Kerangka differensiasi secara <i>infrastructure, content, context, dan content</i> diidentifikasi	Hasil observasi mengidentifikasi kerangka differensiasi secara <i>infrastructure, content, context, dan content</i> .	L		CL							
	Hasil penjelasan pengidentifikasi kerangka differensiasi secara <i>infrastructure, content, context, dan content</i> .		T			DPT					
2.3 Elemen-elemen dalam bauran pemasaran dijabarkan	Hasil observasi menjabarkan elemen-elemen pemasaran.	L		CL							
	Hasil penjelasan penjabaran elemen-elemen pemasaran.		T			DPT					
2.4 Tipe-tipe pendekatan penjualan (<i>selling</i>) diidentifikasi	Hasil observasi mengidentifikasi tipe-tipe pendekatan (<i>selling</i>).	L		CL							
	Hasil penjelasan pengidentifikasi tipe-tipe pendekatan (<i>selling</i>).		T			DPT					

Elemen: 3. Mengidentifikasi elemen *value* pemasaran perusahaan

3.1 Definisi merek (<i>brand</i>), layanan (<i>service</i>), proses (<i>process</i>) dijelaskan	Hasil observasi mendefinisikan merek (<i>brand</i>), layanan (<i>service</i>), proses (<i>process</i>).	L		CL							
	Hasil penjelasan merek (<i>brand</i>), layanan (<i>service</i>), proses (<i>process</i>).		T			DPT					
3.2 Ekuitas merek (<i>Brand Equity</i>) dan elemen pembentukannya dijelaskan	Hasil observasi menjelaskan merek (<i>Brand Equity</i>) dan elemen pembentukannya.	L		CL							

	Hasil penjelasan merek (<i>Brand Equity</i>) dan elemen pembentukannya.		T		DPT			
3.3 Dimensi kualitas pelayanan (<i>service quality</i>) dijabarkan	Hasil observasi menjabarkan kualitas pelayanan (<i>service quality</i>).	L		CL				
	Hasil penjelasan penjabaran kualitas pelayanan (<i>service quality</i>).		T		DPT			
3.4 Konsep <i>quality, cost, delivery</i> dan kaitannya dengan proses diuraikan	Hasil observasi menguraikan konsep <i>quality, cost, delivery</i> dan kaitannya dengan proses.	L		CL				
	Hasil penjelasan dari penjabaran konsep <i>quality, cost, delivery</i> dan kaitannya dengan proses.		T		DPT			

Unit Kompetensi	Kode Unit :	M.702090.002.01						
	Judul Unit :	Melaksanakan Komunikasi Efektif ✓						
Kriteria Unjuk Kerja	Bukti-Bukti (Kinerja, Produk, Portofolio, dan / atau Hafalan) diidentifikasi berdasarkan Kriteria Unjuk Kerja dan Pendekatan Asesmen.	Jenis Bukti	Metode dan Perangkat Asesmen CL (Ceklis Observasi/ Lembar Periksa), DIT (Daftar Instruksi Terstruktur), DPL (Daftar Pertanyaan Lisan), DPT (Daftar Pertanyaan Tertulis), VP (Verifikasi Portofolio), CUP (Ceklis Ulasan Produk), PW (Pertanyaan Wawancara)					
		L TL T	Observasi langsung (kejadian/aktivitas waktu nyata di tempat kerja di lingkungan tempat kerja yang disimulasikan)	Kegiatan Terstruktur (latihan simulasi dan bermain peran, proyek, presentasi, lembar kegiatan)	Tanya Jawab (pertanyaan tertulis, wawancara, asesmen diri, tanya jawab lisan, angket, ujian lisan atau tertulis)	Verifikasi Portofolio (sample pekerjaan yang disusun oleh Ases, produk dengan dokumentasi pendukung, buku sejarah, jurnal atau buku catatan, informasi tentang pengalaman hidup)	Review produk (testimoni dan laporan dari arasan, bukti pelatihan, otentikasi pencapaian sebelumnya, wawancara dengan arasan, atau rekan kerja)	Lainnya :

Elemen: 1. Mengidentifikasi model gaya komunikasi seorang pelanggan

1.1. Gaya komunikasi pelanggan diidentifikasi	Hasil observasi Mengidentifikasi gaya komunikasi pelanggan.	L		CL				
	Hasil penjelasan pengidentifikasian gaya komunikasi pelanggan.		T		DPT			

1.2. Teknik dalam menghadapi pelanggan dengan gaya komunikasi yang berbeda-beda dilakukan	Hasil observasi Melakukan teknik dalam menghadapi pelanggan dengan gaya komunikasi yang berbeda-beda.	L		CL							
	Hasil penjelasan perlakuan teknik dalam menghadapi pelanggan dengan gaya komunikasi yang berbeda-beda.		T			DPT					

Elemen: 2. Melaksanakan komunikasi langsung menggunakan bahasa verbal dan non verbal

2.1 Pemilihan kata-kata saat berkomunikasi dipertimbangkan	Hasil observasi mempertimbangkan pemilihan kata-kata saat berkomunikasi.	L	CL								
	Hasil penjelasan pertimbangan pemilihan kata-kata saat berkomunikasi.		T			DPT					
2.2 Bahasa tubuh dan ekspresi wajah dikendalikan	Hasil observasi mengendalikan bahasa tubuh dan ekspresi wajah.	L	CL								
	Hasil Penjelasan pengendalian Bahasa tubuh dan ekspresi wajah.		T			DPT					
2.3 Tata penampilan profesional dilaksanakan	Hasil observasi melaksanakan tata penampilan profesional.	L	CL								
	Hasil penjelasan dilaksanakan tata penampilan profesional.		T			DPT					
2.4 Komunikasi antar pelanggan dan staf dilaksanakan	Hasil observasi melaksanakan komunikasi antar pelanggan dan staf.	L	CL								

	Hasil penjelasan pelaksanaan komunikasi antar pelanggan dan staf.	T			DPT			
--	---	---	--	--	-----	--	--	--

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	M.702090.003.01						
	Judul Unit	:	Melaksanakan penulisan bisnis (<i>business writing</i>)						
Kriteria Unjuk Kerja	Bukti-Bukti (Kinerja, Produk, Portofolio, dan / atau Hafalan) diidentifikasi berdasarkan Kriteria Unjuk Kerja dan Pendekatan Asesmen.	Jenis Bukti	Metode dan Perangkat Asesmen CL (Ceklis Observasi/ Lembar Periksa), DIT (Daftar Instruksi Terstruktur), DPL (Daftar Pertanyaan Lisan), DPT (Daftar Pertanyaan Tertulis), VP (Verifikasi Portofolio), CUP (Ceklis Ulasan Produk), PW (Pertanyaan Wawancara)						

Elemen: 1. Mempersiapkan topik pesan yang akan disampaikan

1.1 Menentukan tujuan penulisan	Hasil observasi Menentukan tujuan penulisan.	L		CL					
	Hasil penjelasan Penentuan tujuan penulisan.		T			DPT			
1.2 Menyiapkan kerangka pesan yang dapat menggambar-kan kalimat pembuka, pesan inti, serta kalimat penutup	Hasil observasi menyiapkan kerangka pesan yang dapat menggambarkan kalimat pembuka, pesan inti, serta kalimat penutup.	L		CL					
	Hasil penjelasan menyiapkan kerangka pesan yang dapat menggambarkan kalimat pembuka, pesan inti, serta kalimat penutup.		T			DPT			

Elemen: 2. Menuliskan pesan sesuai topik

2.1 Nama, jabatan, serta nama perusahaan dituliskan	Hasil observasi menuliskan nama, jabatan, serta nama perusahaan.	L		CL					
---	--	---	--	----	--	--	--	--	--

	Hasil penjelasan menuliskan nama, jabatan, serta nama perusahaan.	T			DPT			
2.2 Kerangka pesan yang ada dituliskan	Hasil observasi menuliskan kerangka pesan yang ada.	L	CL					
	Hasil penjelasan menuliskan kerangka pesan yang ada.	T			DPT			

Unit Kompetensi	Kode Unit : M.702090.004.01	Jenis Bukti	Metode dan Perangkat Asesmen CL (Ceklis Observasi/ Lembar Periksa), DIT (Daftar Instruksi Terstruktur), DPL (Daftar Pertanyaan Lisan), DPT (Daftar Pertanyaan Tertulis), VP (Verifikasi Portofolio), CUP (Ceklis Ulasan Produk), PW (Pertanyaan Wawancara)					
	Judul Unit : Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial ✓							
Kriteria Unjuk Kerja	Bukti-Bukti (Kinerja, Produk, Portofolio, dan / atau Hafalan) diidentifikasi berdasarkan Kriteria Unjuk Kerja dan Pendekatan Asesmen.	L TL T	Observasi Langsung (kegiatan/aktivitas waktu nyata di tempat kerja di lingkungan tempat kerja yang disimulasikan)	Kegiatan Terstruktur (latihan simulasis dan bermain peran, proyek, presentasi, lembar kegiatan)	Tanya Jawab (pertanyaan tertulis, wawancara, asesmen diri, tanya jawab lisan, angket, ujian lisan atau tertulis)	Verifikasi Portofolio (sample pekerjaan yang disusun oleh Ases, produk dengan dokumentasi pendukung, bukti sejarah, jurnal, atau buku catatan, informasi tentang pengalaman hidup)	Review produk (testimoni dan laporan dari atasan, bukti peleitian, identifikasi pencapaian sebelumnya, wawancara dengan atasan, atau rekan kerja)	Lainnya :

Elemen: 1. Mendapatkan data calon pelanggan potensial (prospecting)

1.1 Teknik mencari pelanggan potensial <i>referral</i> atau <i>non referral</i> dilakukan	Hasil observasi melakukan teknik mencari pelanggan potensial <i>referral</i> atau <i>non referral</i> .	L	CL					
	Hasil penjelasan melakukan teknik mencari pelanggan potensial <i>referral</i> atau <i>non referral</i> .	T			DPT			

1.2 Data pelanggan yang lengkap, akurat dan relevan didapat	Hasil observasi mendapatkan data pelanggan yang lengkap, akurat dan relevan.	L		CL							
	Hasil penjelasan mendapatkan data pelanggan yang lengkap, akurat, dan relevan.		T				DPT				

Elemen: 2. : Menghubungi calon pelanggan potensial

2.1. Kontak melalui beragam media komunikasi (telepon, e-mail, short message service, dll) dilakukan	Hasil observasi Melakukan kontak melalui beragam media komunikasi (telepon, e-mail, short message service, dll).	L		CL							
	Hasil Penjelasan Melakukan kontak melalui beragam media komunikasi (telepon, e-mail, short message service, dll).		T				DPT				
2.2 jadwal pertemuan (meeting) dengan calon pelanggan potensial didapat	Hasil observasi mendapatkan jadwal pertemuan (meeting) dengan calon pelanggan potensial.	L		CL							
	Hasil penjelasan mendapatkan jadwal pertemuan (meeting) dengan calon pelanggan potensial.		T				DPT				

Unit Kompetensi	Kode Unit : M.702090.005.01						
	Judul Unit : Melaksanakan Keterampilan Penjualan ✓						
Kriteria Unjuk Kerja	Bukti-Bukti (Kinerja, Produk, Portofolio, dan / atau Hafalan) diidentifikasi berdasarkan Kriteria Unjuk Kerja dan Pendekatan Asesmen.	Jenis Bukti <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>L</td> <td>TL</td> <td>T</td> </tr> </table>	L	TL	T	Metode dan Perangkat Asesmen CL (Ceklis Observasi/ Lembar Periksa), DIT (Daftar Instruksi Terstruktur), DPL (Daftar Pertanyaan Lisan), DPT (Daftar Pertanyaan Tertulis), VP (Verifikasi Portofolio), CUP (Ceklis Ulasan Produk) , PW (Pertanyaan Wawancara)	
L	TL	T					
Elemen: 1. Membuka percakapan dengan calon pelanggan potensial		Observasi Langsung (ketelaian nyata/aktivitas waktunya di tempat kerja di lingkungan tempat kerja yang dimulaskan)	Kegiatan Terstruktur (latihan simulasi dan bermacam peran, proyek, presentasi, lembar kegiatan)	Tanya Jawab (pertanyaan tertulis, wawancara, asesmen diri, tanya jawab lisan, angket, ujian lisan atau tertulis)	Verifikasi Portfolio (sample) pekerjaan yang disusun oleh Asesee, produk dengan dokumentasi pendukung, bukti sejarah, jurnal atau buku catatan, informasi tentang pengalaman hidup)	Review produk (testimoni dan laporan dari atasan, bukti pelatihan, orientasi perkembangan sebelumnya, wawancara dengan atasan, atau rekan kerja)	Lainnya:
1.1. Nama, jabatan, serta perusahaan tempat bekerja diperkenalkan	Hasil observasi Memperkenalkan nama, jabatan, serta perusahaan tempat bekerja.	L	CL				
	Hasil penjelasan Memperkenalkan nama, jabatan, serta perusahaan tempat bekerja.	T		DPT			
1.2. Tujuan pertemuan disebutkan	Hasil observasi menyebutkan tujuan pertemuan.	L	CL				
	Hasil Penjelasan menyebutkan tujuan pertemuan.	T		DPT			
1.3. Percakapan untuk mencairkan suasana (<i>ice breaking</i>) dilakukan	Hasil observasi Melakukan percakapan untuk mencairkan suasana (<i>ice breaking</i>).	L	CL				
	Hasil penjelasan Melakukan percakapan untuk mencairkan suasana (<i>ice breaking</i>).	T		DPT			

Elemen: 2. Melaksanakan penggalian kebutuhan (probing) 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	Hasil observasi Melaksanakan teknik penggalian kebutuhan pelanggan berupa masalah (<i>problem</i>), dampak dari masalah (<i>implication</i>). Hasil penjelasan melaksanakan Teknik penggalian kebutuhan pelanggan berupa pertanyaan situasi (<i>situation</i>), masalah (<i>problem</i>), dampak dari masalah (<i>implication</i>).	L	T	CL							
							DPT				
2.2. Solusi pemenuhan kebutuhan (<i>need pay-off</i>) pelanggan ditawarkan	Hasil observasi Menawarkan solusi pemenuhan kebutuhan (<i>need pay-off</i>) pelanggan.	L	T	CL							
	Hasil penjelasan Menawarkan solusi pemenuhan kebutuhan (<i>need pay-off</i>) pelanggan.							DPT			

Elemen: 3. Melaksanakan presentasi penjualan

3.1. Tipe presentasi yang akan disampaikan apakah bertujuan untuk menyampaikan informasi, berusaha melakukan persuasi, atau sekedar memberikan hiburan	Hasil observasi Menentukan tipe presentasi yang akan disampaikan apakah bertujuan untuk menyampaikan informasi, berusaha melakukan persuasi, atau sekedar memberikan hiburan.	L	T	CL							
--	---	---	---	----	--	--	--	--	--	--	--

	ditentukan	Hasil penjelasan penentuan tipe presentasi yang akan disampaikan apakah bertujuan untuk menyampaikan informasi, berusaha melakukan persuasi, atau sekedar memberikan hiburan.		T			DPT				
3.2.	Berbagai perlengkapan yang dibutuhkan seperti alat penampil presentasi, penunjuk laser (<i>laser pointer</i>), layer putih, dan berbagai perlengkapan lainnya disiapkan	Hasil observasi Menyiapkan berbagai perlengkapan yang dibutuhkan seperti alat penampil presentasi, penunjuk laser (<i>laser pointer</i>), layer putih, dan berbagai perlengkapan lainnya.	L		CL						
		Hasil penjelasan Penyiapan berbagai perlengkapan yang dibutuhkan seperti alat penampil presentasi, penunjuk laser (<i>laser pointer</i>), layer putih, dan berbagai perlengkapan lainnya.		T			DPT				
3.3.	pesan utama dalam presentasi disampaikan	Hasil observasi Menyampaikan pesan utama dalam presentasi.	L		CL						
		Hasil penjelasan penyampaian pesan utama dalam presentasi.		T			DPT				

Elemen: 4. Melaksanakan penanganan terhadap keberatan pelanggan

4.1. <i>Feature, Advantage, Benefit (FAB)</i> dari produk/jasa disebutkan	Hasil observasi menyebutkan <i>Penyebutan Feature, Advantage, Benefit (FAB)</i> dari produk/jasa.	L		CL							
	Hasil penjelasan <i>Penyebutan Feature, Advantage, Benefit (FAB)</i> dari produk/jasa.		T			DPT					
4.2. Menjawab hal yang menjadi keberatan pelanggan dengan menyebutkan nilai (<i>value</i>) yang terdapat pada produk/jasa yang ditawarkan..	Hasil observasi Menjawab hal yang menjadi keberatan pelanggan dengan menyebutkan nilai (<i>value</i>) yang terdapat pada produk/jasa yang ditawarkan..	L		CL							
	Hasil penjelasan tentang jawaban hal yang menjadi keberatan pelanggan dengan menyebutkan nilai (<i>value</i>) yang terdapat pada produk/jasa yang ditawarkan..		T			DPT					

Elemen 5: Melaksanakan Negosiasi

5.1. Skenario negosiasi (<i>shopping list</i>) disiapkan	Hasil observasi Menyiapkan skenario negosiasi (<i>shopping list</i>)	.	L	CL							
	Hasil penjelasan Penyiapan skenario negosiasi (<i>shopping list</i>).		T			DPT					

5.2. Taktik negosiasi pelanggan diidentifikasi	Hasil observasi Mengidentifikasi taktik negosiasi pelanggan.	L	T	CL						
	Hasil penjelasan Pengidentifikasian taktik negosiasi pelanggan.				DPT					
5.3. Hal yang menjadi <i>concern</i> pelanggan diakomodir (<i>win-win solution</i>)	Hasil observasi Mengakomodir hal yang menjadi <i>concern</i> pelanggan (<i>win-win solution</i>).	L	T	CL						
	Hasil penjelasan Pengakomodiran hal yang menjadi <i>concern</i> pelanggan (<i>win-win solution</i>).				DPT					
Elemen 6 : Memfasilitasi komitmen pembelian (Closing)										
6.1. Waktu dan tanda – tanda (Verbal dan non verbal) yang tepat untuk penutupan penjualan diidentifikasi	Hasil Observasi Mengidentifikasi Waktu dan tanda – tanda (Verbal dan non verbal) yang tepat untuk penutupan penjualan.	L	T	CL						
	Hasil Penjelasan Waktu dan tanda – tanda (verbal dan non verbal) yang tepat untuk penutupan penjualan.				DPT					
6.2. Teknik untuk penutupan penjualan dilakukan	Hasil Observasi melakukan Teknik untuk penutupan penjualan.	L	T	CL						
	Hasil Penjelasan Teknik untuk penutupan penjualan.				DPT					

Unit Kompetensi	Kode Unit	M.702090.006.01								
	Judul Unit	Menyusun rencana aktifitas penjualan ✓								
Kriteria Unjuk Kerja	Bukti-Bukti (Kinerja, Produk, Portofolio, dan / atau Hafalan) diidentifikasi berdasarkan Kriteria Unjuk Kerja dan Pendekatan Asesmen.	Jenis Bukti	Metode dan Perangkat Asesmen CL (Ceklis Observasi/ Lembar Periksa), DIT (Daftar Instruksi Terstruktur), DPL (Daftar Pertanyaan Lisan), DPT (Daftar Pertanyaan Tertulis), VP (Verifikasi Portofolio), CUP (Ceklis Ulasan Produk), PW (Pertanyaan Wawancara)							
		L	TL	T	Observasi langsung (kegiatan/aktivitas waktu nyata di tempat kerja di lingkungan tempat kerja yang disimulasikan)	Kegiatan Terstruktur (latihan simulasi dan bermain peran, proyek, presentasi, lembar kegiatan)	Tanya Jawab (pertanyaan tertulis, wawancara, assesmen diri, tanya jawab lisan, angket, ujian lisan atau tertulis)	Verifikasi Portfolio (sample pekerjaan yang disusun oleh Asesee, produk dengan dokumentasi pendukung, buku sejarah, jurnal atau buku catatan, informasi tentang pengalaman hidup)	Review produk (tesimoni dan laporan dari atasan, bukti pelatihan, orientasi pencapaian sebelumnya, wawancara dengan atasan, rekan kerja)	lainnya :
Elemen: 1. Melaksanakan pengelolaan waktu										
1.1. Daftar dan target pekerjaan harian dibuat	Hasil observasi membuat daftar dan terget pekerjaan harian.	L			CL					
	Hasil penjelasan pembuatan daftar dan target pekerjaan harian.			T			DPT			
1.2. Prioritas pekerjaan dalam sehari ditentukan	Hasil observasi menentukan prioritas pekerjaan dalam sehari.	L			CL					
	Hasil penjelasan penentuan prioritas pekerjaan dalam sehari.			T			DPT			
Elemen: 2. Melaksanakan pengelolaan teritori										
2.1. Teritori yang menjadi tanggung jawab dipetakan	Hasil observasi menempatkan teritori yang menjadi tanggung jawab.	L			CL					
	Hasil penjelasan penempatan instrument riset.			T			DPT			
2.2. Prioritas pelanggan ditentukan	Hasil observasi menentukan prioritas pelanggan.	L			CL					
	Hasil penjelasan penentuan prioritas pelanggan.			T			DPT			

2.3. Rencana kunjungan berdasarkan teritori ditentukan	Hasil observasi menentukan rencana kunjungan berdasarkan teori.	L		CL							
	Hasil penjelasan penetuan rencana kunjungan berdasarkan teori.		T				DPT				

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	M.702090.007.01								
	Judul Unit	:	Mewujudkan kepuasan Pelanggan								
Kriteria Unjuk Kerja	Bukti-Bukti (Kinerja, Produk, Portofolio, dan / atau Hafalan) diidentifikasi berdasarkan Kriteria Unjuk Kerja dan Pendekatan Asesmen.	Jenis Bukti	Metode dan Perangkat Asesmen CL (Ceklis Observasi/ Lembar Periksa), DIT (Daftar Instruksi Terstruktur), DPL (Daftar Pertanyaan Lisan), DPT (Daftar Pertanyaan Tertulis), VP (Verifikasi Portofolio), CUP (Ceklis Ulasan Produk), PW (Pertanyaan Wawancara)								

Elemen: 1. Menggali kebutuhan pelanggan

1.1 Kebutuhan dasar pelanggan diidentifikasi	Hasil obeservasi Mengidentifikasi kebutuhan dasar pelanggan.	L		CL							
	Hasil penjelasan pengidentifikasian kebutuhan dasar pelanggan.		T				DPT				
1.2 Permintaan pelanggan dikonfirmasikan ulang	Hasil observasi Mengkonfirmasi ulang permintaan pelanggan.	L		CL							
	Hasil penjelasan pengkonfirmasian ulang permintaan pelanggan.		T				DPT				
1.3 Layanan yang sesuai ditawarkan	Hasil observasi Menawarkan layanan yang sesuai.	L		CL							

	Hasil penjelasan penawaran layanan yang sesuai.		T			DPT			
1.4 Ekspektasi kinerja layanan diciptakan	Hasil observasi menciptakan ekspektasi kinerja layanan.	L		CL					
	Hasil penjelasan penciptaan ekspektasi kinerja layanan.		T			DPT			

Elemen: 2. Menyiapkan pelaksanaan layanan

2.1 Seluruh sarana penunjang pelaksanaan layanan dipersiapkan	Hasil observasi mempersiapkan seluruh sarana penunjang pelaksanaan layanan.	L		CL					
	Hasil penjelasan persiapan seluruh sarana penunjang pelaksanaan layanan.		T			DPT			
2.2 Kebutuhan layanan pelanggan dikomunikasikan kepada seluruh personil yang terlibat	Hasil Observasi Mengkomunikasikan kebutuhan layanan pelanggan kepada seluruh personil yang terlibat.	L		CL					
	Hasil penjelasan komunikasi kebutuhan layanan pelanggan kepada seluruh personil yang terlibat.		T			DPT			

Elemen: 3. Melaksanakan layanan prima

3.1 Layanan yang tepat sesuai permintaan pelanggan diberikan	Hasil observasi memberikan layanan yang tepat sesuai permintaan pelanggan.	T		CL					
--	--	---	--	----	--	--	--	--	--

	Hasil penjelasan pemberian layanan yang tepat sesuai permintaan pelanggan.		T			DPT			
3.2 Elemen fisik dan/atau penampilan dijaga sesuai kebutuhan pelanggan	Hasil observasi menjaga elemen fisik dan/atau penampilan sesuai kebutuhan pelanggan.	L		CL					
	Hasil penjelasan penjagaan elemen fisik dan/atau penampilan sesuai kebutuhan pelanggan.		T			DPT			
3.3 Ketanggapan terhadap permintaan tambahan dari pelanggan dilaksanakan	Hasil observasi melaksanakan tanggapan terhadap permintaan tambahan dari pelanggan.	L		CL					
	Hasil penjelasan pelaksanaan tanggapan terhadap permintaan tambahan dari pelanggan.		T			DPT			
3.4 Empati terhadap pelanggan ditunjukkan	Hasil observasi menunjukan Empati terhadap pelanggan.	L		CL					
	Hasil penjelasan penunjukan Empati terhadap pelanggan.		T			DPT			

Unit Kompetensi	Kode Unit :	G.46RIT00.053.1								
	Judul Unit :	Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel								
Kriteria Unjuk Kerja	Bukti-Bukti (Kinerja, Produk, Portofolio, dan / atau Hafalan) diidentifikasi berdasarkan Kriteria Unjuk Kerja dan Pendekatan Asesmen.	Jenis Bukti	Metode dan Perangkat Asesmen CL (Ceklis Observasi/ Lembar Periksa), DIT (Daftar Instruksi Terstruktur), DPL (Daftar Pertanyaan Lisan), DPT (Daftar Pertanyaan Tertulis), VP (Verifikasi Portofolio), CUP (Ceklis Ulasan Produk), PW (Pertanyaan Wawancara)							
		L TL T	Observasi langsung (kerja nyata/aktivitas/waktu nyata di tempat kerja/di lingkungan tempat kerja yang disimulasikan)	Kegiatan Terstruktur (latihan simulasi dan bermain peran, proyek, presentasi, lembar kegiatan)	Tanya jawab (pertanyaan tertulis, wawancara, asesmen diri, tanya jawab lisan, angket, ujian lisan atau tertulis)	Verifikasi Portofolio (penerapan yang disusuri oleh Asses prodik dengan dokumentasi pendukung bukti sejarah, jurnal atau buku catatan, informasi tentang pengalaman hidup)	Review produk (tesimoni dan laporan dari atasan, bukti pelatihan, otentifikasi pencapaian sebelumnya, wawancara dengan lisan, atau rekan kerja)		Lainnya :	
Elemen: 1. Menyiapkan hal-hal yang dibutuhkan untuk menggunakan media sosial										
1.1. Persyaratan kebijakan serta prosedur media sosial organisasi ditinjau	Hasil observasi Meninjau Persyaratan kebijakan serta prosedur media sosial organisasi.	L	CL							
	Hasil penjelasan Peninjauan persyaratan kebijakan serta prosedur media sosial organisasi pembersihan.	T			DPT					
1.2. Penelitian atas berbagai platform media sosial serta analisis perbandingan jumlah akun, fungsi dan jangkauan pengunjung dilakukan	Hasil observasi Melakukan penelitian atas berbagai platform media sosial serta analisis perbandingan jumlah akun, fungsi dan jangkauan pengunjung.	L	CL							

	Hasil penjelasan Perlakuan penelitian atas berbagai platform media sosial serta analisis perbandingan jumlah akun, fungsi dan jangkauan pengunjung.		T		DPT						
1.3. Penelitian terhadap tren baru penggunaan platform media sosial dilakukan	Hasil observasi Melakukan penelitian terhadap tren baru penggunaan platform media sosial.	L		CL							
	Hasil penjelasan Perlakuan penelitian terhadap tren baru penggunaan platform media sosial.		T		DPT						
1.4. Platform media sosial yang sesuai dengan kebutuhan merek dagang dan target pelanggan tertentu dipilih	Hasil observasi Memilih platform media sosial yang sesuai dengan kebutuhan merek dagang dan target pelanggan tertentu.	L		CL							
	Hasil penjelasan Pemilihan platform media sosial yang sesuai dengan kebutuhan merek dagang dan target pelanggan tertentu.		T		DPT						

1.5. Informasi dan konten dari sumber internal ataupun eksternal mengenai platform media sosial didapatkan	Hasil observasi Mendapatkan informasi dan konten dari sumber internal ataupun eksternal mengenai platform media sosial.	L	CL								
	Hasil penjelasan Pendapatannya informasi dan konten dari sumber internal ataupun eksternal mengenai platform media sosial.			T				DPT			
1.6. Konten media sosial dibuat sesuai dengan target pengunjung , nilai-nilai budaya merek , dan persyaratan media sosial	Hasil observasi Membuat konten media sosial sesuai dengan target pengunjung, nilai-nilai budaya merek, dan persyaratan media sosial.	L	CL								
	Hasil penjelasan Pembuatan konten media sosial sesuai dengan target pengunjung, nilai-nilai budaya merek, dan persyaratan media sosial.			T				DPT			
1.7. Kalender media sosial dibuat	Hasil observasi Membuat kalender media sosial.	L	CL								

	Hasil penjelasan Pembuatan kalender media sosial.		T		DPT				
Elemen: 2. Menggunakan media sosial untuk meningkatkan ketelitian pelanggan ritel									
2.1. Peluang-peluang untuk mendapatkan konten dari pengguna media sosial diciptakan	Hasil observasi Menciptakan peluang-peluang untuk mendapatkan konten dari pengguna media sosial.	L		CL					
	Hasil penjelasan penciptaan peluang-peluang untuk mendapatkan konten dari pengguna media sosial.		T			DPT			
2.2. Respon diberikan kepada pelanggan pada waktu yang tepat untuk mengarahkan mereka kepada informasi yang relevan	Hasil observasi Memberikan respon kepada pelanggan pada waktu yang tepat untuk mengarahkan mereka kepada informasi yang relevan.	L		CL					
	Hasil penjelasan Pemberian respon kepada pelanggan pada waktu yang tepat untuk mengarahkan mereka kepada informasi yang relevan.		T			DPT			
2.3. Potensi kehancuran merek dikenali agar dapat mengambil tindakan pencegahan secepat	Hasil observasi Mengenali potensi kehancuran merek agar dapat mengambil tindakan pencegahan secepat mungkin.	L		CL					

mungkin	Hasil penjelasan Pengenalan potensi kehancuran merek agar dapat mengambil tindakan pencegahan secepat mungkin.		T			DPT				
	Hasil observasi Menindaklanjuti keluhan dan masalah pelanggan berdasarkan kebijakan dan prosedur media sosial.	L	CL							
2.4. Keluhan dan masalah pelanggan ditindak lanjuti berdasarkan kebijakan dan prosedur media sosial	Hasil penjelasan Penindaklanjutan keluhan dan masalah pelanggan berdasarkan kebijakan dan prosedur media sosial.		T			DPT				
	Hasil observasi Mematuhi hukum dan etika penggunaan media sosial.	L	CL							
2.5. Hukum dan etika penggunaan media sosial dipatuhi	Hasil penjelasan Pematuhan hukum dan etika penggunaan media sosial.		T			DPT				
	Hasil observasi Mengidentifikasi peluang untuk pemasaran dan menulis konten di sosial media.	L	CL							
Elemen: 3. Mempromosikan produk dan pelayanan ritel di media sosial										
3.1. Peluang untuk pemasaran dan menulis konten di sosial media diidentifikasi	Hasil observasi Mengidentifikasi peluang untuk pemasaran dan menulis konten di sosial media.	L	CL							
	Hasil penjelasan Pengidentifikasi peluang untuk pemasaran dan menulis konten di sosial media.		T			DPT				

3.2. Konten untuk promosi produk dan pelayanan di media sosial disiapkan berdasarkan peluang yang ada	Hasil observasi Menyiapkan konten untuk promosi produk dan pelayanan di media sosial berdasarkan peluang yang ada.	L	CL	T	DPT						
	Hasil penjelasan Penyiapan konten untuk promosi produk dan pelayanan di media sosial berdasarkan peluang yang ada.										
3.3. Konten media sosial ditayangkan menurut kebijakan dan prosedur media sosial	Hasil observasi Menayangkan konten media sosial menurut kebijakan dan prosedur media sosial.	L	CL	T	DPT						
	Hasil penjelasan Penayangan konten media social menurut kebijakan dan prosedur media sosial.										
3.4. Media sosial diberdayakan untuk mempromosikan penawaran khusus dan promosi lainnya sebagaimana diperlukan	Hasil observasi Memberdayakan media sosial unruk mempromosikan penawaran khusus dan promosi lainnya sebagaimana diperlukan.	L	CL	T	DPT						
	Hasil penjelasan Pemberdayaan media sosial unruk mempromosikan penawaran khusus dan promosi lainnya sebagaimana diperlukan.										

Elemen: 4. Meninjau penggunaan media sosial

4.1. Aktivitas media sosial dipantau dengan perangkat monitoring yang tepat.	Hasil observasi Memantau aktivitas media sosial dengan perangkat monitoring yang tepat.	L	CL								
	Hasil penjelasan Pemantauan aktivitas media sosial dengan perangkat monitoring yang tepat.	T			DPT						
4.2. Peluang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan diidentifikasi untuk diteruskan ke pelanggan oleh personel yang relevan.	Hasil observasi Mengidentifikasi peluang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan untuk diteruskan ke pelanggan oleh personel yang relevan.	L	CL								
	Hasil penjelasan Pengidentifikasian peluang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan untuk diteruskan ke pelanggan oleh personel yang relevan.	T			DPT						
4.3. Aktivitas media sosial dipantau dengan perangkat monitoring yang tepat.	Hasil observasi Memperbaharui tampilan dan gaya akun media sosial secara berkala untuk memaksimalkan efektifitas.	L	CL								
	Hasil penjelasan Pemperbaharuan tampilan dan gaya akun media sosial secara berkala untuk memaksimalkan efektifitas.	T			DPT						

4.4. Peluang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan diidentifikasi untuk diteruskan ke pelanggan oleh personel yang relevan.	Hasil observasi Melaporkan efektifitas penggunaan media sosial kepada sosial personal yang relevan.	L	CL								
	Hasil penjelasan Pelaporan efektifitas penggunaan media sosial kepada sosial personal yang relevan.			T			DPT				
4.5. Tampilan dan gaya akun media sosial diperbaharui secara berkala untuk memaksimalkan efektifitas.	Hasil observasi Memperbaharui Tampilan dan gaya akun media sosial secara berkala untuk memaksimalkan efektifitas.	L	CL								
	Hasil Penjelasan perbaharuan Tampilan dan gaya akun media sosial secara berkala untuk memaksimalkan efektifitas.			T			DPT				
4.6. Efektivitas penggunaan media sosial dilaporkan kepada personel yang relevan.	Hasil observasi Melaporkan efektivitas penggunaan media sosial kepada personel yang relevan.	L	CL								
	Hasil Penjelasan pelaporan Efektivitas penggunaan media sosial kepada personel yang relevan.			T			DPT				

Unit Kompetensi	Kode Unit	G.46RIT00.055.1			
	Judul Unit	Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel			
Kriteria Unjuk Kerja	Buktii-Buktii (Kinerja, Produk, Portofolio, dan / atau Hafalan) diidentifikasi berdasarkan Kriteria Unjuk Kerja dan Pendekatan Asesmen.	Jenis Bukti	Metode dan Perangkat Asesmen CL (Ceklis Observasi/ Lembar Periksa), DIT (Daftar Instruksi Terstruktur), DPL (Daftar Pertanyaan Lisan), DPT (Daftar Pertanyaan Tertulis), VP (Verifikasi Portofolio), CUP (Ceklis Ulasan Produk), PW (Pertanyaan Wawancara)		
			L	TL	T
			Observasi langsung (kerja nyata, aktivitas waktu nyata di tempat kerja di lingkungan tempat kerja yang dimulaikan)	Kegiatan Terstruktur (latihan simulasi dan bermain peran, proyek, presentasi, lembar kgiatan)	Tanya Jawab (pertanyaan tertulis, wawancara, asesmen diri, tanya jawab lisan atau angket, ujian lisan atau tertulis)
					Verifikasi Portfolio (sample pekerjaan yang disusun oleh Asesee, produk dengan dokumentasi pendukung, bukti searah, jurnal atau buku catatan, informasi tentang pengalaman hidup)
					Review produk (testimoni dan laporan dari asasan, bukti pelatihan, identifikasi pencapaian sebelumnya, wawancara dengan asesee, atau rekan kerja)
					Lainnya :

1.3 Hasil penelitian disesuaikan dengan kebijakan dan prosedur perusahaan.	Hasil observasi Menyesuaikan hasil penelitian dengan kebijakan dan prosedur perusahaan.	L	CL						
	Hasil penjelasan hasil penelitian dengan kebijakan dan prosedur perusahaan disesuaikan.			T		DPT			

Elemen: 2. Melakukan aktivitas pemasaran digital

2.1 Rencana pemasaran digital disesuaikan dengan prosedur yang relevan dalam perusahaan.	Hasil observasi Menyesuaikan rencana pemasaran digital dengan prosedur yang relevan dalam perusahaan.	L	CL			DPT			
	Hasil penjelasan rencana pemasaran digital dengan prosedur yang relevan dalam perusahaan dijelaskan.			T					
2.2 Rencana pemasaran digital diterapkan.	Hasil observasi Menerapkan rencana pemasaran digital.	L	CL						
	Hasil penjelasan rencana pemasaran digital diterapkan.			T		DPT			
2.3 Kegiatan pemasaran digital dipastikan patuh pada prosedur, kebijakan perusahaan dan aspek hukum yang berlaku.	Hasil observasi Memastikan kegiatan pemasaran digital patuh pada prosedur, kebijakan perusahaan dan aspek hukum yang berlaku.	L	CL						

	Hasil penjelasan pemastian Kegiatan pemasaran digital patuh pada prosedur, kebijakan perusahaan dan aspek hukum yang berlaku.		T			DPT				
2.4. Perangkat daring digunakan untuk meningkatkan sasaran aktivitas pemasaran digital.	Hasil observasi Menggunakan perangkat daring untuk meningkatkan sasaran aktivitas pemasaran digital.	L		CL						
	Hasil penjelasan penggunaan perangkat daring untuk meningkatkan sasaran aktivitas pemasaran digital digunakan.		T			DPT				
2.5. Aktivitas pemasaran digital dipantau untuk mendapatkan rekomendasi perluasan rencana pemasaran digital.	Hasil Observasi Memantau perangkat daring untuk meningkatkan sasaran aktivitas pemasaran digital digunakan.	L		CL						
	Hasil penjelasan pemantauan aktivitas pemasaran digital untuk mendapatkan rekomendasi perluasan rencana pemasaran digital.		T			DPT				

Elemen: 3. Meninjau aktivitas pemasaran digital

3.1 Hasil dari aktivitas pemasaran digital dievaluasi.	Hasil observasi Mengevaluasi hasil dari aktivitas pemasaran digital	L		CL						
--	---	---	--	----	--	--	--	--	--	--

	Hasil penjelasan hasil dari aktivitas pemasaran digital dievaluasi.		T			DPT		
3.2 Hasil dari aktifitas pemasaran digital ditinjau.	Hasil observasi Meninjau hasil dari aktifitas pemasaran digital.	L		CL				
	Hasil penjelasan Meninjau hasil dari aktifitas pemasaran digital.		T			DPT		
3.3 Laporan hasil pemasaran digital disiapkan untuk dilanjutkan kepada personel yang relevan.	Hasil observasi Menyiapkan laporan hasil pemasaran digital untuk dilanjutkan kepada personel yang relevan.	L		CL				
	Hasil penjelasan laporan hasil pemasaran digital untuk dilanjutkan kepada personel yang relevan disiapkan.		T			DPT		

Unit Kompetensi	Kode Unit	G.46RIT00.064.1								
	Judul Unit	Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel								
Kriteria Unjuk Kerja	Bukti-Bukti (Kinerja, Produk, Portofolio, dan / atau Hafalan) diidentifikasi berdasarkan Kriteria Unjuk Kerja dan Pendekatan Asesmen.	Jenis Bukti	Metode dan Perangkat Asesmen CL (Ceklis Observasi/ Lembar Periksa), DIT (Daftar Instruksi Terstruktur), DPL (Daftar Pertanyaan Lisan), DPT (Daftar Pertanyaan Tertulis), VP (Verifikasi Portofolio), CUP (Ceklis Ulasan Produk), PW (Pertanyaan Wawancara)							
			L	TL	T	Observasi Langsung (kerja nyata/aktivitas waktu nyata di tempat kerja di lingkungan tempat kerja yang disimulasikan)	Kegabutan Terstruktur (latihan simulasi dan bermaintain peran, proyek, presentasi, lembar kegiatan)	Tanya Jawab (pertanyaan tertulis, wawancara, asesmen diri, tanya jawab lisan angket, ujian lisan atau tertulis)	Verifikasi Portofolio (sample pekerjaan yang disusun oleh Ases), produk dengan dokumentasi pendukung, buku sejarah, jurnal atau buku catatan, informasi tentang pengalaman hidup)	Review produk (tesimoni dan laporan dari atasannya, bukti pelatihan, otentifikasi pencapaian sebelumnya, wawancara dengan atasan, atau rekan kerja)

1.1 Kapabilitas baru yang disediakan	Hasil observasi ...										
---	------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	Hasil penjelasan Penetapan dampak solusi perdagangan daring (e- commerce) pada penjualan dan strategi pelayanan saat ini.	T						DPT			
1.4. Penilaian atas potensi aplikasi perdagangan daring (e- commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan saat ini, dilakukan.	Hasil observasi Melakukan penilaian atas potensi aplikasi perdagangan daring (e- commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan saat ini.	L		CL							
	Hasil penjelasan perlakuan Penilaian atas potensi aplikasi perdagangan daring (e- commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan saat ini.	T						DPT			

Elemen: 2. Menganalisa relevansi kehadiran aplikasi perdagangan daring (e-commerce) untuk operasional ritel saat ini

2.1 Permodelan dari aplikasi perdagangan daring (e- commerce) dan proses-proses yang terkait, diselesaikan.	Hasil observasi Menyelesaikan permodalan dari aplikasi perdagangan daring (e- commerce) dan proses-proses yang terkait.	L		CL							
--	---	---	--	----	--	--	--	--	--	--	--

	Hasil penjelasan Menyelesaikan permodalan dari aplikasi perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) dan proses-proses yang terkait.		T		DPT				
2.2. Dampak perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) pada pangsa pasar dan pelanggan daring dikonfirmasi.	Hasil observasi Mengkonfirmasi dampak perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) pada pangsa pasar dan pelanggan daring.	L	CL						
	Hasil penjelasan Mengkonfirmasi dampak perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) pada pangsa pasar dan pelanggan daring.		T		DPT				
2.3 Fasilitas, infrastruktur dan akses pelanggan yang ada ditinjau kembali untuk mengenali potensi dampak implementasi model perdagangan daring (<i>e-commerce</i>).	Hasil observasi Meninjau kembali fasilitas, insfrastruktur dan akses pelanggan yang ada untuk mengenali potensi dampak implementasi model perdagangan daring (<i>e-commerce</i>).	L	CL						
	Hasil penjelasan peninjauan Fasilitas, infrastruktur dan akses pelanggan yang ada kembali untuk mengenali potensi dampak implementasi model perdagangan daring (<i>e-commerce</i>).		T		DPT				

2.4. Keunggulan solusi perdagangan daring (e-commerce) bagi pemasok dan hubungan bisnis yang ada ditentukan.	Hasil observasi Menentukan Keunggulan solusi perdagangan daring (e-commerce) bagi pemasok dan hubungan bisnis yang ada.	L	CL					
	Hasil penjelasan Menentukan keunggulan solusi perdagangan daring (e-commerce) bagi pemasok dan hubungan bisnis yang ada.			T		DPT		
2.5.Persyaratan kinerja untuk operasi ritel saat ini dan ketika model perdagangan daring (e-commerce) berjalan ditetapkan	Hasil observasi Menetapkan Persyaratan kinerja untuk operasi ritel saat ini dan ketika model perdagangan daring (e-commerce) berjalan.	L	CL					
	Hasil penjelasan Menetapkan persyaratan kinerja untuk operasi ritel saat ini dan ketika model perdagangan daring (e-commerce) berjalan.			T		DPT		

Elemen: 3. Memantau ujicoba performa aplikasi dan teknologi perdagangan daring (e-commerce)

3.1. Aplikasi perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) dan proses-proses yang terkait dipilih.	Hasil observasi . Memilih aplikasi perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) dan proses-proses yang terkait.	L	CL	T	DPT				
	Hasil penjelasan Memilih aplikasi perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) dan proses-proses yang terkait.								
3.2. Aplikasi perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) dan proses-proses yang terkait diuji-coba.	Hasil observasi Mengujicobakan aplikasi perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) dan proses-proses yang terkait.	L	CL	T	DPT				
	Hasil penjelasan menguji-cobakan Aplikasi perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) dan proses-proses yang terkait.								
3.3. Hasil ujicoba aplikasi perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) didokumentasikan.	Hasil observasi Mendokumentasikan hasil ujicoba aplikasi perdagangan daring (<i>e-commerce</i>).	L	CL	T	DPT				
	Hasil penjelasan pendokumentasian Hasil ujicoba aplikasi perdagangan daring (<i>e-commerce</i>).								

3.4 Evaluasi atas efektivitas aplikasi dan proses perdagangan daring (e-commerce) terhadap tujuan kinerja dilakukan.	Hasil observasi Melakukan evaluasi atas efektivitas aplikasi dan proses perdagangan daring (e-commerce) terhadap tujuan kinerja.	L	CL	DPT							
	Hasil penjelasan melakukan Evaluasi atas efektivitas aplikasi dan proses perdagangan daring (e-commerce) terhadap tujuan kinerja.										
3.5. Hasil evaluasi digunakan untuk membuat rekomendasi tentang penerapan solusi perdagangan daring (e-commerce).	Hasil observasi Menggunakan hasil evaluasi untuk membuat rekomendasi tentang penerapan solusi perdagangan daring (e-commerce).	L	CL	DPT							
	Hasil penjelasan penggunaan Hasil evaluasi untuk membuat rekomendasi tentang penerapan solusi perdagangan daring (e-commerce).										
Elemen: 4. Menetapkan solusi aplikasi perdagangan daring (e-commerce)											
4.1. Aplikasi perdagangan daring (e-commerce) diterapkan sesuai dengan kebijakan dan prosedur gerai.	Hasil observasi Menerapkan aplikasi perdagangan daring (e-commerce) sesuai dengan kebijakan dan prosedur gerai.	L	CL								

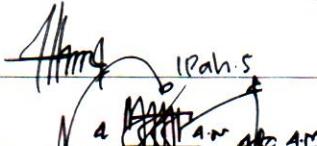
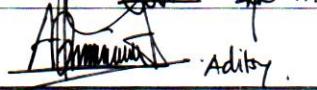
	Hasil penjelasan penerapan Aplikasi perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) sesuai dengan kebijakan dan prosedur gerai.		T			DPT			
4.2. Aplikasi dan proses perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) digabungkan ke sistem bisnis ritel yang sudah ada.	Hasil observasi Menggabungkan aplikasi dan proses perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) ke sistem bisnis ritel yang sudah ada.	L	CL						
	Hasil penjelasan penggabungan Aplikasi dan proses perdagangan daring (<i>e-commerce</i>) ke sistem bisnis ritel yang sudah ada.			T		DPT			

3. Mengidentifikasi Persyaratan Modifikasi dan Kontekstualisasi :

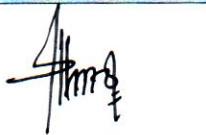
3.1. a. Karakteristik Kandidat :	Ada / tidak ada* karakteristik khusus Kandidat Jika Ada, tuliskan
b. Kebutuhan kontekstualisasi terkait tempat kerja :	Ada / tidak ada* kebutuhan kontekstualisasi Jika Ada, tuliskan
3.2. Saran yang diberikan oleh paket pelatihan atau pengembang pelatihan	Ada / tidak ada* saran Jika Ada, tuliskan
3.3. Penyesuaian perangkat asesmen terkait kebutuhan kontekstualisasi	Ada / tidak ada* penyesuaian perangkat Jika Ada, tuliskan
3.4. Peluang untuk kegiatan asesmen terintegrasi dan mencatat setiap perubahan yang diperlukan untuk alat asesmen	Ada / tidak ada* peluang Jika Ada, tuliskan

*Coret yang tidak perlu

Konfirmasi dengan orang yang relevan

Orang yang relevan	Tandatangan
<input type="checkbox"/> Kepala Bidang Sertifikasi LSP	
<input type="checkbox"/> Asesor Kompetensi	
<input type="checkbox"/> Ketua Kompetensi Keahlian	
<input type="checkbox"/> DUDIKA	

Penyusun dan Validator

Nama	Jabatan	Tanggal dan Tandatangan
Ipah Saripah S, S.Pd		
Nita Nursilviyani, S.Pd	Penyusun	
Sukardi, S.Kom	Validator	

FR.MAPA.02- PETA INSTRUMEN ASESSMEN HASIL PENDEKATAN ASESMEN DAN PERENCANAAN ASESMEN*

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN 5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
	Nomor	:	SKM/BNSP/00007/1/2019/26C

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	1. M.702090.001.01 2. M.702090.002.01 3. M.702090.003.01 4. M.702090.004.01 5. M.702090.005.01 6. M.702090.006.01 7. M.702090.007.01 8. G.46RIT00.053.1 9. G.46RIT00.055.1 10. G.46RIT00.064.1
		:	1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan 2. Melaksanakan Komunikasi Efektif 3. Melaksanakan penulisan bisnis (<i>business writing</i>) 4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial 5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan 6. Menyusun rencana aktifitas penjualan 7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan 8. Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel 9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel 10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (<i>e-commerce</i>) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel

No.	MUK	Potensi Asesi **				
		1	2	3	4	5
1.	Ceklis Observasi Untuk Aktivitas di Tempat Kerja atau Tempat Kerja Simulasi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Tugas Praktik Demonstrasi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Pertanyaan untuk mendukung Observasi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penjelasan Singkat Proyek terkait Pekerjaan / Kegiatan Terstruktur lainnya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Pertanyaan Tertulis – Pilihan Ganda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pertanyaan Tertulis – Esai	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pertanyaan Lisan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Ceklis Verifikasi Portofolio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Pertanyaan Wawancara	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Klarifikasi Bukti Pihak Ketiga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Ceklis Meninjau Materi Uji Kompetensi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**) diisi berdasarkan hasil penentuan pendekatan asesmen dan perencanaan asesmen*

***) Keterangan :*

1. Hasil pelatihan dan / atau pendidikan, dimana Kurikulum dan fasilitas praktek mampu telusur terhadap standar kompetensi.
2. Hasil pelatihan dan / atau pendidikan, dimana kurikulum belum berbasis kompetensi.
3. Pekerja berpengalaman, dimana berasal dari industri/tempat kerja yang dalam operasionalnya mampu telusur dengan standar kompetensi.
4. Pekerja berpengalaman, dimana berasal dari industri/tempat kerja yang dalam operasionalnya belum berbasis kompetensi.
5. Pelatihan / belajar mandiri atau otodidak.

FR.IA.01. CEKLIS OBSERVASI AKTIVITAS DI TEMPAT KERJA ATAU TEMPAT KERJA SIMULASI

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN
			5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
Nomor	:		SKM/BNSP/00007/1/2019/26C
TUK	:		Sewaktu
Nama Asesor	:		
Nama Asesi	:		
Tanggal	:		

*Coret yang tidak perlu

PANDUAN BAGI ASESOR

- Lengkapi nama unit kompetensi, elemen, dan kriteria unjuk kerja sesuai kolom dalam tabel.
- Istilah Acuan Pembanding dengan SOP/spesifikasi produk dari industri/organisasi dari tempat kerja atau simulasi tempat kerja
- Beri tanda centang (✓) pada kolom K jika Anda yakin asesi dapat melakukan/mendemonstrasikan tugas sesuai KUK, atau centang (✓) pada kolom BK bila sebaliknya.
- Penilaian Lanjut diisi bila hasil belum dapat disimpulkan, untuk itu gunakan metode lain sehingga keputusan dapat dibuat.

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	M.702090.001.01
	Judul Unit	:	Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan

No.	Elemen	Kriteria Unjuk Kerja*	Benchmark (SOP / spesifikasi produk industri)	Rekomendasi		Penilaian Lanjut
				K	BK	
1	Mengidentifikasi elemen strategi pemasaran perusahaan	1.1 Menjelaskan definisi segmentasi, targeting, positioning.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.2 Menguraikan segmentasi perusahaan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.3 Mengidentifikasi target segmen.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.4 Menjabarkan positioning yang ditetapkan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Mengidentifikasi elemen taktik pemasaran perusahaan	2.1 Menjelaskan bauran pemasaran dan penjualan (selling).	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2.2 Mengidentifikasi kerangka diferensiasi secara infrastructure, content, context, dan content.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2.3 Menjabarkan elemen-elemen pemasaran.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2.4 Mengidentifikasi tipe-tipe pendekatan (selling.)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

3	Mengidentifikasi elemen <i>value</i> pemasaran perusahaan	3.1 Mendefinisikan merek (<i>brand</i>), layanan (<i>service</i>), proses (<i>process</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		3.2 Menjelaskan merek (<i>Brand Equity</i>) dan elemen pembentukannya		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		3.3 Menjabarkan kualitas pelayanan (<i>service quality</i>)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		3.4 Menguraikan konsep <i>quality, cost, delivery</i> dan kaitannya dengan proses		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	M.702090.002.01
	Judul Unit	:	Melaksanakan Komunikasi Efektif

No.	Elemen	Kriteria Unjuk Kerja*	Benchmark (SOP / spesifikasi produk industri)	Rekomendasi		Penilaian Lanjut
				K	BK	
1	Mengidentifikasi model gaya komunikasi seorang pelanggan	1.1 Mengidentifikasi gaya komunikasi pelanggan. 1.2 Melakukan teknik dalam menghadapi pelanggan dengan gaya komunikasi yang berbeda-beda.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Melaksanakan komunikasi langsung menggunakan bahasa verbal dan non verbal	2.1 Mempertimbangkan pemilihan kata-kata saat berkomunikasi. 2.2 Mengendalikan bahasa tubuh dan ekspresi wajah. 2.3 Melaksanakan tata penampilan profesional. 2.4 Melaksanakan komunikasi antar pelanggan dan staf.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	M.702090.003.01
	Judul Unit	:	Melaksanakan penulisan bisnis (business writing)

No.	Elemen	Kriteria Unjuk Kerja*	Benchmark (SOP / spesifikasi produk industri)	Rekomendasi		Penilaian Lanjut
				K	BK	
1	Mempersiapkan	1.1 Menentukan tujuan penulisan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	topik pesan yang akan disampaikan	1.2 Menyiapkan kerangka pesan yang dapat menggambarkan kalimat pembuka, pesan inti, serta kalimat penutup.	2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2	Menuliskan pesan sesuai topik	2.1 Menuliskan nama, jabatan, serta nama perusahaan.	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		2.2 Menuliskan kerangka pesan yang ada.	▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	M.702090.004.01
	Judul Unit	:	Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial

No.	Elemen	Kriteria Unjuk Kerja*	Benchmark (SOP / spesifikasi produk industri)	Rekomendasi		Penilaian Lanjut
				K	BK	
1	Mendapatkan data calon pelanggan potensial (prospecting)	1.1 Melakukan teknik mencari pelanggan potensial <i>referral</i> atau <i>non referral</i> .	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.2 Mendapatkan data pelanggan yang lengkap, akurat dan relevan.	▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Menghubungi calon pelanggan potensial	2.1 Melakukan kontak melalui beragam media komunikasi (telepon, e-mail, short message service, dll).	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2.2 Mendapatkan jadwal pertemuan (meeting) dengan calon pelanggan potensial.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	M.702090.005.01
	Judul Unit	:	Melaksanakan Keterampilan Penjualan

No.	Elemen	Kriteria Unjuk Kerja*	Benchmark (SOP / spesifikasi produk industri)	Rekomendasi		Penilaian Lanjut
				K	BK	
1	Membuka percakapan dengan calon pelanggan	1.1 Memperkenalkan nama, jabatan, serta perusahaan tempat bekerja.	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.2 Menyebutkan tujuan pertemuan.	▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	potensial	1.3 Melakukan percakapan untuk mencairkan suasana (<i>ice breaking</i>).		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2	Melaksanakan penggalian kebutuhan (<i>probing</i>) terhadap calon pelanggan potensial	2.1 Melaksanakan teknik penggalian kebutuhan pelanggan berupa masalah (<i>problem</i>), dampak dari masalah (<i>implication</i>). 2.2 Menawarkan solusi pemenuhan kebutuhan (<i>need pay-off</i>) pelanggan.	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Melaksanakan presentasi penjualan	3.1 Menentukan tipe presentasi yang akan disampaikan apakah bertujuan untuk menyampaikan informasi, berusaha melakukan persuasi, atau sekedar memberikan hiburan. 3.2 Menyiapkan berbagai perlengkapan yang dibutuhkan seperti alat penampil presentasi, penunjuk laser (<i>laser pointer</i>), layer putih, dan berbagai perlengkapan lainnya. 3.3 Menyampaikan pesan utama dalam presentasi.	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Melaksanakan penanganan terhadap keberatan pelanggan	4.1 Menyebutkan <i>Penyebutan Feature, Advantage, Benefit (FAB)</i> dari produk/jasa. 4.2 Menjawab hal yang menjadi keberatan pelanggan dengan menyebutkan nilai (<i>value</i>) yang terdapat pada produk/jasa yang ditawarkan.	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Melaksanakan Negosiasi	5.1 Menyiapkan skenario negosiasi (<i>shopping list</i>). 5.2 Mengidentifikasi taktik negosiasi pelanggan. 5.3 Mengakomodir hal yang menjadi <i>concern</i> pelanggan (<i>win-win solution</i>).	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Memfasilitasi komitmen pembelian (<i>Closing</i>)	6.1 Mengidentifikasi Waktu dan tanda – tanda (Verbal dan non verbal) yang tepat untuk penutupan penjualan. 6.2 Melakukan Teknik untuk penutupan penjualan.	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	M.702090.006.01
	Judul Unit	:	Menyusun rencana aktifitas penjualan

No.	Elemen	Kriteria Unjuk Kerja*	Benchmark (SOP / spesifikasi produk industri)	Rekomendasi		Penilaian Lanjut
				K	BK	
1	Melaksanakan pengelolaan waktu	1.1 Membuat daftar dan target pekerjaan harian.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.2 Menentukan prioritas pekerjaan dalam sehari.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Melaksanakan pengelolaan teritorii	2.1 Menempatkan teritori yang menjadi tanggung jawab.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2.2 Menentukan prioritas pelanggan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2.3 Menentukan rencana kunjungan berdasarkan teori.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	M.702090.007.01
	Judul Unit	:	Mewujudkan kepuasan Pelanggan

No.	Elemen	Kriteria Unjuk Kerja*	Benchmark (SOP / spesifikasi produk industri)	Rekomendasi		Penilaian Lanjut
				K	BK	
1	Menggali kebutuhan pelanggan	1.1 Mengidentifikasi kebutuhan dasar pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.2 Mengkonfirmasi ulang permintaan pelanggan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.3 Menawarkan layanan yang sesuai.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.4 Menciptakan ekspektasi kinerja layanan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Menyiapkan pelaksanaan layanan	2.1 Mempersiapkan seluruh sarana penunjang pelaksanaan layanan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2.2 Mengkomunikasikan kebutuhan layanan pelanggan kepada seluruh personil yang terlibat.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Melaksanakan	3.1 Memberikan layanan yang tepat sesuai permintaan pelanggan.	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

layanan prima	3.2 Menjaga elemen fisik dan/atau penampilan sesuai kebutuhan pelanggan.	▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	3.3 Melaksanakan tanggapan terhadap permintaan tambahan dari pelanggan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	3.4 Menunjukkan Empati terhadap pelanggan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	G.46RIT00.053.1
	Judul Unit	:	Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel

No.	Elemen	Kriteria Unjuk Kerja*	Benchmark (SOP / spesifikasi produk industri)	Rekomendasi		Penilaian Lanjut
				K	BK	
1	Menyiapkan hal-hal yang dibutuhkan untuk menggunakan media sosial	1.1 Meninjau Persyaratan kebijakan serta prosedur media sosial organisasi.	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.2 Melakukan penelitian atas berbagai platform media sosial serta analisis perbandingan jumlah akun, fungsi dan jangkauan pengunjung.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.3 Melakukan penelitian terhadap tren baru penggunaan platform media sosial.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.4 Memilih platform media sosial yang sesuai dengan kebutuhan merek dagang dan target pelanggan tertentu.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.5 Mendapatkan informasi dan konten dari sumber internal ataupun eksternal mengenai platform media sosial.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.6 Membuat konten media sosial sesuai dengan target pengunjung, nilai-nilai budaya merek, dan persyaratan media sosial.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.7 Membuat kalender media sosial.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Menggunakan media social untuk meningkatkan	2.1 Menciptakan peluang-peluang untuk mendapatkan konten dari pengguna media sosial.	▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

			Tahun 2018	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		ketelitian pelanggan ritel		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		2.2 Memberikan respon kepada pelanggan pada waktu yang tepat untuk mengarahkan mereka kepada informasi yang relevan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		2.3 Mengenali potensi kehancuran merek agar dapat mengambil tindakan pencegahan secepat mungkin.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		2.4 Menindaklanjuti keluhan dan masalah pelanggan berdasarkan kebijakan dan prosedur media sosial.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		2.5 Mematuhi hukum dan etika penggunaan media sosial.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
3	Mempromosikan produk dan pelayanan ritel di media sosial	3.1 Mengidentifikasi peluang untuk pemasaran dan menulis konten di sosial media.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		3.2 Menyiapkan konten untuk promosi produk dan pelayanan di media sosial berdasarkan peluang yang ada.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		3.3 Menayangkan konten media sosial menurut kebijakan dan prosedur media sosial.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		3.4 Memberdayakan media social untuk mempromosikan penawaran khusus dan promosi lainnya sebagaimana diperlukan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4	Meninjau penggunaan media sosial	4.1 Memantau aktivitas media sosial dengan perangkat monitoring yang tepat.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		4.2 Mengidentifikasi peluang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan untuk diteruskan ke pelanggan oleh personel yang relevan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		4.3 Memperbarui tampilan dan gaya akun media sosial secara berkala untuk memaksimalkan efektifitas.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		4.4 Melaporkan efektivitas penggunaan media sosial kepada sosial personal yang relevan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		4.5 Memperbarui Tampilan dan gaya akun media sosial secara berkala untuk memaksimalkan efektifitas.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		4.6 Melaporkan efektivitas penggunaan media sosial kepada personel yang relevan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

- SKKNI No. 389 Tahun 2013

- SKKNI No. 16 Tahun 2018

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	G.46RIT00.055.1
	Judul Unit	:	Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel

No.	Elemen	Kriteria Unjuk Kerja*	Benchmark (SOP / spesifikasi produk industri)	Rekomendasi		Penilaian Lanjut
				K	BK	
1	Melakukan riset pasar dan tren pemasaran digital	1.1 Melakukan riset pasar dari sumber-sumber terpercaya untuk menentukan kebutuhan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.2 Mengidentifikasi tren perkembangan pemasaran digital dan manfaat penggunaannya bagi bisnis ritel.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		1.3 Menyesuaikan hasil penelitian dengan kebijakan dan prosedur perusahaan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Melakukan aktivitas pemasaran digital	2.1 Menyesuaikan rencana pemasaran digital dengan prosedur yang relevan dalam perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2.2 Menerapkan rencana pemasaran digital.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2.3 Memastikan kegiatan pemasaran digital patuh pada prosedur, kebijakan perusahaan dan aspek hukum yang berlaku.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2.4 Menggunakan perangkat daring untuk meningkatkan sasaran aktivitas pemasaran digital.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2.5 Memantau perangkat daring untuk meningkatkan sasaran aktivitas pemasaran digital digunakan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Meninjau aktivitas pemasaran digital	3.1 Mengevaluasi hasil dari aktivitas pemasaran digital.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		3.2 Meninjau hasil dari aktifitas pemasaran digital.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		3.3 Menyiapkan laporan hasil pemasaran digital untuk dilanjutkan kepada personel yang relevan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	G.46RIT00.064.1
	Judul Unit	:	Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel

No.	Elemen	Kriteria Unjuk Kerja*	Benchmark (SOP / spesifikasi produk industri)	Rekomendasi		Penilaian Lanjut
				K	BK	
1	Mengkonfirmasi efektivitas aplikasi perdagangan daring (e-commerce) dan pendekatannya	<p>1.1 Menentukan kapabilitas baru yang disediakan oleh teknologi dan aplikasi perdagangan daring (e-commerce).</p> <p>1.2 Mengkaji Dampak aplikasi perdagangan daring (e-commerce) pada proses penjualan dan pelayanan bisnis ritel.</p> <p>1.3 Menetapkan Dampak solusi perdagangan daring (e-commerce) pada penjualan dan strategi pelayanan saat ini.</p> <p>1.4 Melakukan penilaian atas potensi aplikasi perdagangan daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan saat ini.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Menganalisa relevansi kehadiran aplikasi perdagangan daring (e-commerce) untuk operasional ritel saat ini	<p>2.1 Menyelesaikan permodalan dari aplikasi perdagangan daring (e-commerce) dan proses-proses yang terkait.</p> <p>2.2 Mengkonfirmasi dampak perdagangan daring (e-commerce) pada pangsa pasar dan pelanggan daring.</p> <p>2.3 Meninjau kembali fasilitas, infrastruktur dan akses pelanggan yang ada untuk mengenali potensi dampak implementasi model perdagangan daring (e-commerce).</p> <p>2.4 Menentukan Keunggulan solusi perdagangan daring (e-commerce) bagi pemasok dan hubungan bisnis yang ada.</p> <p>2.5 Menetapkan Persyaratan kinerja untuk operasi ritel saat ini dan ketika model perdagangan daring (e-commerce) berjalan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SKKNI No. 389 Tahun 2013 ▪ SKKNI No. 16 Tahun 2018 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

3	Memantau ujicoba performa aplikasi dan teknologi perdagangan daring (e-commerce)	3.1 Memilih aplikasi perdagangan daring (e-commerce) dan proses-proses yang terkait.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		3.2 Mengujicobakan aplikasi perdagangan daring (e-commerce) dan proses-proses yang terkait.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		3.3 Mendokumentasikan hasil ujicoba aplikasi perdagangan daring (e-commerce).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		3.4 Melakukan evaluasi atas efektivitas aplikasi dan proses perdagangan daring (e-commerce) terhadap tujuan kinerja.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		3.5 Menggunakan hasil evaluasi untuk membuat rekomendasi tentang penerapan solusi perdagangan daring (e-commerce).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4	Menetapkan solusi aplikasi perdagangan daring (e-commerce)	4.1 Menerapkan aplikasi perdagangan daring (e-commerce) sesuai dengan kebijakan dan prosedur gerai.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		4.2 Menggabungkan aplikasi dan proses perdagangan daring (e-commerce) ke sistem bisnis ritel yang sudah ada.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

*Cara penulisan KUK menggunakan kalimat aktif (Contoh: Dilakukan menjadi Melakukan)

Umpan Balik untuk Asesi :		
Nama	Asesi :	Asesor :
Tanda Tangan dan Tanggal		

*) Bila diperlukan

FR.IA.02. TUGAS PRAKTIK DEMONSTRASI

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN
	Nomor	:	5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa SKM/BNSP/00007/1/2019/26C
TUK	:	Sewaktu/Tempat Kerja/Mandiri*	
Nama Asesor	:		
Nama Asesi	:		
Tanggal	:		

*Coret yang tidak perlu

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	1. M.702090.001.01
			2. M.702090.002.01 3. M.702090.003.01 4. M.702090.004.01 5. M.702090.005.01 6. M.702090.006.01 7. M.702090.007.01 8. G.46RIT00.053.1 9. G.46RIT00.055.1 10. G.46RIT00.064.1
	Judul Unit	:	1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan 2. Melaksanakan Komunikasi Efektif 3. Melaksanakan penulisan bisnis (<i>business writing</i>) 4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial 5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan 6. Menyusun rencana aktifitas penjualan 7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan 8. Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel 9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel 10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (<i>e-commerce</i>) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel

JOB SHEET OPERASIONAL PEMASARAN PRODUK DAN JASA

I. Tujuan

1. Peserta diklat mampu membuat surat bisnis penawaran produk.
2. Peserta diklat mampu melaksanakan komunikasi efektif dengan cara mempresentasikan penawaran produk dengan baik.
3. Peserta diklat mampu melakukan pemasaran melalui media sosial.
4. Peserta didik mampu menentukan aplikasi perdagangan daring (e-commerce) dan melakukan aktifitas pemasaran tersebut melalui media yang telah dipilih.
5. Peserta diklat mampu membuat sebuah link dalam memasarkan produk.

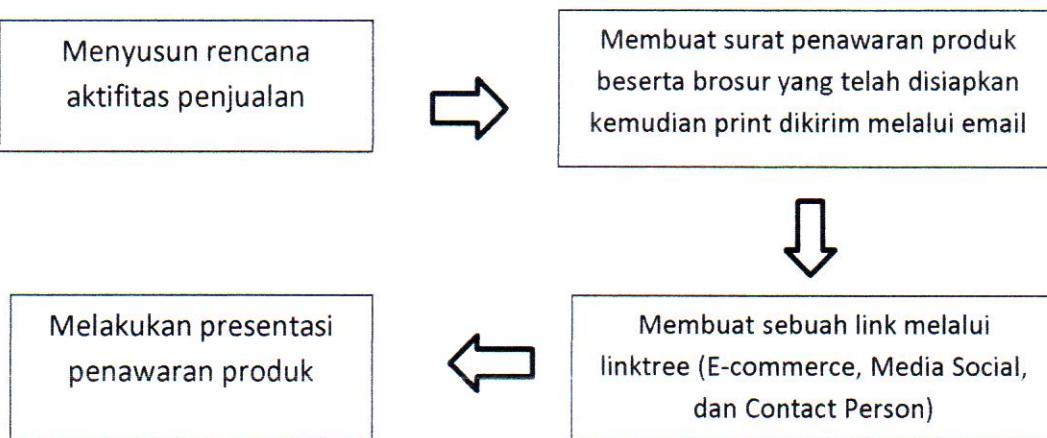
II. Keselamatan Kerja

1. Peserta didik (praktikan) wajib berpenampilan rapi dan menarik.
2. Menggunakan alat dan bahan sesuai dengan fungsinya.
3. Bacalah langkah kerja dengan teliti.
4. Bila mendapatkan masalah atau kesulitan, evaluasi langkah kerja yang telah dilakukan.
5. Tidak bercanda atau makan dan minum pada saat Uji Kompetensi.
6. Rapikan dan kembalikan alat dan bahan sesuai tempatnya.

III. Alat dan Bahan

1. **Alat :**
 - a. Komputer
 - b. Printer
 - c. Kertas A4 dan Art Paper
 - d. Infocus
 - e. Jaringan Internet
2. **Bahan :**
 - a. Materi presentasi penawaran produk.
 - b. Brosur penawaran produk (milik pribadi asesi).
 - c. Produk yang ditawarkan.

IV. Gambar Kerja



Soal Uji Kompetensi

A. Petunjuk

1. Baca dan pelajari setiap instruksi kerja dibawah ini dengan cermat sebelum melaksanakan praktek.
2. Klarifikasi kepada Asesor apabila ada hal-hal yang belum jelas.
3. Laksanakan pekerjaan sesuai dengan urutan proses yang sudah ditetapkan.
4. Seluruh proses kerja mengacu kepada SOP/WI yang dipersyaratkan.

B. Skenario

Sebagai seorang Tenaga Operasional Pemasaran Produk dan Jasa. Anda diminta untuk melaksanakan tugas sebagai tenaga operasional pemasaran produk dan jasa sebuah perusahaan sesuai dengan SOP.

Dalam melakukan tugas ini anda dilengkapi dengan jenis produk yang akan dijual, beberapa orang sebagai konsumen/audiens, materi presentasi, peralatan dan perlengkapan yang diperlukan seperti komputer, infocus, produk dan lain-lain yang diperlukan.

Laksanakan tugas melaksanakan operasional pemasaran produk dan jasa dengan SOP yang berlaku di perusahaan tempat kerja anda.

C. Langkah kerja

No.	Langkah Kerja
1.	Menyusun rencana aktivitas penjualan
2.	Menyiapkan proposal usaha dan bahan presentasi yang telah dibuat
2.	Membuat Surat Penawaran produk dan jasa kemudian print kirim melalui email
3.	Menyiapkan brosur penawaran produk yang telah dibuat kemudian diupload ke media sosial
4.	Menentukan aplikasi perdagangan daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan
5.	Membuka lapak penjualan di <i>market place</i> atau <i>e-commerce</i>
6.	Pembuatan sebuah link melalui linktree
7.	Melakukan presentasi penawaran produk

Rekomendasi Asesor	Tanda – Tangan
Nama Asesi 	
KOMPETEN / TIDAK KOMPETEN*	

*Coret yang tidak perlu

SOAL SURAT PENAWARAN

- Judul : Surat Penawaran
Tujuan : Membuat surat penawaran produk
Durasi : 30 Menit

Surat Penawaran

Pada tanggal 11 April 2022, Anda menawarkan produk kepada UD. Tefa BDP – Cikarang Barat yang berlokasi di Jl. Fatahilah No. 1A Cikarang Bekasi. Ketentuan produk dan alamat perusahaan sesuai dengan Brosur yang anda buat.

Data Pendukung :

- Brosur penawaran produk (milik pribadi asesi)

Alat dan Bahan :

- Komputer
- Printer
- Kertas A4

Langkah Kerja :

- Buatlah surat penawaran dalam format Ms. Word, lampirkan brosur yang telah dibuat dengan ketentuan sebagai berikut:
 1. Margin (Page Setup) : Left 3 cm, Right 3 cm, Top 1,5 cm, Bottom 3 cm
 2. Spasi : 1,5
 3. Font : Times New Roman
 4. Size : 12
 5. Paper : A4
 6. KOP surat font dan size di sesuaikan
- Cetak surat penawaran dan brosur dalam format kertas A4 dan kirim melalui email lspbdp4@gmail.com

SOAL PEMBUATAN LINK MELALUI LINKTREE

Judul : Pembuatan link melalui linktree

Tujuan : Untuk media presentasi produk

Durasi : 30 Menit

SOAL

Setiap masing-masing asesi membuat sebuah Link di website : <https://www.linktr.ee> kemudian masukan link tersebut kedalam format lembar kerja yang telah di sediakan.

Data Pendukung :

- E-commerce
- Media Sosial
- Contact Person

Alat dan Bahan :

- Komputer
- Printer
- Kertas A4
- Jaringan Internet

Langkah Kerja :

- Cetak lembar kerja pembuatan link dalam format kertas A4 dan kirim melalui email lspbdp4@gmail.com

SOAL PRESENTASI

Judul : Presentasi Produk
Tujuan : Untuk memperkenalkan produk
Durasi : 10 Menit

SOAL

Setiap masing-masing asesi melakukan presentasi produk yang di tawarkan di E-commerce beserta tampilan produknya.

Data Pendukung :

- Produk
- Materi presentasi

Alat dan Bahan :

- Komputer/Laptop
- Infocus
- Internet
- Pointer

Langkah Kerja :

- Cetak materi presentasi dalam bentuk PPT dalam format kertas A4 dan kirim melalui email lspbdp4@gmail.com

FR.IA.03. PERTANYAAN UNTUK MENDUKUNG OBSERVASI

Skema Sertifikasi (KKNI/Ocupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN
	Nomor	:	5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa SKM/BNSP/00007/1/2019/26C
TUK	:	Sewaktu	
Nama Asesor	:		
Nama Asesi	:		
Tanggal	:		

*Coret yang tidak perlu

PANDUAN BAGI ASESOR

- Formulir ini diisi pada saat asesor akan melakukan asesmen dengan metode observasi demonstrasi
- Pertanyaan dibuat dengan tujuan untuk menggali, dapat berisi pertanyaan yang berkaitan dengan dimensi kompetensi, batasan variabel dan aspek kritis.
- Tanggapan asesi dapat ditulis pada kolom tanggapan, atau dapat langsung mengisi respon dengan ya atau tidak.

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	1. M.702090.001.01 2. M.702090.002.01 3. M.702090.003.01 4. M.702090.004.01 5. M.702090.005.01 6. M.702090.006.01 7. M.702090.007.01 8. G.46RIT00.053.1 9. G.46RIT00.055.1 10. G.46RIT00.064.1
			1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan 2. Melaksanakan Komunikasi Efektif 3. Melaksanakan penulisan bisnis (business writing) 4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial 5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan 6. Menyusun rencana aktifitas penjualan 7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan 8. Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel 9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel 10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel
Judul Unit	:		

Pertanyaan		Rekomendasi	
		K	BK
1.	Jika anda ingin memasarkan produk melalui media sosial instagram, hal yang anda lakukan pertama kali adalah membuat akun bisnis di media tersebut. Bagaimana urutan langkah-langkah membuat akun di instagram? (JRESS)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tanggapan :			
2.	Jika seorang konsumen membeli produk ternyata kualitas tidak sesuai yang dijanjikan, maka konsumen melakukan complain. Apa yang harus dilakukan perusahaan ritel? (CMS)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tanggapan :			
3.	Sebutkan hal utama apa saja yang harus penjual jelaskan kepada konsumen jika menawarkan produk baru? (TS)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tanggapan :			
4.	Jika anda seorang tenaga penjual anda sedang mengecek persediaan barang di toko, lalu ada konsumen yang datang langsung ke toko mengalami kesulitan menemukan produk yang akan dibeli. Apa yang akan anda lakukan? (TMS)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tanggapan :			

5.	Di kondisi pandemi saat ini, sebagai seorang pengusaha ritel harus bisa memanfaatkan perkembangan teknologi. Pemasaran yang sebelumnya dilakukan offline harus berubah menjadi media online untuk tetap mempertahankan omzet penjualan. Media apa saja yang bisa digunakan untuk sarana penjualan? (TRS)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tanggapan :			
Umpan balik untuk asesi :			

Nama	Asesi :	Asesor :
Tanda Tangan dan Tanggal		

*Bila diperlukan

FR.IA.03.A. LEMBAR KUNCI JAWABAN PERTANYAAN UNTUK MENDUKUNG OBSERVASI

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN 5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
	Nomor	:	SKM/ BNSP/00007/1/2019/26C
TUK		:	Sewaktu/Tempat Kerja/Mandiri*
Nama Asesor		:	
Nama Asesi		:	
Tanggal		:	

*Coret yang tidak perlu

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. M.702090.001.01 2. M.702090.002.01 3. M.702090.003.01 4. M.702090.004.01 5. M.702090.005.01 6. M.702090.006.01 7. M.702090.007.01 8. G.46RIT00.053.1 9. G.46RIT00.055.1 10. G.46RIT00.064.1
	Judul Unit	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan 2. Melaksanakan Komunikasi Efektif 3. Melaksanakan penulisan bisnis (<i>business writing</i>) 4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial 5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan 6. Menyusun rencana aktifitas penjualan 7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan 8. Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel 9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel 10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (<i>e-commerce</i>) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel

JAWABAN

1. - Buka aplikasi **Instagram**
 - Pilih '**Buat Akun**', kemudian masukan nama pengguna/ username
 - Klik 'Selanjutnya' lalu pilih '**Buat Akun** dengan Email atau Nomor
 - Isi 'Nama Lengkap' (Bisa dengan nama personal atau nama bisnis)
 - Isi 'Kata Sandi' yang unik namun tetap mudah diingat
 - Klik 'Selesaikan Pendaftaran' dan instagram sudah dapat digunakan

FR.IA.06.

PERTANYAAN TERTULIS ESAI

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul	: SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN 5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
	Nomor	: SKM/BNSP/00007/1/2019/26C
TUK	:	Sewaktu/Tempat Kerja/Mandiri*
Nama Asesor	:	
Nama Asesi	:	
Tanggal	:	

*Coret yang tidak perlu

Unit Kompetensi	Kode Unit	: 1. M.702090.001.01 2. M.702090.002.01 3. M.702090.003.01 4. M.702090.004.01 5. M.702090.005.01 6. M.702090.006.01 7. M.702090.007.01 8. G.46RIT00.053.1 9. G.46RIT00.055.1 10. G.46RIT00.064.1
		: 1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan 2. Melaksanakan Komunikasi Efektif 3. Melaksanakan penulisan bisnis (business writing) 4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial 5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan 6. Menyusun rencana aktifitas penjualan 7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan 8. Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel 9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel 10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel

Jawab semua pertanyaan di bawah ini :

1. Apa yang harus dilakukan perusahaan dalam segmentasi pasar agar tercapai kepuasan konsumen?

2. Jelaskan model gaya komunikasi seorang pramuniaga yang professional dalam menghadapi pelanggan?

3. Bagian apa saja yang harus ada dalam penulisan surat bisnis?

4. Situasi pandemic berdampak pada penurunan omzet penjualan. Apa yang harus dilakukan perusahaan/tenaga penjual dengan adanya PPKM yang membuat konsumen kurang berminat atau tidak mau berbelanja langsung ke pusat perbelanjaan?

5. Jika ada konsumen mencari produk yang dibutuhkan ternyata tidak ada, lalu penjual menawarkan atau memberikan alternatif produk lain yang mempunyai fungsi atau manfaat yang sama namun konsumen tidak setuju dengan argument penjual tentang produk yang ditawarkan. Jelaskan apa yang harus penjual lakukan?

6. Untuk mengatasi kondisi pandemic dimana konsumentakut untuk berbelanja keluar apalagi di tempat umum, perusahaan berusaha agar penjualan bisa meningkat dan menjangkau area/wilayah yang lebih luas maka penjualan banyak beralih ke online dengan memanfaatkan jasa?

7. Sikap tenaga penjual seperti apa yang dapat mewujudkan terciptanya kepuasan pelanggan?

8. Bagaimana cara malakukan pemasaran online melalui media sosial secara efektif?

9. Apa saja yang perlu dipersiapkan oleh seorang tenaga penjual dibidang ritel jika ingin memulai usaha melalui pemasaran digital?
10. E-commerce hadir dengan solusi yang tepat untuk konsumen melakukan pembelian melalui online ditengah situasi pandemi saat ini. Mengapa e-commerce dinilai efektif dan banyak diminati oleh konsumen dan apa dampak yang dirasakan oleh konsumen dengan hadirnya e-commerce?

* Pelatih / Asesor harus menggunakan kebijaksanaan (professional justification) saat menentukan apakah jawaban yang diberikan oleh Asesi dapat diterima atau tidak.

Catatan:

- Daftar pertanyaan dapat berisi pertanyaan dari semua dimensi kompetensi. Jika ada pertanyaan yang tidak dijawab, maka dapat dieksplorasi dari menilai melalui pertanyaan verbal.
- Pertanyaan juga dapat difokuskan pada akurasi dan presisi yang dapat membantu memberikan rekomendasi tindak lanjut untuk menilai.
- Pertanyaan presisi jika tidak dapat dijawab, penilai disarankan untuk menambahkan lebih banyak latihan / bekerja di bawah pengawasan, sedangkan jika pertanyaan akurasi dilewatkan maka penilai direkomendasikan untuk pelatihan ulang

Penyusun dan Validator

Nama	Jabatan	Tandatangan
Ipah Saripah S, S.Pd	Penyusun	
Nita Nursilviyani, S.Pd		
Sukardi, S.Kom	Validator	

FR.IA.06.A. LEMBAR KUNCI JAWABAN PERTANYAAN TERTULIS ESAI

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN 5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
	Nomor	:	SKM/BNSP/00007/1/2019/26C
TUK	:	Sewaktu/Tempat Kerja/Mandiri*	
Nama Asesor	:		
Nama Asesi	:		
Tanggal	:		

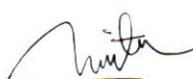
*Coret yang tidak perlu

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	1. M.702090.001.01 2. M.702090.002.01 3. M.702090.003.01 4. M.702090.004.01 5. M.702090.005.01 6. M.702090.006.01 7. M.702090.007.01 8. G.46RIT00.053.1 9. G.46RIT00.055.1 10. G.46RIT00.064.1
			1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan 2. Melaksanakan Komunikasi Efektif 3. Melaksanakan penulisan bisnis (business writing) 4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial 5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan 6. Menyusun rencana aktifitas penjualan 7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan 8. Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel 9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel 10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel

Jawaban :

- Perusahaan harus melakukan targeting, positioning, menetapkan nama pasar, produk yang diminati konsumen.
- Berbicara dengan santun, menatap pelanggan dengan sopan, mendengar pertanyaan pelanggan dan merespon setiap keluhan.
- Kop surat
- Tanggal

<ul style="list-style-type: none"> - Informasi penerima - Salam pembuka - Isi surat - Salam penutup - Tanda tangan
4. Memberikan pelayanan delivery order, memberikan pelayanan penjualan online, menghubungi pembeli potensial melalui telepon maupun email bila perlu membuat janji pertemuan.
5. Meyakinkan konsumen bahwa produk yang ditawarkan benar berkualitas dan memiliki fungsi dan manfaat yang sama dengan produk yang dicarinya.
6. Pengiriman barang / Kargo.
7. Bersikap ramah, memberikan pelayanan yang baik, menerima kritik dan saran dari pelanggan, dan meningkatkan kualitas produk atau jasa tersebut.
8. - Memilih/menentukan media sosial <ul style="list-style-type: none"> - Kenali target pasar - Membuat konten yang menarik - Memposting secara rutin - Meninjau efektivitas penggunaan media sosial (evaluasi rutin)
9. - Melakukan riset pasar <ul style="list-style-type: none"> - Membuat rencana pemasaran/penjualan - Memilih media dan membuat konten yang tepat - Melaksanakan kegiatan aktivitas pemasaran digital - Melakukan evaluasi aktivitas pemasaran digital secara berkala
10. Karena lebih praktis bisa diakses dimana saja dan kapan saja, mudah dijangkau, produk yang ditawarkan lebih menarik dan relatif lebih murah.

Nama	Jabatan	Tandatangan
Ipah Saripah S, S.Pd Nita Nursilviyani, S.Pd	Penyusun	 
Sukardi, S.Kom	Validator	

FR.06.B. LEMBAR JAWABAN PERTANYAAN TERTULIS ESAI

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN 5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
	Nomor	:	SKM/BNSP/00007/1/2019/26C
TUK	:	Sewaktu/Tempat Kerja/Mandiri*	
Nama Asesor	:		
Nama Asesi	:		
Tanggal	:		
Waktu	:		

*Coret yang tidak perlu

Unit Kompetensi	Kode Unit	1. M.702090.001.01 2. M.702090.002.01 3. M.702090.003.01 4. M.702090.004.01 5. M.702090.005.01 6. M.702090.006.01 7. M.702090.007.01 8. G.46RIT00.053.1 9. G.46RIT00.055.1 10. G.46RIT00.064.1
		1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan 2. Melaksanakan Komunikasi Efektif 3. Melaksanakan penulisan bisnis (business writing) 4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial 5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan 6. Menyusun rencana aktifitas penjualan 7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan 8. Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel 9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel 10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel
Judul Unit		

Jawaban :	Rekomendasi	
	K	BK
1.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

2.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10.

Nama	Asesi :	Asesor :
Tanda Tangan dan Tanggal		

FR.IA.08. CEKLIS VERIFIKASI PORTOFOLIO

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN 5.7.3 Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
	Nomor	:	SKM/ BNSP/00007/1/2019/26C
TUK	:	Sewaktu/Tempat Kerja/Mandiri*	
Nama Asesor	:		
Nama Asesi	:		
Tanggal	:		

*Coret yang tidak perlu

PANDUAN BAGI ASESOR

- Isilah tabel ini sesuai dengan informasi sesuai pertanyaan/pernyataan dalam tabel dibawah ini.
- Beri tanda centang (✓) pada hasil penilaian portfolio berdasarkan aturan bukti.

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	1. M.702090.001.01 2. M.702090.002.01 3. M.702090.003.01 4. M.702090.004.01 5. M.702090.005.01 6. M.702090.006.01 7. M.702090.007.01 8. G.46RIT00.053.1 9. G.46RIT00.055.1 10. G.46RIT00.064.1
			1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan 2. Melaksanakan Komunikasi Efektif 3. Melaksanakan penulisan bisnis (business writing) 4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial 5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan 6. Menyusun rencana aktifitas penjualan 7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan 8. Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel 9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel 10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel
	Judul Unit	:	

Sebagai tindak lanjut dari hasil verifikasi bukti, substansi materi di bawah ini (no elemen yg di cek list) harus diklarifikasi selama wawancara :

Bukti tambahan diperlukan pada unit / elemen kompetensi sebagai berikut :

Contoh :

Rekomendasi Asesor :	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Asesi telah memenuhi pencapaian seluruh kriteria unjuk kerja, direkomendasikan KOMPETEN<input type="checkbox"/> Asesi belum memenuhi pencapaian seluruh kriteria unjuk kerja, direkomendasikan uji demonstrasi pada: Unit..... Elemen: KUK:
-----------------------------	---

Nama	Asesi :	Asesor :
Tanda Tangan dan Tanggal		

*Coret yang tidak perlu

FR.IA.11. CEKLIS MENINJAU INSTRUMEN ASESSMEN

Skema Sertifikasi (KKNI/Ocupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN
	Nomor	:	5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
TUK		:	SKM/BNSP/00007/1/2019/26C
Nama Asesor		:	
Nama Asesi		:	
Tanggal		:	

*Coret yang tidak perlu

PANDUAN BAGI PENINJAU/ASESOR

- Isilah tabel ini sesuai dengan informasi sesuai pertanyaan/pernyataan dalam tabel dibawah ini.
- Beri tanda centang (✓) pada hasil penilaian MUK berdasarkan tinjauan anda dengan justifikasi profesional anda.
- Berikan komentar dengan justifikasi profesional anda.

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	1. M.702090.001.01
			2. M.702090.002.01
	Judul Unit	:	3. M.702090.003.01
			4. M.702090.004.01
		:	5. M.702090.005.01
			6. M.702090.006.01
		:	7. M.702090.007.01
			8. G.46RIT00.053.1
		:	9. G.46RIT00.055.1
			10. G.46RIT00.064.1
		:	1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan
			2. Melaksanakan Komunikasi Efektif
		:	3. Melaksanakan penulisan bisnis (business writing)
			4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial
		:	5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan
			6. Menyusun rencana aktifitas penjualan
		:	7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan
			8. Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel
		:	9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel
			10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel

Kegiatan Asesmen	Ya/Tidak		Komentar
<input type="checkbox"/> Instruksi perangkat asesmen dan kondisi asesmen diidentifikasi dengan jelas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Informasi tertulis dituliskan secara tepat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Kegiatan asesmen membahas persyaratan bukti untuk kompetensi atau kompetensi yang diases.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Tingkat kesulitan bahasa, literasi, dan berhitung sesuai dengan tingkat unit kompetensi yang dinilai.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Tingkat kesulitan kegiatan sesuai dengan kompetensi atau kompetensi yang diases.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Contoh, benchmark dan / atau ceklis asesmen tersedia untuk digunakan dalam pengambilan keputusan asesmen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Diperlukan modifikasi (seperti yang diidentifikasi dalam Komentar).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Tugas asesmen siap digunakan :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Nama Peninjau	Tanggal Tanda Tangan Peninjau	Komentar

FR.AK.01. PERSETUJUAN ASESMEN DAN KERAHASIAAN

Persetujuan Asesmen ini untuk menjamin bahwa Asesi telah diberi arahan secara rinci tentang perencanaan dan proses asesmen.

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul :	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN	
	Nomor :	5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa SKM/BNSP/00007/1/2019/26C	
TUK	:	Sewaktu	
Nama Asesor	:		
Nama Asesi	:		
	:	<input type="checkbox"/> TL : Verifikasi Portofolio	<input type="checkbox"/> L : Observasi Langsung
Bukti yang akan dikumpulkan :	:	<input type="checkbox"/> T: Hasil Tes Tulis	
	:	<input type="checkbox"/> T: Hasil Tes Lisan	
	:	<input type="checkbox"/> T: Hasil Wawancara	
Pelaksanaan asesmen disepakati pada :	Hari/ Tanggal :		
	Waktu :		
	TUK :		

Asesor :

Menyatakan tidak akan membuka hasil pekerjaan yang saya peroleh karena penugasan saya sebagai Asesor dalam pekerjaan Asesmen kepada siapapun atau organisasi apapun selain kepada pihak yang berwenang sehubungan dengan kewajiban saya sebagai Asesor yang ditugaskan oleh LSP.

Asesi :

Saya setuju mengikuti asesmen dengan pemahaman bahwa informasi yang dikumpulkan hanya digunakan untuk pengembangan profesional dan hanya dapat diakses oleh orang tertentu saja.

Tanda tangan Asesor : Tanggal :

Tanda tangan Asesi : Tanggal :

* Coret yang tidak perlu

FR.AK.02. FORMULIR REKAMAN ASESMEN KOMPETENSI

Nama asesi	
Nama asesor	
Skema sertifikasi (bila tersedia)	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN Klaster 5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
Unit kompetensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan 2. Melaksanakan Komunikasi Efektif 3. Melaksanakan penulisan bisnis (<i>business writing</i>) 4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial 5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan 6. Menyusun rencana aktifitas penjualan 7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan 8. Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel 9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel 10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (e-commerce) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel
Tanggal mulainya asesmen	
Tanggal selesainya asesmen	

Beri tanda centang (V) di kolom yang sesuai untuk mencerminkan bukti yang diperoleh untuk menentukan Kompetensi asesi untuk setiap Unit Kompetensi.

Unit kompetensi	Observasi demonstrasi	Portofolio	Pernyataan Pihak Ketiga Pertanyaan Wawancara	Pertanyaan lisan	Pertanyaan tertulis	Proyek kerja	Lainnya
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan. 2. Melaksanakan Komunikasi Efektif. 3. Melaksanakan penulisan bisnis (<i>business writing</i>). 4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial. 5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan. 6. Menyusun rencana aktifitas penjualan. 7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan. 8. Memberdayakan media sosial untuk 							

menarik pelanggan ritel. 9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel. 10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (<i>e-commerce</i>) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel.								
Rekomendasi hasil asesmen	Kompeten / Belum kompeten							
Tindak lanjut yang dibutuhkan (Masukkan pekerjaan tambahan dan asesmen yang diperlukan untuk mencapai kompetensi)								
Komentar/ Observasi oleh asesor								
Tanda tangan asesi :				Tanggal :				
Tanda tangan asesor :				Tanggal :				

LAMPIRAN DOKUMEN :

1. Dokumen APL 01 peserta
2. Dokumen APL 02 peserta
3. Bukti-bukti berkualitas peserta
4. Tinjauan proses asesmen.

FR.AK.03. UMPAN BALIK DAN CATATAN ASESMEN

Nama Asesi :

 Hari /
 Tanggal :

Nama Asesor :

Waktu :

Umpam balik dari Asesi (diisi oleh Asesi setelah pengambilan keputusan) :

KOMPONEN	Hasil		Catatan/Komentar Asesi
	Ya	Tidak	
Saya mendapatkan penjelasan yang cukup memadai mengenai proses asesmen/uji kompetensi.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Saya diberikan kesempatan untuk mempelajari standar kompetensi yang akan diujikan dan menilai diri sendiri terhadap pencapaiananya.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Asesor memberikan kesempatan untuk mendiskusikan/menegosiasikan metoda, instrumen dan sumber asesmen serta jadwal asesmen.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Asesor berusaha menggali seluruh bukti pendukung yang sesuai dengan latar belakang pelatihan dan pengalaman yang saya miliki.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Saya sepenuhnya diberikan kesempatan untuk mendemonstrasikan kompetensi yang saya miliki selama asesmen.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Saya mendapatkan penjelasan yang memadai mengenai keputusan asesmen.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Asesor memberikan umpan balik yang mendukung setelah asesmen serta tindak lanjutnya.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Asesor bersama saya mempelajari semua dokumen asesmen serta menandatanganinya.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Saya mendapatkan jaminan kerahasiaan hasil asesmen serta penjelasan penanganan dokumen asesmen.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Asesor menggunakan keterampilan komunikasi yang efektif selama asesmen.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Catatan/komentar lainnya (apabila ada) :			

FR.AK.04. BANDING ASESMEN

Nama Asesi :		
Nama Asesor :		
Tanggal Asesmen :		
Jawablah dengan Ya atau Tidak pertanyaan-pertanyaan berikut ini :	YA	TIDAK
Apakah Proses Banding telah dijelaskan kepada Anda?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apakah Anda telah mendiskusikan Banding dengan Asesor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apakah Anda mau melibatkan "orang lain" membantu Anda dalam Proses Banding?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Banding ini diajukan atas Keputusan Asesmen yang dibuat terhadap Skema Sertifikasi (Kualifikasi/Klaster/Okupasi) berikut :		
Skema Sertifikasi :		
No. Skema Sertifikasi :		
Banding ini diajukan atas alasan sebagai berikut :		
Anda mempunyai hak mengajukan banding jika Anda menilai proses asesmen tidak sesuai SOP dan tidak memenuhi Prinsip Asesmen.		
Tanda tangan Asesi :		Tanggal :

FR.AK.05. LAPORAN ASESMEN

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN 5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
	Nomor	:	SKM/BNSP/00007/1/2019/26C
TUK		:	Sewaktu
Nama Asesor		:	
Tanggal		:	

Unit Kompetensi	Kode Unit	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. M.702090.001.01 2. M.702090.002.01 3. M.702090.003.01 4. M.702090.004.01 5. M.702090.005.01 6. M.702090.006.01 7. M.702090.007.01 8. G.46RIT00.053.1 9. G.46RIT00.055.1 10. G.46RIT00.064.1
		Judul Unit	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan 2. Melaksanakan Komunikasi Efektif 3. Melaksanakan penulisan bisnis (<i>business writing</i>) 4. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial 5. Melaksanakan Keterampilan Penjualan 6. Menyusun rencana aktifitas penjualan 7. Mewujudkan kepuasan Pelanggan 8. Memberdayakan media sosial untuk menarik pelanggan ritel 9. Melakukan Aktifitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel 10. Menentukan Aplikasi Perdagangan Daring (<i>e-commerce</i>) untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan ritel

No.	Nama Asesi	Rekomendasi		Keterangan**
		K	BK	
1.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

8.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

** tuliskan Kode dan Judul Unit Kompetensi yang dinyatakan BK bila mengases satu skema

Aspek Negatif dan Positif dalam Asesemen	
Pencatatan Penolakan Hasil Asesmen	
Saran Perbaikan : (Asesor/Personil Terkait)	

Catatan :	Asesor :
	Nama No. Reg Tanda tangan/ Tanggal

FR.AK.06. MENINJAU PROSES ASESMEN

Skema Sertifikasi (KKNI/Okupasi/Klaster)	Judul	:	SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN 5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa
	Nomor	:	SKM/BNSP/00007/1/2019/26C
TUK		:	Sewaktu
Nama Asesor		:	
Tanggal		:	

Penjelasan :

1. Peninjauan seharusnya dilakukan oleh asesor yang mensupervisi implementasi asesmen.
2. Jika tinjauan dilakukan oleh asesor lain, tinjauan akan dilakukan setelah seluruh proses implementasi asesmen telah selesai.
3. Peninjauan dapat dilakukan secara terpadu dalam skema sertifikasi dan / atau peserta kelompok yang homogen.

Aspek yang ditinjau	Kesesuaian dengan prinsip asesmen			
	Validitas	Reliabel	Fleksibel	Adil
Prosedur asesmen :				
• Rencana asesmen				
• Persiapan asesmen				
• Implementasi asesmen				
• Keputusan asesmen				
• Umpan balik asesmen				
Rekomendasi untuk peningkatan				

Aspek yang ditinjau	Pemenuhan dimensi kompetensi				
	Task Skills	Task Management Skills	Contingency Management Skills	Job Role/ Environment Skills	Transfer Skills
Konsistensi keputusan asesmen Bukti dari berbagai asesmen diperiksa untuk konsistensi dimensi kompetensi					
Rekomendasi untuk peningkatan :					

Nama Peninjau	Tanggal Tanda Tangan Peninjau	Komentar

FR.VA. MEMBERIKAN KONTRIBUSI DALAM VALIDASI ASESMEN

Tim Validasi	1.	Hari/Tanggal	:
	2.	Tempat	:
Periode	: <input type="checkbox"/> Sebelum Asessmen <input type="checkbox"/> Saat Asessmen <input type="checkbox"/> Setelah Asessmen		
Nama Skema	: SKEMA KKNI KUALIFIKASI II BISNIS DARING DAN PEMASARAN 5.7.3. Operasional Pemasaran Produk dan Jasa		
Nomor Skema	SKM/BNSP/00007/1/2019/26C		

1 Menyiapkan proses validasi			
Tujuan dan fokus validasi		Konteks validasi	Pendekatan validasi
<input type="checkbox"/> Bagian dari proses penjaminan mutu organisasi <input type="checkbox"/> Mengantisipasi risiko <input type="checkbox"/> Memenuhi persyaratan BNSP <input type="checkbox"/> Memastikan kesesuaian bukti- bukti <input type="checkbox"/> Meningkatkan kualitas asesmen <input type="checkbox"/> Mengevaluasi kualitas perangkat asesmen <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> Internal organisasi <input type="checkbox"/> Eksternal organisasi <input type="checkbox"/> Proses lisensi/re lisensi <input type="checkbox"/> Dengan kolega asesor <input type="checkbox"/> Kolega dari organisasi pelatihan atau asesmen <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Panel asesmen <input type="checkbox"/> Pertemuan moderasi <input type="checkbox"/> Mengkaji perangkat asesmen <input type="checkbox"/> Acuan pembanding <input type="checkbox"/> Pengujian lapangan dan uji coba perangkat asesmen <input type="checkbox"/> Umpan balik dari klien
Orang yang relevan		Nama	Hasil konfirmasi/diskusi tujuan, fokus & konteks
<input type="checkbox"/> Asesor kompetensi (wajib) <input type="checkbox"/> Lead Asesor <input type="checkbox"/> Manager, supervisor <input type="checkbox"/> Tenaga ahli di bidangnya <input type="checkbox"/> Koord. Pelatihan <input type="checkbox"/> Anggota asosiasi industri/profesi	1.		
	2.		
	3.		

Acuan Pembanding :	Dokumen terkait dan bahan-bahan :
<input type="checkbox"/> Standar kompetensi	<input type="checkbox"/> Skema sertifikasi
<input type="checkbox"/> SOP/IK	<input type="checkbox"/> SKKNI/SK3/SKI
<input type="checkbox"/> Manual Instruction/book	<input type="checkbox"/> Perangkat asesmen
<input type="checkbox"/> Standar Kinerja	<input type="checkbox"/> Peraturan/Pedoman
<input type="checkbox"/>	

2. Memberikan kontribusi dalam proses validasi	
Keterampilan komunikasi yang digunakan dalam kegiatan validasi :	<input type="checkbox"/> PRO AKTIF <input type="checkbox"/> ACTIVE LISTENING <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

No.	Aspek-Aspek Dalam Kegiatan Validasi (Meninjau, Membandingkan, Mengevaluasi)	Pemenuhan Terhadap :							
		Aturan Bukti				Prinsip Asesmen			
		V	A	T	M	V	R	F	F
1.	Proses asesmen	<input type="checkbox"/>							
2.	Rencana asesmen	<input type="checkbox"/>							
3.	Interpretasi standar kompetensi	<input type="checkbox"/>							
4.	Interpretasi acuan pembanding lainnya	<input type="checkbox"/>							
5.	Penyeleksian dan penerapan metode asesmen	<input type="checkbox"/>							
6.	Penyeleksian dan penerapan perangkat asesmen	<input type="checkbox"/>							
7.	Bukti-bukti yang dikumpulkan	<input type="checkbox"/>							
8.	Proses pengambilan keputusan	<input type="checkbox"/>							

3. Memberikan kontribusi untuk hasil asesmen			
Temuan-temuan validasi :	Rekomendasi-rekomendasi untuk meningkatkan praktik asesmen		
1.			
2.			
3.			
4.			
Rencana Implementasi perubahan/perbaikan pelaksanaan asesmen :			
No.	Kegiatan Perbaikan sesuai Rekomendasi	Waktu Penyelesaian	Penanggung jawab
1.			
2.			
3.			
4.			