



**MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA**

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

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

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI KETENAGAKERJAAN REPUBLIK INDONESIA,

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

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

- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 39, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4279);
 2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2006 tentang Sistem Pelatihan Kerja Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 67, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4637);
 4. Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 24);
 5. Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2020 tentang Kementerian Ketenagakerjaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 213);
 6. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 21 Tahun 2014 tentang Pedoman Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 1792);
 7. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 3 Tahun 2016 tentang Tata Cara Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 258);
 8. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 1 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Ketenagakerjaan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 108);

MEMUTUSKAN:

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

KEENAM : Keputusan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 18 Agustus 2022

MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA,



BAB II
STANDAR KOMPETENSI KERJA NASIONAL INDONESIA

A. Pemetaan Standar Kompetensi

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

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

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

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

B. Daftar Unit Kompetensi

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

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

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

KODE UNIT : M.70MKT00.003.2

JUDUL UNIT : Melaksanakan Analisis Lingkungan Bisnis

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

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

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

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer madya dan senior agar dapat mengidentifikasi perubahan lingkungan, menjabarkan situasi persaingan pasar, mengidentifikasi situasi pelanggan, dan melakukan analisis komprehensif terhadap organisasi yang digunakan untuk melakukan analisis lingkungan bisnis.
- 1.2 Perubahan lingkungan ini berkaitan dengan lingkungan ekonomi makro. Dalam hal ini perubahan lingkungan berkontribusi sebagai *value migrator* bagi organisasi.
- 1.3 Kognitif bertujuan untuk mengetahui posisi merek/produk (*mind share*) dengan berfokus pada apa yang ada di benak pelanggan.
- 1.4 Konatif bertujuan untuk mengetahui pangsa pasar (*market share*) dengan berfokus pada apa perilaku yang jelas dari pelanggan.
- 1.5 Afektif bertujuan untuk mengetahui alasan dari pelanggan memilih atau membeli suatu produk.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

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

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Dokumen kebijakan dan prosedur operasional organisasi

2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1 Konteks penilaian

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

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

2 Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3 Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep perilaku konsumen

3.1.2 Konsep ekonomi makro

3.1.3 Konsep strategi bisnis

- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menggunakan alat pengolah data
 - 3.2.2 Membaca dan menafsirkan data
 - 3.2.3 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

- 4 Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama

- 5 Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan mengidentifikasi perubahan teknologi, sosial budaya, ekonomi, politik legal dan perubahan pasar sesuai dengan kebutuhan organisasi.

KODE UNIT : M.70MKT00.004.1

JUDUL UNIT : Mengembangkan dan Menerapkan Strategi Bisnis

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

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

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

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

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

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

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

2.2 Perlengkapan

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

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

PANDUAN PENILAIAN

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

3.2.4 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

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

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

KODE UNIT : M.70MKT00.005.2

JUDUL UNIT : Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Organisasi

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

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

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

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

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

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

PANDUAN PENILAIAN

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

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

KODE UNIT : M.70MKT00.006.2

JUDUL UNIT : Menyusun Elemen Pemasaran organisasi

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

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

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

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk manajer madya dan senior yang bertanggung jawab penuh dalam memimpin tim dalam merencanakan elemen strategi pemasaran organisasi, menentukan elemen taktik pemasaran organisasi, mengkaji ulang elemen nilai pemasaran organisasi yang digunakan untuk menyusun elemen pemasaran organisasi sesuai dengan arahan strategis.
- 1.2 Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

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

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Dokumen informasi pendukung kegiatan pemasaran organisasi
- 2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

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

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

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

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep dasar pemasaran

3.1.2 Konsep strategi pemasaran

3.2 Keterampilan

3.2.1 Menggunakan alat pengolah data

3.2.2 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

- 4 Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Teliti dalam mengintegrasikan analisis lingkungan usaha dengan penyusunan elemen pemasaran organisasi

- 5 Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan menetapkan segmentasi organisasi agar tetap relevan dengan kondisi terkini.
 - 5.2 Ketepatan menetapkan target segmen berdasarkan strategi pemasaran.
 - 5.3 Ketepatan menetapkan posisi produk dalam pasar (*positioning*) dengan menggunakan kerangka kerja yang ada.

KODE UNIT : M.70MKT00.021.2

JUDUL UNIT : Mengelola Program Loyalitas Pelanggan

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

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

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

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

1.2 Tingkat pelanggan terdiri dari:

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

1.3 Tipe-tipe loyalitas konsumen meliputi:

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

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

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Alat perekam (dokumentasi)

2.1.2 Alat tulis kantor

2.1.3 Komputer, laptop atau alat tulis elektronik lainnya

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Alat pengolah data

2.2.2 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

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

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

KODE UNIT : M.70MKT00.022.2

JUDUL UNIT : Mengelola Lingkungan Layanan (*Service Environment*)

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

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

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

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

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

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

2.2 Perlengkapan

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

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada).

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

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

2. Persyaratan kompetensi

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

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

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

4. Sikap kerja yang diperlukan

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

5. Aspek kritis

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

KODE UNIT : M.70MKT00.024.1

JUDUL UNIT : Membangun Standar Layanan Pelanggan Secara Daring

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

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

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

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel
 - 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk menyusun, menerapkan dan mengevaluasi standar layanan pelanggan secara daring.
 - 1.2 Penyusunan standar layanan pelanggan secara daring mengacu kepada tata cara penyusunan standar dan peraturan/prosedur yang berlaku di organisasi.

2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat digital
 - 2.1.2 Alat tulis kantor
 - 2.1.3 Data perusahaan terkait penjualan produk secara elektronik

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

PANDUAN PENILAIAN

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

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

KODE UNIT : M.70.MKT00.025.2

JUDUL UNIT : Merancang Cetak-Biru Layanan

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

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

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

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

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

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

2.2 Perlengkapan

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

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

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

2. Persyaratan kompetensi

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

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

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

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar

4. Sikap kerja yang diperlukan

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

5. Aspek kritis

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

KODE UNIT : M.70MKT00.026.1

JUDUL UNIT : Mengelola Risiko Reputasi organisasi dalam Lingkungan Daring

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

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

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

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

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

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Komputer/laptop/*handphone*
- 2.1.2 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 SOP organisasi
- 2.2.2 Alat tulis kantor
- 2.2.3 Media penyimpanan data

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

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

2. Persyaratan kompetensi

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

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan

3.1 Pengetahuan

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

3.2 Keterampilan

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

4. Sikap kerja yang diperlukan

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

5. Aspek kritis

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

KODE UNIT : M.70MKT00.027.2

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

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

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

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk tenaga pemasar senior untuk menyusun pelayanan yang memiliki karakter/citra tertentu sesuai dengan merek organisasi.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Alat tulis kantor

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

PANDUAN PENILAIAN

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

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

KODE UNIT : M.70.MKT00.030.1

JUDUL UNIT : Merencanakan Pengembangan Layanan ke Mancanegara

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

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Membangun standar layanan daring	<ul style="list-style-type: none">1.1 Kebutuhan dan harapan terkait layanan pelanggan daring ditinjau secara berkala.1.2 Praktik-praktik terbaik (<i>best practices</i>) dari berbagai sumber diteliti dan digunakan sebagai tolak ukur dalam mengembangkan standar layanan pelanggan daring.1.3 Masukan untuk mengembangkan standar layanan pelanggan daring diminta dari berbagai pihak.1.4 Layanan pelanggan daring yang sejalan dengan kebijakan organisasi, prosedur, dan nilai merek (<i>brand values</i>) dikembangkan secara berkala mengikuti kondisi pasar terkini.1.5 Titik interaksi (<i>touch points</i>) layanan pelanggan daring ditentukan dan teknologi komunikasi yang diperlukan diidentifikasi berdasarkan proses layanan.1.6 Performa metriks ditentukan untuk mengevaluasi standar layanan pelanggan.1.7 Syarat hukum dan etika dipertimbangkan dalam standar layanan pelanggan daring.1.8 Ketetapan/konsistensi antara standar layanan pelanggan daring dan luring dipastikan mengikuti prosedur operasional organisasi.
2. Melaksanakan dan mengawasi standar layanan pelanggan daring	<ul style="list-style-type: none">2.1 Standar dan harapan layanan pelanggan daring dikomunikasikan pada pihak yang terlibat.2.2 Ketersediaan sumber daya dipastikan oleh manajemen.2.3 Tingkat layanan pelanggan diawasi oleh atasan.2.4 Tanggapan dan dukungan diberikan

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

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

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

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

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

2.2 Perlengkapan

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

3. Peraturan yang diperlukan

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

- 4.1.1 Hukum perdagangan internasional
- 4.1.2 Etika bisnis internasional

4.2 Standar

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

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

2. Persyaratan kompetensi

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

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