



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL GURU DAN TENAGA KEPENDIDIKAN
2016

GURU PEMBELAJAR

MODUL

PAKET KEAHLIAN AKOMODASI PERHOTELAN
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK)



Kelompok Kompetensi C
PROMOSI PRODUK HOTEL
Pengembangan Kurikulum

Penulis : Ninik Hartati, S.Pd., M.Pd., dkk

GURU PEMBELAJAR

MODUL
PAKET KEAHLIAN AKOMODASI PERHOTELAN
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK)



KELOMPOK
KOMPETENSI

C

PUSAT PENGEMBANGAN DAN PEMBERDAYAAN PENDIDIK DAN TENAGA
KEPENDIDIKAN BISNIS DAN PARIWISATA

DIREKTORAT JENDERAL GURU DAN TENAGA KEPENDIDIKAN
KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

2016



Penanggung Jawab :
Dra. Hj. Djuariati Azhari, M.Pd.

Kompetensi Profesional

Penulis:

Ninik Hartati, S.Pd., M.Pd.

☎ 08128974017

✉ ninik_ruhama@yahoo.com

Penelaah:

Narta, S.Pd., M.M.

☎ 082111266698

✉ art_jaya@yahoo.co.id

Kompetensi Pedagogik

Penulis:

Drs. Amin Bagus Rahadi, M.M.

☎ 0817140314

✉ aminbra2007@yahoo.com

Penelaah:

Budi Haryono, S.Kom., M.Ak.

☎ 08121944138

✉ budi2k@gmail.com

Layout & Desainer Grafis:

Tim

MODUL GURU PEMBELAJAR SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK)

**Kompetensi Profesional:
PROMOSI
PRODUK HOTEL**

**Kompetensi Pedagogik:
PENGEMBANGAN
KURIKULUM**

Copyright © 2016

Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Bisnis dan
Pariwisata, Direktorat Jenderal Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengcopy sebagian atau keseluruhan isi buku ini untuk kepentingan komersial tanpa izin tertulis dari
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Kata Sambutan

Peran guru profesional dalam proses pembelajaran sangat penting sebagai kunci keberhasilan belajar siswa. Guru Profesional adalah guru yang kompeten membangun proses pembelajaran yang baik sehingga dapat menghasilkan pendidikan yang berkualitas. Hal tersebut menjadikan guru sebagai komponen yang menjadi fokus perhatian pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dalam peningkatan mutu pendidikan terutama menyangkut kompetensi guru.

Pengembangan profesionalitas guru melalui program Guru Pembelajar (GP) merupakan upaya peningkatan kompetensi untuk semua guru. Sejalan dengan hal tersebut, pemetaan kompetensi guru telah dilakukan melalui uji kompetensi guru (UKG) untuk kompetensi pedagogik dan profesional pada akhir tahun 2015. Hasil UKG menunjukkan peta kekuatan dan kelemahan kompetensi guru dalam penguasaan pengetahuan. Peta kompetensi guru tersebut dikelompokkan menjadi 10 (sepuluh) kelompok kompetensi. Tindak lanjut pelaksanaan UKG diwujudkan dalam bentuk pelatihan paska UKG melalui program Guru Pembelajar. Tujuannya untuk meningkatkan kompetensi guru sebagai agen perubahan dan sumber belajar utama bagi peserta didik. Program Guru Pembelajar dilaksanakan melalui pola tatap muka, daring (*online*), dan campuran (*blended*) tatap muka dengan online.

Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan (PPPPTK), Lembaga Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Kelautan Perikanan Teknologi Informasi dan Komunikasi (LP3TK KPTK), dan Lembaga Pengembangan dan Pemberdayaan Kepala Sekolah (LP2KS) merupakan Unit Pelaksana Teknis di lingkungan Direktorat Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan yang bertanggung jawab dalam mengembangkan perangkat dan melaksanakan peningkatan kompetensi guru sesuai bidangnya. Adapun perangkat pembelajaran yang dikembangkan tersebut adalah modul untuk program Guru Pembelajar (GP) tatap muka dan GP online untuk semua mata pelajaran dan kelompok kompetensi. Dengan modul ini diharapkan program GP memberikan sumbangan yang sangat besar dalam peningkatan kualitas kompetensi guru.

Mari kita sukseskan program GP ini untuk mewujudkan Guru Mulia Karena Karya.

Jakarta, Februari 2016
Direktur Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan,

Sumarna Surapranata, Ph.D.
NIP.19590801 198503 1002

Kata Pengantar

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT atas selesainya penyusunan Modul Guru Pembelajar Paket Keahlian Akomodasi Perhotelan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam rangka Pelatihan Guru Pasca Uji Kompetensi Guru (UKG). Modul ini merupakan bahan pembelajaran wajib, yang digunakan dalam pelatihan Guru Pasca UKG bagi Guru SMK. Di samping sebagai bahan pelatihan, modul ini juga berfungsi sebagai referensi utama bagi Guru SMK dalam menjalankan tugas di sekolahnya masing-masing.

Modul Guru Pembelajar Paket Keahlian Akomodasi Perhotelan SMK ini terdiri atas 2 materi pokok, yaitu : materi profesional dan materi pedagogik. Masing-masing materi dilengkapi dengan tujuan, indikator pencapaian kompetensi, uraian materi, aktivitas pembelajaran, latihan dan kasus, rangkuman, umpan balik dan tindak lanjut, kunci jawaban serta evaluasi pembelajaran.

Pada kesempatan ini saya sampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan atas partisipasi aktif kepada penulis, editor, reviewer dan pihak-pihak yang terlibat di dalam penyusunan modul ini. Semoga keberadaan modul ini dapat membantu para narasumber, instruktur dan guru pembelajar dalam melaksanakan Pelatihan Guru Pasca UKG bagi Guru SMK.

Jakarta, Februari 2016
Kepala PPPPTK Bisnis dan Pariwisata,

Dra. Hj. Djuariati Azhari, M.Pd.
NIP.195908171987032001

Daftar Isi

Kata Sambutan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Lampiran	ix
1 Bagian I :	1
Kompetensi Profesional	1
Pendahuluan	2
A. Latar Belakang	2
B. Tujuan	3
C. Peta Kompetensi	4
D. Ruang Lingkup	5
E. Saran Cara Penggunaan Modul	7
Kegiatan Pembelajaran 1: Analisis Pasar, Produk, dan Layanan.....	8
A. Tujuan	8
B. Indikator Pencapaian Kompetensi	8
C. Uraian Materi.....	9
D. Aktifitas Pembelajaran	22
E. Latihan/Kasus/Tugas	23
F. Rangkuman	23
G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut	25
Kegiatan Pembelajaran 2: Analisis Promosi dan Penawaran Bervariasi untuk Target Pasar yang Berbeda	26
A. Tujuan	26
B. Indikator Pencapaian Kompetensi	26
C. Uraian Materi.....	27
D. Aktifitas Pembelajaran	33
E. Latihan/Kasus/Tugas	34
F. Rangkuman	34
G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut	34
Kegiatan Pembelajaran 3: Inisiatif Promosi - Mempromosikan Produk.....	36
A. Tujuan	36
B. Indikator Pencapaian Kompetensi	36
C. UraianMateri.....	37
D. Aktifitas Pembelajaran	46
E. Latihan/Kasus/Tugas	46
F. Rangkuman	46
G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut	47

Kegiatan Pembelajaran 4: Promosi Secara Verbal Produk dan Jasa Pada Pelanggan	48
A. Tujuan	48
B. Indikator Pencapaian Kompetensi	48
C. Uraian Materi	49
D. Aktifitas Pembelajaran	60
E. Latihan/Kasus/Tugas	60
F. Rangkuman	61
G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut	62
Kegiatan Pembelajaran 5 : Analisis Kebutuhan, Keinginan dan Harapan Pelanggan	63
A. Tujuan	63
B. Indikator Pencapaian Kompetensi	63
C. Uraian Materi	64
D. Aktifitas Pembelajaran	72
E. Latihan/Kasus/Tugas	73
F. Rangkuman	74
G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut	75
Evaluasi	85
Penutup	94
Glosarium	95
Daftar Pustaka	97
2 Bagian II :	105
Kompetensi Pedagogik	105
Pendahuluan	106
A. Latar Belakang	106
B. Dasar Hukum	108
C. Tujuan	108
D. Peta Modul Kompetensi Pedagogik	109
E. Ruang Lingkup	110
F. Petunjuk Penggunaan Modul	110
Kegiatan Pembelajaran 1 :	111
Prinsip-prinsip Pengembangan Kurikulum	111
A. Tujuan	111
B. Indikator Pencapaian Kompetensi	111
C. Uraian Materi	112
D. Aktivitas Pembelajaran (LK1)	117
E. Latihan/ Kasus/Tugas	118
F. Rangkuman	119
G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut	119

Kegiatan Pembelajaran 2 :	120
Pengembangan Kurikulum dalam Menentukan Tujuan Pembelajaran	120
A. Tujuan	120
B. Indikator Pencapaian Kompetensi	120
C. Uraian Materi	121
D. Aktivitas Pembelajaran (LK2).....	122
E. Latihan/Kasus/Tugas	122
F. Rangkuman	126
G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut	127
Kegiatan Pembelajaran 3:	128
Pengembangan Silabus Kurikulum	128
A. Tujuan	128
B. Indikator Pencapaian Kompetensi	128
C. Uraian Materi	128
D. Aktifitas Pembelajaran	133
E. Latihan/kasus/Tugas.....	133
F. Rangkuman	134
Kunci Jawaban Latihan/Kasus/Tugas	136
E`valuasi.....	137
Penutup	141
Glosarium.....	142
Daftar Pustaka	143



Daftar Gambar

Kompetensi Pedagogik

Gambar 1. Perkembangan Kurikulum di Indonesia 106

Gambar 2. 3. Alur Pengembangan 123



Daftar Lampiran

Kompetensi Profesional

Lampiran 1. Format Penilaian Sikap/Attitude skills.....	98
Lampiran 2. Format Penilaian Pengetahuan/Kognitif skills.....	100
Lampiran 3. Format Penilaian Keterampilan/Psikomotorik skills	101
Lampiran 4. Format Penilaian Produk/Benda Kerja Sesuai Kriteria Standard ..	103



Bagian I : Kompetensi Profesional

Kompetensi profesional adalah kemampuan pendidik mengelola pembelajaran dengan baik. Pendidik akan dapat mengelola pembelajaran apabila menguasai substansi materi, mengelola kelas dengan baik, memahami berbagai strategi dan metode pembelajaran, sekaligus menggunakan media dan sumber belajar yang ada.



Pendahuluan

A. Latar Belakang

Salah satu bentuk aktualisasi tugas guru sebagai tenaga profesional adalah diterbitkannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, dan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan. Undang-undang dan peraturan pemerintah ini diharapkan dapat memfasilitasi guru untuk selalu mengembangkan keprofesiannya secara berkelanjutan. Pelaksanaan program pengembangan keprofesian berkelanjutan diharapkan dapat meningkatkan kompetensi pedagogik, profesional, sosial dan kepribadian yang diwujudkan dalam bentuk pelaksanaan tugas utama guru untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan masa depan yang berkaitan dengan profesinya sebagai guru.

Modul Pengembangan dan Pengaplikasian Pengetahuan Pasar, Produk dan Layanan ini merupakan salah satu buku dari seri pengembangan keprofesian secara berkelanjutan bagi guru. Buku ini disajikan untuk memberikan wawasan pengetahuan, ketrampilan dan sikap dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya untuk berperan aktif dalam mempromosikan produk dan layanan.

Modul terdiri dari 6 (enam) kompetensi dasar yang harus dikuasai guru yaitu menganalisis pasar, produk dan layanan, menerapkan pengetahuan pasar, produk dan layanan, menganalisis promosi dan penawaran yang bervariasi untuk target pasar yang berbeda, menganalisis inisiatif promosi yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk, melakukan promosi secara verbal produk dan jasa pada pelanggan dan menganalisis informasi tentang kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.

Modul ini dikembangkan berbasis kompetensi untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan sikap untuk mencapai standar kompetensi yang dibutuhkan.

Standar kompetensi mengembangkan dan mengaplikasikan pengetahuan pasar, produk dan layanan berkaitan dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan di lingkungan industri pariwisata dan perhotelan. Kompetensi ini dibutuhkan oleh pekerja dalam mempromosikan produk dan layanan pada pelanggan.

Paparan yang disajikan meliputi konsep, prinsip, pengetahuan dan keterampilan dalam lingkup kegiatan Pengembangan dan Pengaplikasian Pengetahuan Pasar, Produk dan Layanan. Upaya pengembangan karakter disajikan secara naratif disertai tugas mandiri yang harus diselesaikan sebelum memasuki pada tahap pembelajaran selanjutnya.

B. Tujuan

Setelah mempelajari modul Mengembangkan dan Mengaplikasikan Pengetahuan Pasar, Produk dan Layanan peserta diklat dapat memiliki pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab mempromosikan produk dan layanan pada pelanggan di lingkungan industri pariwisata dan perhotelan.

Secara khusus tujuan mempelajari modul ini peserta diklat dapat:

1. Menganalisis pasar, produk dan layanan
2. Menerapkan pengetahuan pasar, produk dan layanan
3. Menganalisis promosi dan penawaran yang bervariasi untuk target pasar yang berbeda
4. Menganalisis inisiatif promosi yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk
5. Melakukan promosi secara verbal produk dan jasa pada pelanggan
6. Menganalisis informasi tentang kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.

C. Peta Kompetensi

PEMETAAN MODUL KOMPETENSI GURU PAKET KEAHLIAN AKOMODASI PERHOTELAN

Grade	Jenjang Diklat	STANDAR KOMPETENSI GURU	
10	Tinggi	Mengelola Departemen Divisi Kamar	
9	Menengah	Menilai Laporan Di Font Office	Menilai Laporan Di Housekeeping
8	Menengah	Merancang Pemrosesan Dan Pencucian Barang-Barang Tamu	Menangani Standar Penampilan Valet
7	Lanjutan	Melakukan Dan Mengevaluasi Layananan Akomodasi Reception	Menangani Pelayanan Housekeeping Untuk Tamu
6	Lanjutan	Melakukan Dan Mengevaluasi Layanan Jasa Porter	Merencanakan Dan Melakukan Penataan Kamar
5	Dasar	Menerima Dan Memperbaharui Permintaan Reservasi Kamar	Merencanakan Dan Melakukan Pembersihan Area Kering Dan Basah
4	Dasar	Mengelola Kegiatan Internal Gathering Dan Protokoler	
3	Dasar	Mengembangkan Dan Mengaplikasikan Pengetahuan Pasar, Produk Dan Layanan	
2	Dasar	Melakukan Komunikasi Dengan Kolega Dan Pelanggan Dari Latar Belakang Yang Beragam	Menangani Situasi Konflik
1	Dasar	Menggali Dan Merinci Informasi Tentang Industri Perhotelan	Mengelola Sanitasi, Hygiene Dan Keselamatan Kerja

Gambar.1 Peta Kompetensi

D. Ruang Lingkup

Kompetensi “Mengembangkan dan Mengaplikasikan Pengetahuan Pasar, Produk dan Layanan” berhubungan dengan keterampilan, pengetahuan dan sikap yang diperlukan untuk dapat membangun dan mengembangkan pengetahuan tentang produk dan layanan serta teknik penjualan yang berkaitan erat dengan promosi. Dalam modul ini akan dibahas kompetensi-kompetensi sebagai berikut analisis pasar, produk dan layanan, penerapan pengetahuan pasar, produk dan layanan, analisis promosi dan penawaran yang bervariasi untuk target pasar yang berbeda, analisis inisiatif promosi yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk, melakukan promosi secara verbal produk dan jasa pada pelanggan dan analisis informasi tentang kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.

Adapun indikator-indikator pencapaian kompetensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan konsep target pasar, pengetahuan produk dan layanan
2. Mengidentifikasi peluang untuk mengembangkan pengetahuan produk dan layanan
3. Jelaskan manfaat staf memiliki pengetahuan produk dan layanan yang tinggi
4. Menjelaskan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan
5. Menerapkan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan
6. Mencari umpan balik pelanggan untuk melengkapi pengetahuan produk dan layanan
7. Melakukan sharing pengetahuan produk dan layanan dengan pelanggan internal yang relevan
8. Menjelaskan tentang mengapa target pasar digunakan dan dipilih

9. Menjelaskan bagaimana promosi dan penawaran dapat bervariasi sesuai target pasar yang berbeda
10. Memonitor penjualan dan promosi produk dan layanan
11. Mengidentifikasi sumber-sumber informasi tentang target pasar
12. Menjelaskan karakteristik demografi target pasar
13. Menganalisis karakteristik demografi target pasar
14. Menjelaskan manfaat menggunakan target pasar dalam suatu organisasi.
15. Menjelaskan mengapa inisiatif promosi penting
16. Menjelaskan manfaat inisiatif
17. Mengidentifikasi kegiatan-kegiatan inisiatif dalam promosi
18. Membangun promosi internal
19. Melaksanakan inisiatif promosi untuk mempromosikan produk.
20. Menjelaskan bagaimana promosi produk dan layanan pada pelanggan secara verbal.
21. Mengidentifikasi pendekatan pelanggan dalam lingkungan penjualan.
22. Melakukan pendekatan pada pelanggan
23. Menunjukkan produk dan layanan pada pelanggan
24. Mendeskripsikan konsep kebutuhan pelanggan, keinginan dan harapan pelanggan dalam mengembangkan produk dan layanan.
25. Mengumpulkan informasi tentang kebutuhan pelanggan, keinginan dan harapan pelanggan.
26. Menerapkan teknik keterampilan menjual.
27. Memaksimalkan peluang penjualan dan menutup penjualan di lingkungan industri pariwisata dan perhotelan terutama di tempat kerja

E. Saran Cara Penggunaan Modul

1. Bagi Fasilitator

Proses dalam pembelajaran dalam modul ini hendaknya disesuaikan dengan kondisi yang terjadi lingkungan pembelajaran. Fasilitator perlu referensi lain jika dalam pembelajaran menemui kesulitan dalam pemahaman.

2. Bagi Peserta

Bagi peserta, disarankan untuk mempelajari modul ini secara berurutan. Jika dalam pemahaman buku ini menemui kesulitan, diskusikan dengan peserta dan fasilitator. Sumber belajar lain akan membantu saudara dalam pemahaman kompetensi yang harus dikuasai.



Kegiatan Pembelajaran 1 : Analisis Pasar, Produk, dan Layanan

A. Tujuan

Modul ini disusun sebagai salah satu acuan bagi lembaga penyelenggara diklat/stakholder/satuan pendidikan untuk melaksanakan pelatihan pembelajaran Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan (PKB) pada grade 3. Tujuan kegiatan pembelajaran diharapkan peserta diklat dapat melakukan analisis pasar, produk dan layanan pada pelanggan.

Sebelum melakukan analisis peserta akan mempelajari tentang konsep pasar, produk dan layanan, peluang dalam mengembangkan produk dan layanan, manfaat perusahaan/hotel memiliki karyawan dengan pengetahuan produk dan layanan yang tinggi, teknik untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan yang baik, *sharing* pengetahuan produk dan layanan dengan internal personil yang relevan

Dengan mempelajari kompetensi ini maka peserta akan mampu menjelaskan bagaimana mendorong pelanggan dan membuat penjualan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di lingkungan industri pariwisata dan perhotelan terutama di tempat kerja.

Kompetensi ini dipakai dalam semua divisi di industri perhotelan antara lain *front office, housekeeping, food and beverage service, food production, travel agencies* dan *tour operator*.

B. Indikator Pencapaian Kompetensi

Indikator dalam pencapaian kompetensi ini mencakup:

1. Menjelaskan konsep target pasar, pengetahuan produk dan layanan

2. Mengidentifikasi peluang untuk mengembangkan pengetahuan produk dan layanan
3. Jelaskan manfaat staf memiliki pengetahuan produk dan layanan yang tinggi
4. Menjelaskan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan
5. Menerapkan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan
6. Mencari umpan balik pelanggan untuk melengkapi pengetahuan produk dan layanan
7. Melakukan sharing pengetahuan produk dan layanan dengan pelanggan internal yang relevan

C. Uraian Materi

1. Konsep Target Pasar, Pengetahuan Produk dan Layanan

Dalam mengembangkan pengetahuan pasar perlu mengetahui tentang bagaimana konsep target pasar. Target pasar merupakan kelompok orang yang memiliki karakteristik demografis yang sama dimana dunia usaha ingin menjual dan menarik pelanggan ke tempat tersebut.

Kunci utama bagi staf penjualan adalah mengetahui cara dimana produk dan jasa individu berbeda sesuai dengan berbagai kebutuhan target pasar. Seperti bagaimana produk dan layanan berbeda dalam pilihan, harga, ketersediaan dan kesesuaian. Kelompok sasaran produk dan layanan yang berbeda telah dikembangkan.

Selain itu staf penjualan harus fokus pada upaya penjualan dan promosi pada produk dan layanan yang diidentifikasi dengan riset pasar sebagai satu hal yang penting dan bernilai bagi kelompok target pasar, seperti menjelaskan kepada pelanggan tentang produk dan layanan tertentu dan terbaik sesuai dengan kebutuhan, keinginan, preferensi dan harapan. Perlu juga

memastikan apa yang ditawarkan temuan riset pasar dan kebutuhan individu pelanggan.

Istilah *product knowledge* merupakan istilah umum yang menunjuk pengetahuan tentang produk yang dijual, layanan yang disediakan, tempat dan kebijakan properti.

Sebagai pelayan bar atau restoran diminta untuk menjelaskan setiap produk yang akan dipesan oleh pelanggan. Hal ini hanya bisa dilakukan jika pelayan memiliki pengetahuan produk di bar dan restoran yang cukup luas. Ketika hanya sedikit



informasi yang bisa diberikan maka peluang untuk menjual dan mempromosikan produk akan hilang. Manajemen pun mengharapkan staf untuk meningkatkan jumlah penjualan.

Pengetahuan layanan tidak berbeda jauh dengan pengetahuan produk hanya bentuknya yang berbeda. Bentuk dari pengetahuan layanan berupa jasa.

Layanan yang dimaksud berhubungan dengan:

- Durasi - beberapa layanan memiliki durasi standar atau panjang, banyak yang ditawarkan diberbagai kesempatan yang dapat pelanggan pilih sesuai dengan kebutuhan. Pemahaman tentang berapa lama setiap pilihan durasi berlangsung.
- Pilihan pengiriman - bagaimana layanan dapat disampaikan, dengan satu atau lebih orang memiliki implikasi untuk kualitas pelayanan dan harga yang dikenakan. Bentuk standaryaitu, tanpa *add-ons*, embel-embel atau pilihan lain, bentuk pilihanyaitu, dengan satu atau layanan yang lebih atau tambahan yang dimasukkan ke dalam layanan asli
- Lokasi - layanan dapat dilakukan dalam privasi kamar tamu, pengaturan bersama, di mana pelanggan membayar layanan tambahan, lokasi terpencil.
- Waktu pengiriman, ini berkaitan dengan ketentuan layanan selama jam normal dan jasa pengiriman *out-of-jam* seperti akhir pekan, malam, sebelum

waktu yang telah ditentukan setiap pagi, pada waktu libur atau pada jam sibuk.

Lima manfaat *Product Knowledge* bagi seorang staf adalah

- Dapat memberikan layanan yang lebih baik. Pelanggan akan menghargai ketika seorang staf mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan secara akurat dan membuat saran informasi.
- Mendapatkan rasa hormat dari rekan kerja. Rekan kerja akan datang dengan pertanyaan-pertanyaan ketika mereka menyadari bahwa Anda tahu lebih dari yang mereka.
- Mendapatkan rasa hormat dari manajemen. Manajemen akan menganggap Anda sebagai seorang profesional sejati.
- Mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Dengan pengetahuan yang lebih besar pelanggan akan terkesan. Ini akan membuat lebih mudah untuk meningkatkan penjualan.
- Meningkatkan harga diri dan kepercayaan diri. Dengan pengetahuan produk dengan baik seseorang akan menjadi lebih profesional.

Contoh pengetahuan produk yang perlu diperhatikan dalam mempromosikan produk dan layanan adalah

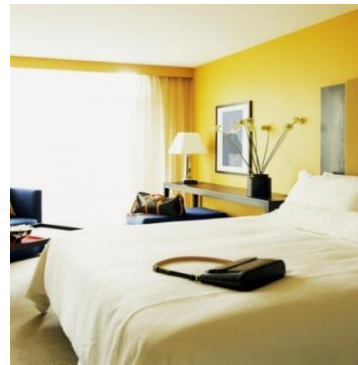
- Merek, ukuran dan kualitas yang berbeda dan jenis produk fisik yang dijual
- Item pada menu makanan dan minuman meliputi tampilan, rasa, biaya dan bahan
- Kartu kredit yang dapat diterima untuk pembayaran dan pilihan pembayaran yang tersedia untuk pelanggan dalam membayar barang dan jasa yang dibeli.
- Staf dan manajemen yang ada termasuk peran dan tanggungjawab masing-masing karyawan



- Hal-hal operasional seperti *deposit* pemesanan, biaya penggunaan fasilitas, waktu sibuk dan tenang, waktu pembukaan dan penutupan, masalah keselamatan dan keamanan, kontrol kualitas dan standar pelayanan.
- Tata letak properti dan lokasi produk, kamar, fasilitas lain dan personil.
- Informasi lokal tentang perjalanan, transportasi, konferensi,, hiburan, pusat perbelanjaan, fasilitas, restoran dan toko ritel yang beroperasi.

2. Peluang untuk mengembangkan pengetahuan produk dan layanan

Sebagai seorang karyawan di industri pariwisata atau perhotelan, pengetahuan produk dan layanan harusnya dimulai dan fokus di area tempat kerja. Pada saat pengetahuan produk di area kerja telah didapat, seorang karyawan haruslah mulai memperluas pengetahuan produk di tempat lain yang ada hubungan dan daerah-daerah tambahan lain.



Seorang *waiter* seharusnya membangun pengetahuannya yang pertama tentang menu. Informasi ini bisa mencakup item menu, harga tiap menu, hidangan mana yang termasuk menu utama dan menu pembuka, hari dan waktu dibukanya restoran, perbedaan cara memasak dan gaya penyajian masakan. Ketika pemahaman komprehensif tentang hal ini sudah baik, maka perlu mengembangkan pengetahuan lain seperti bar dan minuman yang tersedia, harga dan bahan dalam minuman campuran, daftar anggur dan pengetahuan tentang anggur yang melengkapi item menu.

Seorang pelayan restoran juga harus melihat informasi tempat umum, perdagangan jam, kebijakan dan prosedur, sejarah dan data-data akura tentang ukuran, jumlah kamar, jumlah meja dan staf, nama pemilik. Pada akhirnya memungkinkan mengembangkan pengetahuan secara lebih luas tentang kota setempat, wilayah dan negara.

Salah satu pengembangan pengetahuan produk dan layanan dapat dilakukan dengan, membaca informasi melalui brosur dan bahan lain yang disediakan pemasok. Untuk memperoleh pengetahuan produk yang signifikan dapat

dilakukan dengan membaca brosur informasi dan bahan materi lain yang disediakan oleh pemasok dan produsen. Seperti membaca label produk, membaca catatan untuk mencicipi makanan dan minuman, membaca petunjuk produk, membaca daftar harga dan mengunjungi *website* pemasok dan produsen.

Pengetahuan produk dan layanan digunakan agar bisa menguntungkan dan memenuhi tingkat harapan layanan pelanggan. Tingkat pengetahuan produk dan layanan yang baik memungkinkan terpenuhinya atau terlampauinya harapan pelanggan.



Harapan pelanggan, staf mengetahui apa yang mereka bicarakan dan mengetahui produk dan layanan yang dijual. Akibat kegagalan dalam memenuhi harapan dasar pelanggan tentang informasi produk dan layanan adalah kurangnya kepercayaan pelanggan, respon yang kurang baik seorang staf untuk satu permintaan ini akan berpengaruh buruk terhadap semua.

3. Teknik Penelitian Formal dan Informal untuk Mendapatkan Pengetahuan Produk dan Layanan

Diperlukan sikap proaktif untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan. Upaya sadar untuk menangkap informasi yang diperlukan harus terus menerus dilakukan dengan penelitian yang berbeda. Upaya tambahan untuk memperoleh informasi produk dan layanan yang relevan dapat dilakukan dengan penelitian.

Penelitian dapat dilakukan dengan dua teknik yaitu dengan penelitian formal dan informal. Penggabungan dua teknik ini akan menghasilkan pengetahuan produk dan layanan yang terbaik, berguna dan paling efektif. Jadi keduanya lebih baik dilakukan.

Teknik penelitian formal

Teknik penelitian formal tidak dapat dipakai untuk setiap jenis tempat untuk membangun pengetahuan produk dan layanan. Pilihan yang dapat diambil untuk menerapkan teknik penelitian formal adalah sebagai berikut:

a. Membaca survei dan penilaian

Hasil survei ini sering digunakan sebagai laporan yang didistribusikan kepada pihak ke tiga selaku puncak manajemen atau otoritas pemerintah. Laporan biasanya disediakan secara gratis dan beberapa mungkin harus dengan pembayaran, yang disediakan dalam bentuk hard copy atau mungkin versi elektronik atau online.

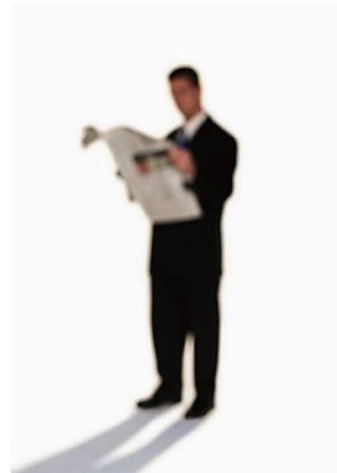
Hasil survei ini dapat memberikan informasi tentang:

- Inovasi dalam industri, wilayah atau properti dinominasikan - yang berkaitan dengan pelayanan, sistem operasional, tren, perbaikan peralatan tradisional dan mesin, kamar inklusif baru, paket atau tetap
- Makanan dan minuman yang tersedia - item menu baru, minuman, teknik pelayanan, resep dan gaya penyajian
- Tujuan dan atraksi – menyediakan tentang informasi fasilitas baru dan *upgrade*, umpan balik pelanggan dan surveikepuasan, data perbandingan menunjukkan hubungan antar negara, lokasi, pola pengeluaran dan kehadiran yang berbeda
- Potensi pergerakan industri dan arah yang mengidentifikasi inisiatif yang direncanakan oleh industri ataupun pemerintah termasuk kampanye promosi untuk menarik pengunjung dan meningkatkan kesadaran daerah.

b. Menyelenggarakan kuesioner

Penyelenggara kuesioner meliputi mengembangkan, mendistribusikan dan menganalisis jawaban kuesioner yang disiapkan di tempat kerja.

Mengembangkan kuesioner dimulai dengan mengidentifikasi topik tertentu untuk penelitian dengan fokus yang jelas dan pasti. Menentukan informasi yang akan dihasilkan atau ditangkap dalam penelitian. Kuesioner tersebut dapat mengumpulkan informasi yang diperlukan. Memproduksi kuesioner yang benardalambentuk hard copy, online atausebagai dasar untuk wawancara.



Menyebarkan instrumen kuesioner yang mencakup, mengidentifikasi target pasar dimana kuesioner akan dipakai, kuesioner harus diterapkan kepada pihak yang mencerminkan profil pasar. Menindaklanjuti tanggapan, memastikan kuesioner diisi lengkap dan dikembalikan, seluruhnya dan sejujurnya.

Menganalisis kuesioner dengan mengklasifikasikan tanggapan dalam kategori yang relevan - sehingga informasi dapat dikumpulkan, dihitung dan dimanipulasi. Mengevaluasi tanggapan - untuk mengidentifikasi informasi baru.

c. Melakukan pengujian internal

Pengujian internal dilakukan untuk menentukan kualitas produk dan layanan disediakan, kualitas dapat ditentukan dengan mengacu pada faktor-faktor individu seperti, rasa, keselamatan, ukuran, konsistensi dan waktu yang dibutuhkan untuk melayani pelanggan, *check-in/out* atau mengambil pemesanan.

Pengujian internal dilakukan untuk mengidentifikasi perbedaan antara produk dan jasa yaitu untuk membedakan antara produk yang serupa dari jenis yang sama.

Mengevaluasi data eksternal yang ada dengan membaca dan meneliti data produk dan informasi yang diberikan oleh pemasok. Contoh umum informasi tentang spesifikasi produk, grafik perbandingan produk.

d. Membaca dokumentasi internal

Membaca dokumentasi internal perusahaan tentang produk dan layanan seperti resep standar - untuk item menu dan minuman, grafik stock yang menunjukkan lokasi, jenis dan jumlah item, iklan di dalam - untuk semua produk dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. SOP - merinci bagaimana produk atau jasa tertentu harus disediakan. Kebijakan perusahaan - untuk mendapatkan pemahaman penuh dari parameter yang berlaku untuk penyediaan produk dan layanan yang tuangkan dalam kebijakan perusahaan.

e. Meninjau umpan balik pelanggan

Setiap bidang usaha memiliki umpan balik dari pelanggan tentang perasaan dan pengalaman yang berhubungan dengan produk dan layanan yang disediakan. Umpan balik pelanggan berisi informasi layanan yang diberikan dapat mengubah tempat yang bisa menjadi satu yang terbaik.

Teknik Penelitian Informal

Penelitian formal lebih terstruktur dan terfokus dari penelitian informal, penelitian informal terjadi tidak sengaja ketika seorang staf melakukan hal-hal lain.

Kegiatan dalam penelitian informal mencakup:

a. Terlibat dalam diskusi umum

Diskusi umum dapat terjadi dalam pembicaraan dengan rekan-rekan, manajemen dan pelanggan. Diskusi ini mungkin ditargetkan untuk masalah tertentu atau dalam 'kesempatan' percakapan.

b. Membaca, menonton dan mendengarkan media

Riset media umum dapat terjadi ketika membaca, menonton atau mendengarkan media atau dapat terjadi sebagai akibat dari membaca publikasi industri biasa, menonton acara tentang makanan, perjalanan dan liburan di televisi, mendengarkan iklan di radio mempromosikan perhotelan, pariwisata dan bisnis lain yang menarik, mendengarkan, menonton atau membaca tentang berita industri perhotelan dan pariwisata.

c. Membaca berbagai literatur

Berbagai literatur yang dapat dibaca antara lain:

- turis dan brosur informasi tempat, pamflet dan selebaran
- materi internal perusahaan tentang produk dan layanan
- referensi dan teks buku industri yang relevan
- buku panduan
- majalah perdagangan majalah

d. Menjadi seorang turis di area lokal

Ini berarti usahakan untuk

- Kunjungi tempat-tempat wisata - alami dan buatan
- Lihat di sekitar toko-toko lokal
- Berpartisipasi dalam acara lokal
- Buatlah diri dikenal staf di pusat pengunjung informasi lokal - dan menjadi akrab dengan apa yang telah disiapkan untuk menyampaikan kepada pengunjung di tempat area tersebut.

4. Umpan balik pelanggan untuk melengkapi pengetahuan produk dan layanan

Menganalisis umpan balik pelanggan yang telah diidentifikasi sebagai suatu yang penting dalam keberhasilan bisnis. Perlu mengidentifikasi strategi proaktif untuk memperoleh umpan balik pelanggan.

Umpan balik pelanggan umumnya mengacu pada komentar umum atau pengamatan, pujian/kesan dan keluhan.

Umpan balik dibuat oleh pelanggan tentang produk dan layanan yang ditawarkan di tempat tersebut, atau aspek fasilitas di tempat tersebut. Meninjau umpan balik pelanggan sangat penting untuk:

- Mengidentifikasi tren atau masalah dalam umpan balik yang membutuhkan tindakan untuk mencegah terulangnya masalah.
- Mengambil tindakan untuk mengatasi ketidakpuasan pelanggan tertentu, seperti mengirim surat permintaan maaf atau memberikan kompensasi terhadap keluhan pelanggan.



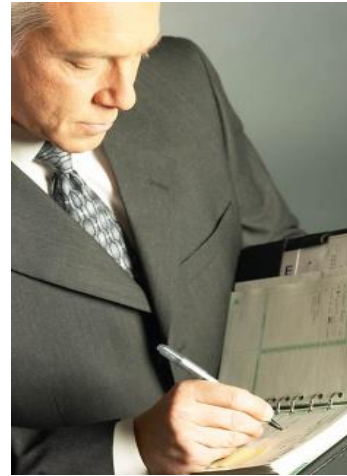
Berbicara dengan pelanggan



Berbicara dengan pelanggan adalah sesuatu yang setiap anggota staf harus lakukan dalam berhubungan dengan pelanggan seperti, membantu mengembangkan hubungan dengan pelanggan, menunjukkan perhatian pada pelanggan, kemungkinan untuk memperoleh informasi khusus pelanggan mengenai, kebutuhan, keinginan dan preferensi, keterbatasan membeli dalam lingkup waktu, biaya dan kualitas, pengalaman pelanggan sebelumnya dan harapannya saat ini.

Untuk membuka pembicaraan dalam rangka mendapatkan umpan balik pelanggan, yang perlu dilakukan adalah

- Ajukan pertanyaan, dengan aktif mencari pendapat pelanggan dan pemikiran tentang produk dan jasa. Jangan hanya mengandalkan informasi yang diberikan secara otomatis oleh pelanggan
- Secara aktif mendengarkan apa yang dikatakan pelanggan, untuk mengidentifikasi poin-poin penting yang pelanggan buat dan memperhatikan masalah yang dimunculkan.
- .Ajukan pertanyaan lanjutan, untuk memperjelas poin awal yang dilakukan atau untuk mendapatkan informasi tambahan tentang topik yang belum sepenuhnya disampaikan
- Gunakan komunikasi yang tepat dan keterampilan interpersonal seperti, menggunakan bahasa yang sopan dan menunjukkan rasa hormat, memastikan bahasa tubuh mencerminkan bahasa lisan, menampilkan antusias dalam seluruh percakapan dengan pelanggan.



Memeriksa pola pembelian internal dan tren

Dengan melihat catatan penjualan internal termasuk penerimaan, data kasir atau angka penjualan pada database, akan diperoleh informasi tentang popularitas produk dan layanan yang dijual, tren yang muncul mengenai produk dan layanan individu, produk dan jasa yang lambat bergerak.

Data Pelanggan pada pembelian yang digunakan berisi informasi dasar tentang jenis kelamin pembeli, waktu pembelian, metode pembayaran, dan jumlah yang dibeli.

Review dan analisis informasi ini dapat menunjukkan produk dan jasa untuk mempromosikan ke profil pelanggan tertentu.

Menyiapkan dan Menggunakan Kartu Komentar Pelanggan

Secara tradisional kartu komentar pelanggan tertinggal di kamar tamu, meja resepsionis, balik jeruji, ruang makan. Tidak ada alasan prinsip yang sama

yang dapat digunakan di hampir semua tempat. Hal ini dapat diterima untuk memberikan kartu pelanggan ini dan meminta untuk diisi dan dikembalikan. Kunci utama dalam menggunakan kartu ini untuk memastikan kartu ini terkumpul dan membacanya.

Menggunakan opsi umpan balik secara online

Pilihan pada situs tentang umpan balik, “Beritahu kami apa yang Anda pikirkan” fasilitas atau lainnya.

Sangat penting dilakukan untuk mengecek halaman umpan balik secara teratur dan menanggapi umpan balik dengan segera. Tidak menanggapi umpan balik

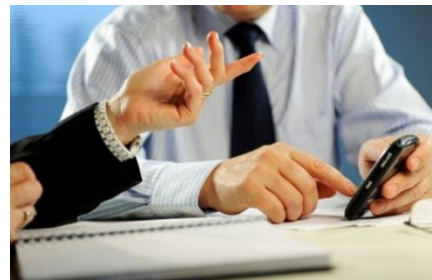
merupakan hal yang tidak sopan dan dapat membuat situasi yang lebih buruk. Menggunakan respon pesan otomatis tidak cukup untuk menunjukkan kepada pelanggan bahwa umpan balik pelanggan telah diterima.



Membangun panel umpan balik

Panel umpan balik menyatukan sampel yang representatif dari pelanggan berdasarkan karakteristik demografi pelanggan untuk memberikan komentar pada kegiatan, produk dan layanan yang tersedia. Umpan balik panel berkontribusi

pada komentar secara acak tentang berbagai penawaran yang ada. Panel ini kadang-kadang disebut sebagai 'kelompok fokus' karena berfokus pada aspek yang berbeda dari pengoperasian setiap kali bertemu.



Melakukan pengujian rasa

Pengujian rasa merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan umpan balik pada item makanan dan minuman yang ditawarkan untuk dijual. Pelanggan diberi contoh gratis dari setiap produk dan diminta untuk memberikan umpan balik tentang topik-topik seperti,



rasa dan aroma, ukuran penyajian, apa yang akan pelanggan bayar, seberapa sering pelanggan akan membeli. Komentar ini dapat digunakan untuk membantu menentukan harapan dan preferensi pelanggan.

5. **Sharing pengetahuan produk dan layanan dengan personil internal yang relevan**



Upaya untuk menyampaikan informasi baru kepada rekan kerja perlu dilakukan setelah mengembangkan pengetahuan produk dan layanan di tempat kerja. Hal

ini penting untuk dilakukan karena alasan sebagai berikut:

- Menunjukkan peran sebagai anggota tim yang siap memberikan bantuan pada orang lain kapanpun
- Menunjukkan usaha dengan mengambil waktu dan kesulitan untuk memperoleh informasi tersebut. Hal ini membuat manajemen memahami dedikasi dan profesionalisme karyawan.
- Membantu dalam penjualan dan upaya promosi perusahaan. Akan terdapat hubungan sebab akibat dengan meningkatkan pendapatan positif, menghasilkan hubungan pelanggan yang lebih positif dan menciptakan lebih banyak pelanggan.

Teknik yang efektif, sederhana dan hemat biaya dapat dilakukan untuk menyampaikan informasi tentang pengembangan pengetahuan produk dan layanan seperti:

Melakukan pertemuan staf internal



Pertemuan internal staf biasanya wajib dihadiri. Pertemuan ini bisa digunakan sebagai sarana untuk berbagi informasi produk

dan layanan. Agenda rutin untuk kegiatan sharing bisa disarankan pada semua rapat staf.

Menyebutkan informasi di *briefing*

Briefing staf sebelum dimulainya suatu proses kerja dilakukan sebagai kegiatan rutin pada setiap divisi atau bagian. Kesempatan ini dapat digunakan untuk memberitahu rekan-rekan tentang informasi produk dan layanan baru atau direvisi secara lisan atau menggunakan kertas, demonstrasi, kunjungan, uji rasa.

Mengembangkan informasi berbasis kertas

Hasil pengembangan produk baru atau update dan layanan informasi dapat dibuat handout singkat atau 'lembar data' untuk diberikan kepada staf lain untuk menginformasikan tentang apa yang telah ditemukan. Handout ini hanya menyediakan dasar informasi yang mengandung semua fakta yang relevan. Ketika mempersiapkan handout ini; gunakan banyak judul - untuk memecah informasi ke dalam kategori yang relevan, sesuai dengan produk atau jasa yang dijelaskan; gunakan dot poin - untuk menyajikan informasi.

Melakukan kegiatan internal produk dan layanan.

Dalam hal ini mungkin dapat dilakukan untuk menginformasikan kepada staf lain tentang produk dalam layanan antara lain:

- Kunjungan ke departemen yang berbeda
- Pengamatan praktek hal baru atau yang diubah
- Demonstrasi/praktik
- Mencicipi rasa

Membiarkan staf untuk mengalami layanan

Hal ini biasanya memerlukan persetujuan dari otorisasi manajemen tetapi ini merupakan metode yang sangat efektif berbagi dengan orang lain tentang apa produk dan jasa baru atau yang ditingkatkan / direvisi dan jasa.

Pilihan ini memungkinkan staf untuk mengalami produk dan layanan yang sama dengan apa yang pelanggan



bayar atau yang pelanggan alami, sehingga staf mendapatkan informasi pribadi apa yang ditawarkan.

Kegiatan yang dapat disusun supaya staf mengalami sendiri antara lain;

- Tinggal di kamar tamu untuk satu malam
- Makan di ruang makan/restoran
- Membuat reservasi atau pemesanan
- Menggunakan situs perusahaan.

Melakukan sesi pelatihan



Pelatihan terstruktur dapat menjadi cara yang bagus untuk berbagi informasi tentang pengetahuan produk dan layanan

Mengakui usaha

Setiap kali seorang staf berbagi pengetahuan produk dan layanan, hal yang perlu dilakukan adalah

- Terima sebagai hal yang baik
- Menghargai usaha karyawan dan apa yang telah dibagikan
- Mendorong untuk melanjutkan upaya lain dan berbagi informasi baru yang di temukan
- Jangan hanya menerima apa yang telah dibagikan tanpa mengakui.

D. Aktifitas Pembelajaran

LK. 01

1. Pilih danidentifikasi satu produk dan satu layanan yang tersedia untuk pelanggan di salah satu organisasi (restoran, hotel, resort, tour travel). Berdasarkan identifikasi tentang produk dan layanan yang telah anda pilih, kemudian lakukanlah hal-hal berikut:
 - a. Menggambarkan bagaimana Anda dapat mengembangkan pengetahuan produk yang diperlukan untuk produk dan layanan di tempat kerja Anda dan menggunakan teknik penelitian
 - b. Menjelaskan bagaimana pengetahuan ini dapat membantu Anda mempromosikan dan menjual produk dan layanan

- c. Mengidentifikasi sumber kerja dari umpan balik pelanggan yang dapat digunakan untuk melengkapi pengembangan pengetahuan produk untuk produk dan layanan
 - d. Bagaimana Anda bisa berbagi pengetahuan produk tentang produk dan layanan dengan staf lain.
2. Bagaimanakah saudara mendapatkan umpan balik dari pelanggan? Berikanlah contoh nyata bentuk umpan balik yang dapat saudara temukan di tempat kerja! Dan berikanlah analisis dari form umpan balik tersebut dengan identifikasi informasi-informasi penting apa yang bisa saudara dapatkan?

E. Latihan/Kasus/Tugas

LK. 02

1. Identifikasikan tiga cara bagaimana seorang staf dapat memperoleh dan menjaga pengetahuan produk dan layanan!
2. Bagaimana tiga cara seorang staf memperoleh pengalaman pribadi di tempat kerja?
3. Berikan tiga alasan mengapa seorang staf perlu memiliki pengetahuan produk dan layanan yang tinggi!
4. Berikanlah contoh masing-masing tiga contoh tentang formal dan informal riset yang dapat digunakan untuk memperoleh pengetahuan produk dan layanan!
5. Sebagai seorang staf rincian apa yang perlu diketahui tentang kamar dan menu makanan?

F. Rangkuman

1. Konsep Target Pasar, Pengetahuan Produk dan Layanan

Pengetahuan akan target pasar, produk dan layanan bagi seorang staf perlu dikembangkan dan dijaga. Ini sebagai modal utama dalam mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan dan dijual. Pengembangan pengetahuan tentang produk dan layanan merupakan tanggungjawab individu seorang staf dan manajemen untuk dapat memfasilitasinya

2. Peluang untuk mengembangkan pengetahuan produk dan layanan

Pengembangan pengetahuan produk dan layanan dapat dimulai dari lingkup terkecil yaitu area kerja, kemudian dikembangkan ke arah lingkup yang lebih

luas yang memiliki hubungan yang erat dalam usaha mempromosikan produk dan layanan yang tersedia.

3. Teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan

Upaya untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan perlu disadari sebagai usaha yang penting. Usaha ini dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan penelitian/riset formal dan informal.

4. Umpan balik pelanggan untuk melengkapi pengetahuan produk dan layanan

Umpan balik pelanggan penting diperoleh untuk mencegah terjadinya masalah yang berulang dan untuk memenuhi semua harapan pelanggan. Umpan balik dapat diperoleh dengan tidak hanya menunggu pendapat dan jawaban pelanggan, namun seorang staf dapat secara proaktif untuk menggali dan menanyakan pertanyaan lebih lanjut tentang pendapat dan jawaban yang diberikan.

5. Sharing pengetahuan produk dan layanan dengan personil internal yang relevan

Sebagai seorang staf menunjukkan peran dan tanggungjawabnya sebagai anggota tim, membantu manajemen dalam usaha mempromosikan produk dan layanan perlu dilakukan. Wujudnya yang dilakukan dengan menyampaikan informasi baru kepada rekan kerja perlu dilakukan setelah mengembangkan pengetahuan produk dan layanan di tempat kerja.

Dengan berbagi pengetahuan maka staf lainnya pun akan terdorong untuk ikuti andil dalam usaha penjualan demi keberhasilan perusahaan.

G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut

Lembar Umpan Balik Peserta 1

Nama	:	
Tanggal Observasi	:	
Petunjuk	:	Isilah dengan tanda (√) pada kolom berikut:

Saya dapat:	Ya	Tidak
1. Menjelaskan konsep target pasar, pengetahuan produk dan layanan		
2. Mengidentifikasi peluang untuk mengembangkan pengetahuan produk dan layanan		
3. Menjelaskan manfaat staf memiliki pengetahuan produk dan layanan yang tinggi		
4. Menjelaskan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan		
5. Menerapkan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan		
6. Mencari umpan balik pelanggan untuk melengkapi pengetahuan produk dan layanan		
7. Melakukan sharing pengetahuan produk dan layanan dengan pelanggan internal yang relevan		
Apakah ada materi yang perlu Saudara tambahkan?		
Apa manfaat materi ini bagi Saudara pelajar?		



Kegiatan Pembelajaran 2 : Analisis Promosi dan Penawaran Bervariasi untuk Target Pasar yang Berbeda

A. Tujuan

Tujuan kegiatan pembelajaran diharapkan peserta diklat dapat melakukan analisis promosi dan penawaran bervariasi untuk target pasar yang berbeda.

Sebelum melakukan analisis peserta akan mempelajari tentang mengapa pasar target dipilih dan digunakan, bagaimana promosi dan penawaran dapat bervariasi sesuai target pasar yang berbeda, identifikasi sumber-sumber informasi tentang target pasar perusahaan, karakteristik demografi perusahaan target pasar, manfaat target pasar dalam suatu organisasi.

Dengan mempelajari kompetensi ini maka peserta akan mampu menjelaskan bagaimana menganalisis promosi dan penawaran yang bervariasi untuk target pasar yang berbeda

Kompetensi ini dipakai dalam semua divisi di industri perhotelan antara lain *front office, housekeeping, food and beverage service, food production, travel agencies* dan *tour operator*.

B. Indikator Pencapaian Kompetensi

Indikator dalam pencapaian kompetensi ini mencakup:

1. Menjelaskan tentang mengapa target pasar digunakan dan dipilih
2. Menjelaskan bagaimana promosi dan penawaran dapat bervariasi sesuai target pasar yang berbeda
3. Memonitor penjualan dan promosi produk dan layanan
4. Mengidentifikasi sumber-sumber informasi tentang target pasar
5. Menjelaskan karakteristik demografi target pasar

6. Menganalisis karakteristik demografi target pasar

7. Menjelaskan manfaat menggunakan target pasar dalam suatu organisasi.

C. Uraian Materi

1. Mengapa Target Pasar Dipilih dan Digunakan

Ketika memahami tentang target pasar dimana setiap usaha memiliki lebih dari satu target pasar, target pasar tidak hanya dalam jumlah yang kecil dan target pasar sewaktu-waktu dapat berubah seiring dengan munculnya kesempatan baru.

Kunci utama yang harus diketahui seorang staf adalah

- Mengetahui cara bagaimana produk dan jasa berbeda sesuai dengan berbagai kebutuhan semua target pasar yang meliputi; bagaiman produk dan layanan akan berbeda dalam hal, harga, pilihan, ketersediaan dan kesesuaian. Target pasar yang mana yang akan dikembangkan untuk produk dan layanan yang disediakan.
- Menfokuskan pada upaya penjualan dan promosi sesuai aspek yang diidentifikasi oleh riset pasar bagi kelompok target pasar.

Manajemen dan staf penjualan biasanya memiliki perspektif yang berbeda tentang target pasar. Sebagai contoh manajemen akan target pasar seperti; klien korporasi dan komersial, touris petualang dan wisatawan asing. Sementara staf penjualan akan fokus pada pelanggan bisnis, keluarga, pelanggan individu maupun kelompok (operator tur, maskapai penerbangan).

Semua pelanggan, wisatawan dan pengunjung menuntut persyaratan standar tertentu untuk layanan (keselamatan, keamanan, makanan, minuman, akomodasi). Namun target pasar akan menuntut sesuatu yang ekstra atau berbeda. Dengan variasi target pasar ini maka seluruh upaya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan target pasar yang telah diidentifikasi dalam hal:

- Seragam staf
- Tanda yang dikenakan staf dihadapan pelanggan
- Dekorasi tempat
- Fasilitas yang ditawarkan
- Jenis produk yang tersedia

- Standar layanan
- Harga dikenakan

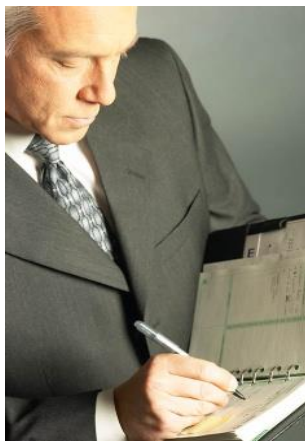
Seorang staf harus mengenali variasi target pasar yang datang dan memberikan layanan dengan cara yang berbeda sesuai dengan kebutuhannya. Sebagai contoh jika seorang *waiter* melayani keluarga dalam resoran, maka akan disediakan menu khusus untuk anak-anak, berbeda dengan jika yang dihadapi sekelompok turis maka akan diberikan daftar menu dalam bahasa inggris dengan variasi menu yang lebih berragam.

Alasan mengapa pasar target digunakan

Pasar target digunakan untuk menciptakan titik perbedaan dengan tempat lain, lebih memahami kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan, lebih aktif dalam mengembangkan produk dan jasa yang disukai oleh pelanggan potensial dan lebih efektif dalam menggunakan promosi dan iklan yang tepat sasaran.

Alasan mengapa pasar target dipilih

Pasar target dipilih untuk menyelaraskan visi, misi dan nilai-nilai bisnis, berdasarkan pada pengalaman sebelumnya dan keadaan saat ini, memanfaatkan peluang pasar, mempertahankan kelangsungan bisnis dan mengatur arah baru yang mungkin akan ditempuh.



Menganalisis riset pasar sebagai dasar pengembangan pasar target

Data riset pasar dapat dianalisis untuk mengungkapkan kebutuhan, keinginan dan harapan dari target pasar. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk :

- Mengidentifikasi hal-hal yang diinginkan oleh pihak target pasar
- Memperhitungkan besaran dari target pasar
- Menentukan karakteristik demografi target pasar
- Memprediksi berapa target pasar yang siap membeli

- Memprediksi frekuensi target pasar dalam membeli produk dan jasa yang diinginkan.

Setiap target pasar memiliki *nich market*, yang dimaksud dengan *nich market* adalah sub bagian dari target pasar. Jumlah dari nich market biasanya lebih kecil dari target pasar, namun dalam hal pendapatan, keuntungan jauh lebih besar.

Sebagai contoh dibidang pariwisata, nich market yang umum dan sangat sering muncul seperti, *eco tourism, medical tourism, educational tourism, farm tourism dan food and beverage tourism*.

Mentargetkan usaha untuk memperoleh pengetahuan produk dan layanan yang harus disediakan dan dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan *nich market* merupakan keuntungan memahami *nich market* dengan baik.

2. Promosi dan penawaran yang berbeda sesuai target pasar yang berbeda

Iklan dan promosi dapat mengubah tergantung pada target pasarnya. Produk dan layanan yang ditujukan pada sasaran pasar yang berbeda memiliki 4P yang diubah untuk lebih memenuhi kebutuhan identifikasi setiap pasar yang berbeda.

4P yang dimaksud untuk menciptakan produk dan jasa yang berbeda dan lebih baik menargetkan persyaratan identifikasi pasar adalah:

- Produk; sebuah paket hiburan untuk keluarga
- Price/ Harga; Tawaran diskon untuk keluarga pada saat low session.
- Place/ Tempat; tawaran tamu menginap dengan penjemputan dari bandara
- Promotion/ Promosi; menarik pelanggan luar negeri dengan iklan dan majalah internasional.



Restoran/ hotel akan mengembangkan pasar target sebagai akibat dari:

- a. Berbicara, mendengarkan dan umpan balik dengan pelanggan
- b. Melakukan riset pasar
- c. Tindak berkompetisi
- d. Mengembangkan produk dan layanan baru
- e. Keinginan akan keuntungan

Memantau promosi dan Penawaran

Manajemen akan memantau keberhasilan upaya pemasaran dan promosi yang dilakukan. Manajemen akan membangun satu atau lebih KPI (Key performance Indicators), antara lain;

Untuk menarik 200 pemesanan dengan membayar deposit minimal tiga hari akomodasi tanggal 30 Maret 2015.

Menghasilkan jumlah X uang pada tanggal tertentu dari penjualan kamar untuk pelanggan internasional.

Agar KPI digunakan secara efektif perlu untuk:

- Tahu apa itu KPI, dengan mengerti benar tentang apa yang dimaksud KPI.
- Memiliki dasar; mengetahui tentang data-data nyata sebelum promosi dilakukan yang akan digunakan untuk menghitung kinerja nyata.
- Tahu bagaimana statistik yang akan diambil dan disusun dan dimanipulasi untuk tujuan menentukan KPI akhir; internal dokumen yang lengkap sehingga data mudah dicari.



Merekam dan Mengkomunikasikan temuan

Dua kunci untuk menentukan bagaimana pelanggan menyadari penawaran.

- Rekaman informasi - menyimpan log dari tanggapan, baik di atas kertas atau elektronik
- Menyampaikan data ke orang yang relevan.

Mix Promosi adalah berbagai cara yang dipilih oleh sebuah usaha untuk berkomunikasi dengan pasar target. Mix promosi yang efektif akan menggunakan teknik dan strategi yang diidentifikasi dalam riset pasar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Promosi ini akan menggunakan iklan dan bentuk promosi lain. Mix promosi diharapkan dapat memperluas target promosi dan menggeser penekanan pengguna akhir yaitu pelanggan. Semua pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha, layak untuk memperhatikan dalam hal promosi.

Mix promosi dapat dilakukan dalam bentuk kegiatan, antara lain:

- Promosi untuk pelanggan eksternal
- Promosi untuk perantara/pemasok
- Promosi untuk staf/pelanggan internal

3. Sumber-sumber informasi tentang perusahaan target pasar.

Keberhasilan mempromosikan produk dan layanan tidak cukup hanya dengan memahami konsep umum pasar target, namun sangat penting untuk memahami secara khusus pasar individu yang ditetapkan oleh perusahaan.

Sumber-sumber informasi tentang target pasar antara lain:

- Dokumen internal; semua area kerja memiliki dokumen internal yang dapat digunakan untuk memberikan informasi detail tentang target pasar. Dokumen dapat berbentuk hard copy seperti format maupun laporan, softcopy seperti database, data yang tersimpan di intranet atau merupakan kombinasi keduanya.



- Riset pasar; hasil riset pasar merupakan sumber yang sangat berguna untuk mendapatkan informasi pelanggan yang akan menjadi sasaran. Riset pasar akan memberikan klasifikasi pasar yang cukup jelas.
- Informasi dari usaha pendukung; perhotelan dan pariwisata memiliki banyak usaha yang mendukung. Contohnya perhotelan perlu dukungan lembaga keuangan seperti bank yang menyediakan infrastruktur untuk pembayaran elektronik, cek untuk melakukan transaksi bisnis. Namun bank juga mengandalkan hotel untuk mendapatkan penghasilan.
- Umpanbalik; sebagai bentuk penting untuk mendapatkan informasi pasar yang ditandai dengan sikap jujur, langsung dan pengalaman pribadi tentang tempat, produk dan layanan

4. Karakteristik Demografi perusahaan target pasar

Karakteristik demografi dapat menentukan target pasar dan menggambarkan campuran target pasar yang terdiri dari berbagai macam orang.

Karakteristik demografi perlu diketahui sebagai hal yang penting, karena dapat membantu manajemen untuk mengetahui apa kebutuhannya, bagaimana cara melayaninya, apa yang dapat ditawarkan dan apa yang tidak untuk direkomendasikan.

Setiap jenis usaha memiliki karakteristik demografi yang berbeda. Karakteristik setiap individu akan membantu dalam menentukan apa yang dapat ditawarkan oleh perusahaan.

Karakteristik pangsa pasar perlu dipahami sebagai pelanggan secara individu yang mungkin tidak bisa disamaratakan. Sehingga dalam kegiatan promosi yang akan ditetapkan harus bertitik pada pentingnya layanan pelanggan.

Contoh karakteristik demografi pada kelompok pasar sebagai berikut:

- Umur
- Jenis kelamin
- Status pernikahan
- Identifikasi sifat dan ukuran pembelian
- Tingkat produktif

- *Etnis*
- Lokasi geografis
- Transport yang digunakan
- Media yang digunakan
- Opsi pembayaran yang dipilih



5. Manfaat menggunakan pasar target dalam suatu organisasi

Tidak semua organisasi menggunakan pendekatan target pasar, namun secara pengalaman bagi perusahaan yang melakukan riset pasar mengakui manfaat yang sangat baik bagi pengembangan perusahaan.

Manfaat menggunakan pasar target dalam suatu organisasi, antara lain:

- Menjadi lebih mampu memenuhi kebutuhan yang diidentifikasi
- Penjualan lebih cepat
- Penjualan akan lebih untung
- Pelanggan lebih puas
- Mapan sebagai pemasok
- Mengenal target pasar yang lebih baik
- Mengurangi pesaing masuk pangsa pasar

D. Aktifitas Pembelajaran

LK. 03

1. Carilah dan amatilah salah satu bentuk usaha seperti restoran, cafe, hotel, atau resort, kemudian berdasarkan tempat yang Saudara pilih dapatkan informasi dengan menjawab pertanyaan dibawah ini!
 - a. Apa yang menjadi target pasar bagi usaha yang perlu untuk ditarik dan apa karakteristik demografi dari pasar target itu?
 - b. Apa yang menjadi nich market bagi usaha yang saudara pilih dan apa karakteristik demografi dari nich market itu?
 - c. Bagaimana variasi promosi akan difokuskan dengan target pasar yang berbeda itu?
 - d. Apa yang menjadi keuntungan manajemen melihat penggunaan konsep target pasar?
2. Wawasan/pengetahuan apa yang dapat diketahui tentang target pasar dilihat karakteristik demografi status perkawinan, tingkat pendapatan dan etnis?

E. Latihan/Kasus/Tugas

LK. 04

1. Manfaat apa yang akan diperoleh dengan mengidentifikasi dan menetapkan nich market?
2. Bagaimana langkah Saudara untuk dapat mengidentifikasi nich market ?
3. Bentuk-bentuk kegiatan dalam mix promosi apa yang dapat dilakukan kepada pelanggan eksternal, perantara/pemasok maupun staf/pelanggan internal?
4. Identifikasikan lima karakteristik demografi pelanggan!

F. Rangkuman

Mengembangkan pengetahuan pasar dengan :

- Mempelajari variasi target dan nich market yang ditargetkan.
- Mengetahui perbedaan produk dan layanan dengan tepat untuk mengembangkan target pasar dan nich market.
- Mempertimbangkan perbedaan karakteristik demografi target pasar dan nich market
- Mengacu pada informasi riset pasar dan data untuk menggunakannya sebagai dasar mempelajari apa keinginan, kebutuhan dan harapan target pasar yang berbeda
- Membaca dan menganalisis dokumen dan data internal untuk mendapatkan pemahaman tentang pelanggan sebelumnya, pola pembelian dan trend
- Informasi dari bisnis pendukung tentang pengetahuan pasar target
- Penggunaan KPI untuk mengukur efektivitas penjualan dan promosi.

G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut

Lembar Umpan Balik Peserta 2

Nama	:	
Tanggal	:	
Observasi		
Petunjuk	:	Isilah dengan tanda (√) pada kolom berikut:

Saya dapat:	Ya	Tidak
1. Menjelaskan tentang mengapa target pasar digunakan dan dipilih		

2. Menjelaskan bagaimana promosi dan penawaran dapat bervariasi sesuai target pasar yang berbeda		
3. Memonitor penjualan dan promosi produk dan layanan		
4. Mengidentifikasi sumber-sumber informasi tentang target pasar		
5. Menjelaskan karakteristik demografi target pasar		
6. Menganalisis karakteristik demografi target pasar		
7. Menjelaskan manfaat menggunakan target pasar dalam suatu organisasi.		
Apakah ada materi yang perlu Saudara tambahkan?		
Apa manfaat materi yang saudara pelajari?		



Kegiatan Pembelajaran3 : Inisiatif Promosi Untuk Mempromosikan Produk

A. Tujuan

Tujuan kegiatan pembelajaran diharapkan peserta diklat memiliki inisiatif untuk mempromosikan produk dan menunjukkan bagaimana mengembangkan promosi internal.

Staf semua organisasi yang terlibat dalam kegiatan penjualan perlu menyadari inisiatif promosi yang digunakan di tempat kerja. Staf perlu juga mengidentifikasi berbagai kegiatan promosi yang digunakan di tempat kerja.

Dengan mempelajari kompetensi ini maka peserta akan mampu menjelaskan mengapa inisiatif promosi penting dan manfaat inisiatif dan melakukan pengembangan promosi internal.

Kompetensi ini dipakai dalam semua divisi di industri perhotelan antara lain front office, housekeeping, food and beverage service, food production, travel agencies dan tour operator.

B. Indikator Pencapaian Kompetensi

Indikator dalam pencapaian kompetensi ini mencakup:

1. Menjelaskan mengapa inisiatif promosi penting
2. Menjelaskan manfaat inisiatif
3. Mengidentifikasi kegiatan-kegiatan inisiatif dalam promosi
4. Membangun promosi internal
5. Melaksanakan inisiatif promosi untuk mempromosikan produk.

C. Uraian Materi

1. Pentingnya Inisiatif Promosi

Inisiatif promosi yang digunakan dalam mempromosikan produk dan layanan saat ini penting untuk:

- a. Menjelaskan kepada pelanggan tentang informasi yang dibutuhkan tentang suatu produk dan layanan
- b. Menjelaskan manfaat inisiatif yaitu memberitahu pada pelanggan tentang segala informasi yang disediakan oleh inisiatif, hemat waktu dan keuntungan lain
- c. Memenuhi harapan pelanggan yaitu dengan inisiatif produk akan mampu memberikan informasi tambahan ketika pelanggan memiliki pertanyaan tentang produk dan layanan yang sedang diiklankan
- d. Mengoptimalkan penjualan, ada hubungan langsung antara kegiatan promosi dan penjualan, sehingga staf penjualan harus mampu menjelaskan dan mempromosikan inisiatif ini untuk menghasilkan pendapatan maksimal.



Inisiatif promosi

Inisiatif promosi dapat ditujukan untuk pasar target tertentu atau ditargetkan pada masyarakat umum. Inisiatif promosi dapat berhubungan dengan:

a. Promosi internal

Promosi internal dapat dilakukan di tempat kerja atau tempat yang lokasinya jauh dari tempat kerja seperti pusat perbelanjaan, pameran.

Kegiatan untuk promosi internal antara lain:

- 1) **Static display**, yaitu dengan menampilkan display yang digunakan untuk mempromosikan satu atau lebih produk.
- 2) **Demonstrasi**, cara yang sangat baik untuk mempromosikan layanan, yang berbeda dari fisik produk dan menjelaskan bagaimana suatu produk dapat digunakan

3) Tastings/Mencoba rasa, ini merupakan cara yang biasa dalam inisiatif promosi untuk mendapatkan umpan balik tentang berbagai makanan dan pilihan minuman. Tastings dapat digunakan untuk riset pasar, memperkenalkan menu baru pada pelanggan dan menunjukkan variasi dan kualitas produk yang ditawarkan.



4) Video atau DVD - ini dapat diintegrasikan ke dalam display, demonstrasi atau tastings atau dapat beroperasi sebagai iklan tersendiri.

5) Kompetisi - dianggap sebagai cara yang menyenangkan untuk mempromosikan produk dan layanan. Kompetisi dapat diintegrasikan dengan bentuk-bentuk promosi seperti tastings dan demonstrasi.

6) Penampilan Selebriti - penggunaan selebriti dapat menjadi cara yang efektif untuk mempromosikan atau mendukung inisiatif.

Penampilan selebriti yang digunakan harus mencerminkan citra tempat dan sesuai dengan pasar target yang dituju.



b. Spesial

Istilah spesial terbuka untuk interpretasi yang luas. Apa pun luar biasa dapat dianggap sebagai special. Kegiatan Special mungkin:

- 1) Penurunan harga (diskon) pada satu atau lebih produk atau jasa untuk jangka waktu tertentu - tempat akomodasi umum menawarkan spesial pada musiman untuk tenang, dan tempat-tempat tradisional di akhir pekan akan menawarkan akhir pekan spesial atau weekend get-aways
- 2) Produk atau layanan yang tidak biasanya tersedia, yang dibuat untuk waktu yang terbatas



- 3) Bonus yang disertakan saat pembelian dilakukan - seperti 'Beli satu, gratis satu', atau 'Menghabiskan sejumlah uang dan menerima item / layanan gratis'.

c. Paket

Paket yang menawarkan dibuat yang menampilkan bundling item (produk dan jasa), menjual paket dengan harga kurang dari jumlah total harga untuk masing-masing elemen / inklusi. Penawaran paket mungkin termasuk:



- 1) Akomodasi - di jenis kamar tertentu
- 2) Makanan - seperti 'makan malam di ruang makan' atau 'sarapan kontinental'
- 3) Minuman - misalnya 'Champagne pada saat kedatangan' atau 'gratis anggur dengan makan malam'
- 4) Perjalanan dan wisata - seperti tiket masuk ke acara lokal, kebun binatang, pretunjukkan
- 5) Transfer - Transportasi ke dan dari bandara dan terminal perjalanan.

d. Acara/event

"Acara" yang dapat diselenggarakan antara lain; pameran perdagangan, pameran, peluncuran produk, promosi bersama, web atau situs dan media sosial.

e. Kampanye Media

Kampanye media mengacu pada berbagai media untuk mengiklankan inisiatif promosi. Kampanye sebagai kepanjangan penggunaan media, penggunaan pilihan berbagai media yang berbeda dan target pasar yang berbeda.



Pilihan Media, yang dapat digunakan sebagai media kampanye antara lain; Koran, radio, televisi, web site, media sosial.

2. Membangun promosi Internal

Membangun promosi internal dalam mempromosikan produk dan layanan pada pelanggan dianggap sebagai cara tradisional namun efektif.

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam mengembangkan promosi internal adalah

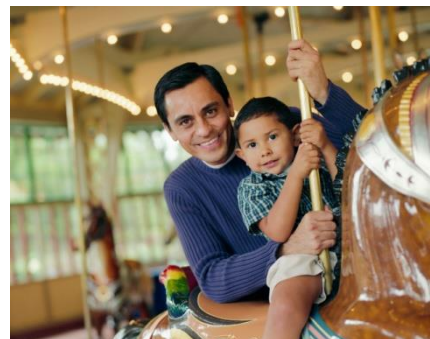
a. Menampilkan semua hal yang memiliki tujuan

Promosi internal menampilkan semua hal yang memiliki tujuan. Tujuan umum antara lain:

- Untuk memperkuat, melanjutkan atau mendukung promosi lainnya dari produk atau jasa yang sudah ada
- Untuk memperkenalkan produk atau layanan baru ke pasar
- Untuk menawarkan mencicipi atau sampling produk
- Untuk memberitahukan pelanggan produk yang sudah ada atau jasa telah direvisi dan diubah dalam beberapa cara
- Untuk memenuhi persaingan langsung
- Untuk menghidupkan kembali penjualan yang lesu
- Untuk membangun database pelanggan yang lebih besar
- Untuk mengisi ruang - mungkin ada tempat di tempat mencari kosong di mana ada kebutuhan untuk membuatnya lebih menarik.

Audien Target Pasar berdasarkan identifikasi produk yang digunakan, tanda-tanda, bahasa, bahan yang digunakan, waktu dan penempatan supaya tampilan menjadi efektif. Sasaran target pasar antara lain;

- pelanggan
- pelanggan yang telah ada
- bisnis, bisnis-adalah pasar sering diabaikan, tetapi sering dapat mewakili pasar yang berbeda layak perhatian dan promosi khusus
- Anak-anak - display mungkin produk anak-anak dengan tujuan melakukan penjualan, atau tampilan mungkin diperlukan untuk menghibur anak-anak sementara orang tua mereka dinyatakan terlibat



- Orang yang mencari untuk merayakan acara tertentu.
- Orang-orang dari berbagai usia
- Orang-orang dari berbagai latar belakang sosial, budaya dan etnis
- Orang dengan berbagai kemampuan fisik dan mental
- Orang dengan berbagai tingkat bahasa dan keaksaraan.

Target pasar ini akan memberikan fokus untuk tampilan dalam promosi.

b. Produk dan jasa yang akan ditampilkan

Untuk mempromosikan produk dan jasa tampilan dalam display perlu diperhatikan.

Integritas produk

Untuk mempromosikan produk atau jasa perlu dilakukan dengan cara yang sesuai. Semua promosi internal harus disesuaikan dengan citra produk atau jasa dan menyelaraskan dengan gambar dan posisi pasar serta harapan pelanggan.



Perencanaan.

Perencanaan membutuhkan keterlibatan orang lain termasuk manajemen, staf pemasaran, staf dari departemen lain di tempat kerja dan bahkan pelanggan. Rencana display yang dipersiapkan merinci hal-hal sebagai berikut:

- Lokasi display di tempat kerja
- Menampilkan waktu operasional, harian, mingguan atau waktu ketika staf diminta untuk display
- Anggaran - tunai, waktu, staf dan fisik sumber
- Daftar, batas, barang yang akan didisplay
- Mendukung bahan di display
- Tema untuk tampilan
- Garis bagaimana 'produk akhir' akan muncul.





Pilihan tampilan dalam promosi internal antara lain;

- *Windows displays*
- *Table displays*
- *Counter displays*
- *Free-standing display.*

Menempatkan display

Untuk dapat mencapai dampak dari promosi internal maka penempatan display sangat menentukan. Display diletakan di tempat-tempat yang cukup ramai dan lalu lintas tinggi, seperti dekat pintu, meja layanan, cash register, ruang antara pintu dan meja resepsion, toilet, telepon dan meja kasir.

Tampilan alat peraga

Dalam promosi internal penggunaan alat peraga yang tepat akan mendukung dan memperluas pengaruh terhadap target pasar yang sedang dipromosikan. Tampilan alat peraga menjadi titik utama kontak visual bagi sebagian besar konsumen, sebelum pada tahapan membaca tanda atau brosur.

Alat peraga dapat mencakup apa pun kecuali contoh nyata stock.

Alat peraga yang dipilih harus mengirim pesan langsung ke pelanggan. Kesan awal penting dan harus mencerminkan sifat sebenarnya dari produk atau jasa yang dipromosikan.



Teknik display yang digunakan

Format tampilan dasar untuk menciptakan tampilan dalam bentuk segitiga, juga dikenal sebagai 'efek piramida'.

Tiga aplikasi praktis dari efek piramida ini adalah:

- (1) Simetris, bentuk segitiga standar dengan titik tertinggi di atas pusat:
- (2) Asimetris, 'kiri ke kanan' atau 'hak untuk segitiga kiri:
- (3) Repetitious/berulang-ulang

Bahan display

Selain sudah diidentifikasi alat peraga, bahan display yang dapat digunakan secara efektif untuk membuat promosi internal menarik antara lain;

1. Flags

Ini dapat termasuk panji-panji, spanduk atau bendera-bentuk tradisional yang tersedia dalam berbagai ukuran dari kecil hingga besar.

Panji dapat digantung dari wilayah atap, atau disematkan ke belakang untuk memberikan latar belakang terhadap yang dipromosikan. Ini dapat digunakan untuk membuat atau mendukung rasa internasional, atau promosi - makanan atau minuman - khusus untuk negara dipromosikan.

Bendera nasional dapat digunakan untuk mempromosikan produk lokal ('Beli Malaysia', 'Beli Kamboja ') dan untuk mengambil keuntungan darisikap nasionalis. Manfaat dari penggunaan bahan display bendera adalah mudah dikenali dan dapat digunakan kembali.

2. Kotak

Kardus biasa dapat menjadi alat tampilan yang sangat berguna dan murah. Kotak hanya dapat ditumpuk di atas satu sama lain untuk membuat layar kecil. Lapisan atas kotak pada layar harus dipotong terbuka di sudut, menjaga bagian belakang kotak yang tinggi, dan bagian depan yang rendah (sehingga menerapkan segitiga / konsep piramida) untuk visual saat ini produk yang sebenarnya itu sendiri.

3. Bahan Kain

Bahan kain penting dalam display karena tiga alasan yaitu;

- Hal ini relatif murah, dan jika segera dibersihkan dan tidak rusak dapat digunakan kembali
- Muncul dalam berbagai warna. Ini berarti dapat digunakan dalam menjaga desain, tema atau konsep
- Bahan kain, membantu untuk menutupi banyak masalah.



4. Tanda Tanda

Tanda dapat dibuat dipromosi internal, membeli atau diperoleh secara cuma-cuma dari pemasok dan sumber-sumber lain. Tanda-tanda promosi biasanya terdiri dari berbagai bentuk dan ukuran.

5. Pamflet

Display yang umum digunakan dalam mempromosikan produk dan layanan.

6. Produk yang sebenarnya - sampel produk

Sampel produk yang sebenarnya digunakan untuk menangani penjualan, menjelaskan produk, melakukan demonstrasi, mengisi kembali rak dan memberikan keamanan terhadap gangguan atau pencurian.

7. Produk lokal

Menggunakan produk lokal kreatif untuk promosi menjadi cara murah untuk mempromosikan industri lokal lain atau menjalankan usaha promosi bersama.

8. Artefak budaya

Artefak budaya dapat berasal dari negara manapun, sehingga setiap Negara dapat menampilkan kekhasan Negara tertentu dan produk Negara tertentu.

9. Artefak industri

Dalam industri perhotelan dan pariwisata ada banyak kesempatan untuk menampilkan menggunakan peralatan yang berhubungan dengan bagian-bagian dari industri.

Banyak item yang cocok untuk digunakan pada display dapat ditemukan; dapur, bar, area makan, binatu dan akomodasi kamar.

c. Tiket Harga

Daftar harga apapun disarankan ditampilkan sesuai dengan ketinggian mata pelanggan. Harga yang diposisikan terlalu rendah menjadi terlalu sulit bagi pelanggan untuk membaca dan jika terlalu tinggi memungkinkan harga tersebut tidak terbaca.

Tugas seorang pemimpin untuk mempertimbangkan kebiasaan pelanggan ketika masuk restoran, hotel, maupun tempat lain.

Ketika memproduksi tiket harga perlu

- Pastikan harga sudah benar
- Sebutkan diskon yang berlaku
- Jangan pernah mencoba untuk membingungkan pelanggan - harga pada tiket tidak dikenakan biaya tambahan tersembunyi
- Pertimbangkan termasuk jumlah tawaran yang pelanggan menikmati jika memilih tawaran 'Khusus' atau satu paket
- Tiket Harga tidak harus melakukan kontak langsung dengan makanan.



d. Materi promosi

Pada setiap display umumnya memasukkan materi yang mempromosikan produk atau jasa yang dinominasikan. Termasuk informasi dan bahan-bahan berbasis cetak lainnya seperti:

- Brosur produk dan layanan informasi dan pamphlet
- Daftar harga
- Jadwal
- Catatan *Tastings*
- Resep
- Selebaran informasi tentang restoran, hotel dan lain-lain
- Peta



D. Aktifitas Pembelajaran

LK. 05

1. Pilihlah salah satu venue yang Anda anggap menarik seperti hotel, restoran, resort, dll). Identifikasi hal-hal apa yang perlu dikembangkan untuk kemajuan venue di lingkungan target pasar. Kemudian rancanglah sebuah promosi dan penawaran venue tersebut kepada pelanggan.
2. Akibat dari promosi dan penawaran dari produk dan layanan dalam restoran/hotel perlu untuk dipantau perkembangannya. Menurut anda cara-cara apa saja yang dapat dilakukan untuk memantau promosi dan penawaran yang restoran/hotel lakukan?

E. Latihan/Kasus/Tugas

LK. 06

1. Dalam kegiatan inisiatif produk dan layanan, identifikasikan keuntungan di tempat kerja tentang penggunaan pasar target!
2. Berikanlah contoh promosi internal yang biasa digunakan di tempat kerja!
3. Media-media apa yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk dan layanan.
4. Gambarkan tentang bentuk display dasar untuk pameran!

F. Rangkuman

Ketika promosi produk dan layanan akan dilakukan, identifikasi inisiatif promosi yang akan digunakan perlu dilakukan. Hal lain yang harus diperhatikan adalah waktu dan mengapa inisiatif promosi itu dipilih.

Tester, mencoba atau sampel semua inisiatif promosi digunakan di tempat kerja. Memperjelas batas waktu untuk setiap promosi atau tawaran.

Mengidentifikasi spesial event yang ditawarkan di tempat kerja termasuk paket-paket yang tersedia. Mengetahui secara detail jenis-jenis media promosi yang digunakan ditempat kerja termasuk tawaran yang ada di dalamnya.

Merencanakan display sesuai dengan ketentuan dan aturan internal dan eksternal perusahaan. Mengembangkan display yang cocok sesuai dengan target pasar dan mencerminkan citra perusahaan dan sesuai standar. Menciptakan display profesional yang menyelaraskan teknik merchandising dengan protokoler.

G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut

Lembar Umpan Balik Peserta 3

Nama	:	
Tanggal Observasi	:	
Petunjuk	:	Isilah dengan tanda (√) pada kolom berikut:

Saya dapat:	Ya	Tidak
1. Menjelaskan mengapa inisiatif promosi penting		
2. Menjelaskan manfaat inisiatif		
3. Mengidentifikasi kegiatan-kegiatan inisiatif dalam promosi		
4. Membangun promosi internal		
5. Melaksanakan inisiatif promosi untuk mempromosikan produk.		
Apakah ada materi yang perlu Saudara tambahkan?		
.....		
.....		
.....		
.....		
Apa manfaat materi yang saudara pelajari?		
.....		
.....		
.....		
.....		



Kegiatan Pembelajaran 4 : Promosi Secara Verbal Produk dan Jasa pada Pelanggan

A. Tujuan

Tujuan kegiatan pembelajaran diharapkan peserta diklat dapat melakukan promosi secara verbal produk dan jasa pada pelanggan.

Staf perusahaan yang melakukan kontak verbal langsung dengan pelanggan akan melakukan pendekatan untuk mempromosikan produk dan jasa.

Dengan mempelajari kompetensi ini maka peserta akan mampu mengidentifikasi isu-isu dan teknik dalam promosi lisan yang efektif dalam mempromosikan produk dan layanan pada pelanggan.

Kompetensi ini dipakai dalam semua divisi di industri perhotelan antara lain front office, housekeeping, food and beverage service, food production, travel agencies dan tour operator.

B. Indikator Pencapaian Kompetensi

Indikator dalam pencapaian kompetensi ini mencakup:

1. Menjelaskan bagaimana promosi produk dan layanan pada pelanggan secara verbal.
2. Mengidentifikasi pendekatan pelanggan dalam lingkungan penjualan.
3. Melakukan pendekatan pada pelanggan
4. Menunjukkan produk dan layanan pada pelanggan

C. Uraian Materi

1. Mempromosikan produk dan layanan pada pelanggan secara verbal

Kejujuran dan akurasi

Selalu jujur dan akurat tentang semua gambaran mengenai produk dan layanan:

- Jangan pernah berbohong
- Jangan pernah memberitahukan setengahkebenaran
- Jangan pernah mengatakan produk atau layanan yang lebih baik daripada lainnya
- Saran dan informasi yang diberikan harus asli dan tidak dibikin hanya untuk membuat penjualan
- Pengungkapan penuh sebagai pendekatan yang lebih disukai dengan memberitahu pelanggan tentang yang baik dan yang buruk
- Etis dalam berurusan dengan semua orang
- Jangan berjanji apa yang tidak dapat dipenuhi



Kepatuhan terhadap kebijakan dan prosedur perusahaan



Semua perusahaan memiliki kebijakan dan prosedur yang mengatur penjualan yang diharapkan harus dipatuhi oleh staf. Antara lain seperti; tidak ada tekanan untuk membeli pada pelanggan, tidak harus menjual di setiap pendekatan, larangan teknik penjualan tertentu atau strategi.

Definisi orang di tempat kerja tidak akan mempromosikan atau membuat penjualan. Anak di bawah umur atau orang yang telah membuat aplikasi meminta agar dilarang atau tidak dilayani, atau diperpanjang kredit. Pemeliharaan privasi dan kerahasiaan mengenai pembelian dan penjualan pelanggan.

Menggunakan keterampilan komunikasi yang tepat – Bertanya



Menggunakan pertanyaan dalam promosi dan situasi penjualan penting dilakukan karena pertanyaan memungkinkan untuk mengumpulkan informasi, dan untuk mengarahkan jalannya pembicaraan.

Sangat penting untuk menyadari penjualan sebagai dasar pertukaran informasi. Pelanggan memberitahu apa yang diinginkan, dan perusahaan menyampaikan apa yang disediakan dan apa yang dapat perusahaan berikan.

Peran Pertanyaan dan Jawaban

Pertanyaan dan penjualan merupakan sahabat yang tetap untuk orang yang sukses dalam penjualan. Mengajukan pertanyaan bukan merupakan indikasi dari kurangnya pengetahuan. Ini merupakan indikasi tentang pengetahuan perdagangan dan aktif dalam mencari solusi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kunci untuk pendekatan ini, fokus pada pelanggan. Ingat, pepatah tua tapi itu sangat benar "Pelanggan selalu benar".

Pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan berhubungan dengan;

- preferensi pribadi
- kebutuhan khusus
- tingkat kapasitas individu, pengalaman dan kemampuan dengan produk atau jasa
- anggaran yang tersedia untuk pembelian
- waktu yang tersedia
- kebutuhan status
- kedekatan dari kebutuhan
- pengalaman pelanggan dengan produk atau jasa serupa sebelumnya.



Bertanya

Mengajukan pertanyaan adalah alat yang ampuh dalam komunikasi. Bertanya bukan metode sederhana untuk memunculkan informasi, namun secara sendirinya memunculkan informasi.

Pertanyaan reflektif memberikan ide yang sama seperti mendengarkan reflektif karena melibatkan mengulang kembali ke pelanggan apa yang dikatakan.

Pertanyaan Terbuka dan Tertutup

Pertanyaan tertutup merupakan pertanyaan yang memerlukan jawaban "Ya", "Tidak" atau jawaban singkat.

Pilihan yang jauh lebih baik adalah menggunakan pertanyaan 'terbuka'.

Pertanyaan ini menyelidik pembicara untuk informasi lebih lanjut dan mendorong untuk memberikan informasi lebih detail.

Pertanyaan terbuka biasanya dimulai dengan:

- "Apa ..."
- "Kenapa ..."
- "Bagaimana ..."
- "Di mana ..."
- "Ketika ...".

Pertanyaan-pertanyaan 'terbuka' menunjukkan perhatian, minat, kepedulian dan keinginan untuk membantu, serta memberikan kesempatan lain untuk mendapatkan informasi lebih lanjut.



Menggunakan keterampilan komunikasi yang tepat - Mendengarkan

Mendengarkan kadang-kadang disebut sebagai keterampilan diabaikan. Karena sering mendengarkan ada asumsi yang baik dan tidak perlu menghabiskan waktu tentang bagaimana melakukannya, atau bagaimana untuk meningkatkannya.



Pilihan mendengarkan

Ada dua pilihan mendengarkan yaitu mendengar aktif dan mendengarkan reflektif.

Mendengarkan secara efektif

Latihan untuk mendengarkan secara efektif dapat dilakukan dengan;

- Siapkan diri untuk mendengarkan
- Tunjukkan ketertarikan
- Tetap berpikir terbuka
- Mengidentifikasi gagasan utama
- Mendengarkan kritis
- Jangan merasa terganggu
- Membuat catatan
- Memberikan bantuan saat diperlukan
- Tetap tenang



Menggunakan frase deskriptif

Frase deskriptif dapat membantu mempromosikan produk dan jasa dan membuat penjualan. Kunci dalam penggunaan frasa deskriptif yang efektif adalah

- Siapkan diawal - meluangkan waktu untuk mengembangkan suite frase yang tepat sebelum menggunakannya
- Pastikan semua akurat - tidak pernah bebas dengan frase deskriptif
- Cocokkan frase yang digunakan untuk orientasi yang diidentifikasi oleh pelanggan

Jual Manfaat

Semua produk dan jasa memiliki keduanya, fitur (unsur-unsur fisik sesuatu) dan manfaat. Strategi kunci dalam penjualan adalah untuk Jual Manfaat, bukan bentuk fisik sebenarnya dari suatu produk atau jasa.



Sebagai contoh, kamar double room yang dilengkapi dengan semua kenyamanan modern, kamar mandi ditambah terpisah, DVD player, video fasilitas, dua tempat tidur ukuran queen, dan fasilitas

memasak/dapur. Ruangan yang sama, memiliki pemandangan pantai yang spektakuler dan, berada di ujung koridor dan jauh dari lift dan sangat tenang.

Untuk menjual manfaat produk atau jasa ini, pendekatan yang harus dilakukan dengan memberikan item ke pelanggan dengan cara dimana membuat pelanggan merasa akan mendapatkan keuntungan dari pembelian.

Jadi, ketika menjual kamar tersebut terfokus pada pemandangan pantai yang megah, menyebutkan dengan indah suasana matahari terbit/tenggelam kondisi yang damai dan tenang berada jauh dari Lift dan di ujung koridor.

Saat mempromosikan, perlu untuk memikirkan setidaknya satu manfaat potensial yang dapat diberitahukan kepada pelanggan.

Kunci untuk menerapkan pendekatan ini adalah dengan mengubah properti fisik menjadi manfaat. Manfaat potensial yang mungkin bisa dimunculkan dalam mempromosikan produk dan layanan antara lain;

- Menghemat waktu – pembelian tiket masuk taman hiburan memungkinkan pelanggan untuk berjalan lurus berarti mereka tidak harus antri di panas matahari
- Menyediakan Status atau eksklusivitas
- Menghemat usaha
- Membuat pelanggan merasa lebih baik
- Memberikan pengalaman yang berbeda
- Layanan lebih cepat atau lebih lambat, yang sesuai kebutuhan pelanggan



Menggunakan Perbandingan

Mempromosikan produk dan jasa bisa lebih efektif bila perbandingan dibuat. Perbandingan dapat dibuat antara lain:

- Antara produk dan layanan yang sama - misalnya membandingkan salah satu ukuran produk terhadap ukuran yang berbeda dari produk yang sama, jangka waktu layanan yang lebih panjang terhadap layanan durasi yang lebih singkat

- Antara paket - mengidentifikasi dan membedakan hal khusus, biaya, nilai uang.
- Antara tempat-menyoroti tentang keunikan kamar yang tidak tersedia di kamar lain, fasilitas yang lebih baik atau sebaliknya, penghargaan yang telah diterima, renovasi terbaru dan penambahan.

Membuat Saran dan Rekomendasi

Pelanggan selalu mengharapkan staf penjualan mampu memberikan saran dan rekomendasi tentang produk dan jasa untuk dijualnya. Pertanyaan terpenting dari pelanggan berfokus pada “Apa yang akan direkomendasikan?”

Memenuhi Identifikasi Kebutuhan Pelanggan

Kegiatan promosi dan penjualan harus berfokus pada pelanggan. Identifikasi kebutuhan pelanggan individu dapat diperoleh melalui bertanya menggunakan tanggapan untuk menentukan apa yang tepat. Untuk dapat menentukan kebutuhan kelompok dengan membaca pengaturan kontrak/pre-tour untuk kelompok, atau dengan berbicara dengan pemimpin kelompok tur. Hal terpenting dalam promosi adalah memberikan informasi produk, layanan atau pengalaman yang sesuai harapan pelanggan.



2. Pendekatan pelanggan dalam lingkungan penjualan

Semua penjualan langsung/tatap muka memerlukan pendekatan. Kadang-kadang pelanggan membuat pendekatan pada staf penjualan dan kadang-kadang staf penjualan yang perlu melakukan pendekatan pada pelanggan.

Setiap pelanggan akan membentuk kesan tentang hotel, restoran dan jasa layanan perjalanan terhadap layanan yang diberikan.



Mendekati pelanggan dapat dilakukan dengan:

- Membuat kontak mata dengan pelanggan untuk mengakui keberadaan pelanggan.
- Berbicara kepada pelanggan, mengakui kehadiran mereka atau untuk bertukar beberapa bentuk kesenangan.
- Membuat tawaran dengan bantuan lisan, yang menunjukkan pemberian bantuan, siap untuk memudahkan pelanggan melakukannya sendiri..



Hal yang perlu diingat ketika mendekati pelanggan antara lain:

- Tulus dalam ucapan atau mendekati pelanggan
- Sesuaikan sinyal non-verbal dengan kata-kata
- Pastikan pendekatan tepat waktu
- Senyum - ini menunjukkan perasaan bahagia, keinginan untuk melayani, mendekati dan bersedia membantu
- Bersiaplah untuk memungkinkan pelanggan untuk membantu diri mereka sendiri.
- Janganberlama-lama dengan harapan pelanggan meminta untuk dilayani dengan segera
- Membalas respon pelanggan - menanggapi jika pelanggan ingin saran, layanan atau perhatian.
- Konsultasi dengan atasan tentang waktu dan sifat dari pendekatan tempat kerja mana yang lebih disukai atau digunakan.
- Konsultasi untuk mengidentifikasi phrase standar yang digunakan atau disukai, dan bertanya apa ada kebijakan dalam hal pendekatan dan penawaran bantuan tindak lanjut.



Pendekatan Penjualan

Hubungan dengan pelanggan dapat terbangun untuk memfasilitasi pendekatan penjualan. Hal ini dapat terbentuk meskipun dengan ungkapan sederhana seperti "Bukankah hari ini panas sekali?", atau dengan ucapan salam sederhana "Selamat pagi".

Pendekatan penjualan digunakan untuk mengidentifikasi apa yang diinginkan oleh pelanggan atau kebutuhan untuk membeli.

Mengajukan pertanyaan adalah langkah pertama, tapi hindari pengulangan pertanyaan ketika diawal menyambut pelanggan. Pertanyaan hal yang lebih fokus akan kebutuhan pelanggan seperti "Apa yang bisa saya bantu?".

Ketika pelanggan mulai menyampaikan komentar terhadap produk dan layanan yang disediakan, maka ini merupakan langkah selanjutnya bagi seorang staf untuk menunjukkan pengetahuan dan kemampuan berkomunikasi dalam mencapai penjualan yang efektif.

Penyampaian informasi yang cukup jelas tentang apa yang dibutuhkan pelanggan dapat terpenuhi merupakan progress yang positif. Kemampuan mendemonstrasikan dengan menarik dan berorientasi pada pelanggan memberikan kesan yang positif untuk pembelian.

Membuat dan menyampaikan kesan positif

Penjualan pendekatan harus memasukkan tindakan untuk membentuk kesan positif produk dan jasa pada pelanggan. Etika professional harus diterapkan dalam pendekatan penjualan. Etika profesional tersebut antara lain adalah:

- Kejujuran pada pelanggan,
- Menjaga kerahasiaan pelanggan
- Menyediakan layanan pada pelanggan
- Kebijakan dan diplomasi
- Pengetahuan produk.



Perlu melanggar aturan

Sebagai staf penjualan perlu menjadi teman pelanggan. Pelanggan harus diperlakukan seolah-olah

staf penjualan berada di pihak pelanggan. Sebagai staf penjualan perlu usaha untuk:

- Mendapatkan kesepakatan terbaik untuk pelanggan tanpa merugikan perusahaan
- Berbicaralah, berdebat atau bernegosiasi atas nama pelanggan dengan karyawan dan manajemen lain
- Memberi pelanggan sedikit tambahan keuntungan.

Staf perlu melakukan pelanggan dengan baik tanpa harus melanggar aturan-aturan perusahaan yang merugikan.

3. Menunjukkan produk dan jasa kepada pelanggan

Menunjukkan produk dan layanan pada pelanggan sebagai metode untuk mengoptimalkan penjualan dan memberikan kepuasan pada pelanggan.

Mendemonstrasikan produk dan jasa merupakan strategi penjualan yang sangat efektif karena:

- Hal ini aktif - bukan pasif
- Membangun kredibilitas perusahaan, dimana pelanggan dapat melihat apa yang diketahui

Fokus pada pelanggan dan melihat potensi penjualan Produk dan jasa perlu ditunjukkan ketika pelanggan

berusaha untuk menggunakan fasilitas atau peralatan yang disediakan oleh perusahaan, sebagai bahan pertimbangan pelanggan atau ketika mencoba sesuatu untuk pertama kalinya.

Layanan perlu ditunjukkan untuk meyakinkan pelanggan dan memungkinkan pelanggan memperoleh pengalaman singkat tentang apa layanan yang dirasakan.

Keselamatan

Setiap kali menunjukkan produk atau layanan kepada pelanggan harus selalu memastikan keselamatan pelanggan.

- Setiap produk, peralatan atau bahan yang digunakan aman untuk digunakan dan tidak memerlukan perawatan atau perbaikan. Jangan gunakan item yang tidak aman.



- Pelanggan beradadi lokasi yang aman dan jauh dari cedera
- Pelatihan bagaimana menggunakan dan menunjukkan produk atau jasa yang sedang dipresentasikan
- Menghentikan demonstrasi setiap menyadari masalah keamanan.

Menunjukkan Pada Pelanggan

Aspek-aspek penting ketika menunjukkan produk atau layanan kepada pelanggan adalah:

- Memberikan ucapan selamat datang pelanggan
- Ucapan terimakasih pada pelanggan atas kesempatan untuk mendemonstrasikan
- Pastikan pelanggan berada ditempat di mana pelanggan dapat melihat apa yang ditunjukkan
- Katakan kepada pelanggan apa yang akan ditunjukkan
- Mintalah pelanggan untuk mengajukan pertanyaan untuk seluruh demonstrasi
- Mulai demonstrasi
- Jelaskan setiap langkah
- Menunjukkan kecepatan normal
- Menyimpulkan demonstrasi
- Tanyakan jika pelanggan memiliki pertanyaan atau ingin mengulang
- Meminta penjualan dengan tepat
- Berterimakasih pada pelanggan untuk menonton atau membeli

Melibatkan pelanggan

Demonstrasi memberikan kesempatan pada pelanggan berpartisipasi, mencoba, atau mengalami suatu produk atau jasa.

Aspek-aspek penting ketika melibatkan pelanggan dalam demonstrasi adalah:

- Selamat datang pelanggan



- Terima pelanggan atas kesempatan untuk menunjukkan
- Pastikan pelanggan kompeten untuk mencoba produk tersebut, atau memberikan demonstrasi cara kerja produk
- Katakan pelanggan dapat mengajukan pertanyaan setiap saat
- Posisikan pelanggan dengan benar dan aman untuk memulai demonstrasi
- Mintalah pelanggan untuk memulai
- Memonitor aktivitas pelanggan - siap untuk campur tangan jika ada masalah, masalah keamanan atau ada kemungkinan akan rusak
- Bersiaplah untuk mengambil item dari pelanggan ketika pelanggan selesai
- Pujian pelanggan atau mengucapkan selamat pada usaha pelanggan
- Carilah umpan balik
- Meminta penjualan
- menerima pelanggan untuk berpartisipasi atau membeli.

Hal yang perlu diingat ketika mendemonstrasikan

Ketika mendemonstrasikan produk atau layanan yang harus diperhatikan:

- Tetap waspada terhadap apa yang terjadi - dan menjamin keamanan dan keselamatan selama demonstrasi
- Patuhi setiap kebijakan dan prosedur perusahaan yang relevan, seperti, jumlah orang yang terlibat pada satu waktu, lokasi demonstrasi, pembatasan berkaitan dengan apa yang dapat ditunjukkan, persyaratan yang berkaitan dengan penggunaan barang dinominasikan saat mendemonstrasikan, usia orang yang berpartisipasi.
- Mematuhi setiap peraturan negara tuan rumah yang relevan - seperti: batas usia yang berkaitan dengan mencicipi alkohol, keamanan

D. Aktifitas Pembelajaran

LK. 07

1. Perhatikanlah situasi dalam percakapan dibawah ini!

Seorang pelanggan menanyakan kepada pelayan restoran tentang sup hari ini, dengan; *"Excuse me waiter, what is the soup of the day?"*

Dilain pihak pelanggan lain menanyakan tentang sup hari ini dengan: *"Excuse me waiter, do you know what the soup of the day is?"*

Berdasarkan skenario diatas, apakah pertanyaan tersebut hanya membutuhkan jawaban "Ya" saja? Berikanlah 3 contoh pertanyaan pertanyaan terbuka dan tertutup!

2. Pendekatan penjualan dengan menjual manfaat dengan mengubah bentuk fisik menjadi non fisik. Berikanlah salah satu contoh produk dan jasa yang ditawarkan suatu usaha seperti restoran, hotel, resort, took souvenir, dll. Kemudian alternatif menjual manfaat apa yang dapat dilakukan dengan produk dan jasa yang ditawarkan?
3. Disebuah restoran seorang waiter sedang membawa sebotol minuman, dan seorang tamu menyatakan bahwa minuman ini mengingatkan kejadian yang sangat istimewa di akhir tahun lalu. Berdasarkan situasi ini, bagaimanakah pendekatan penjualan dapat dilakukan oleh seorang staf?

E. Latihan/Kasus/Tugas

LK. 08

1. Hal apa saja yang perlu diperhatikan ketika akan membuat perbandingan pilihan dari produk dan jasa yang ditawarkan?
2. Bagaimanakah cara untuk melibatkan pelanggan dalam memberikan saran dan rekomendasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan?
3. Identifikasikan hal-hal apa saja yang harus diperhatikan ketika melayani pelanggan!
4. Dalam pendekatan penjualan, etika professional perlu diterapkan oleh seorang staf. Berikanlah penjelasan bagaimana seorang staf harus bersikap jujur pada pelanggan, dan menjaga kerahasiaan pelanggan?

F. Rangkuman

- ☑ Secara verbal mempromosikan produk dan jasa harus sesuai dengan kebijakan dan prosedur. Semua informasi perusahaan harus jujur dan akurat. Semua saran dan rekomendasi dan tindakan harus memenuhi persyaratan profesional yang etis.
- ☑ Pendekatan penjualan digunakan untuk mengidentifikasi apa yang diinginkan oleh pelanggan atau kebutuhan untuk membeli.
- ☑ Kontak awal dengan pelanggan, membuat tawaran bantuan dan bentuk hubungan dengan pelanggan, merupakan modal untuk memulai pendekatan penjualan.
- ☑ Pertanyaan yang efektif dan keterampilan mendengarkan perlu diterapkan ketika mempromosikan produk dan jasa.
- ☑ Demonstrasi merupakan alat promosi untuk mengoptimalkan keterlibatan dengan pelanggan potensial dan meningkatkan penjualan
- ☑ Dalam usaha menunjukan produk dan layanan pelanggan, kesehatan dan keselamatan pelanggan harus menjadi perhatian.

G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut

Lembar Umpan Balik Peserta 4

Nama	:	
Tanggal Observasi	:	
Petunjuk	:	Isilah dengan tanda (√) pada kolom berikut:

Saya dapat:	Ya	Tidak
1. Menjelaskan bagaimana promosi produk dan layanan pada pelanggan secara verbal.		
2. Mengidentifikasi pendekatan pelanggan dalam lingkungan penjualan.		
3. Melakukan pendekatan pada pelanggan		
4. Menunjukkan produk dan layanan pada pelanggan		
Apakah ada materi yang perlu Saudara tambahkan?		
.....		
.....		
.....		
.....		
Apa manfaat materi yang saudara pelajari?		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		



Kegiatan Pembelajaran 5 : Analisis Kebutuhan, Keinginan dan Harapan Pelanggan

A. Tujuan

Tujuan kegiatan pembelajaran diharapkan peserta diklat dapat melakukan analisis kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.

Sebelum melakukan analisis peserta akan mempelajari tentang konsep kebutuhan pelanggan, keinginan dan harapan pelanggan dalam mengembangkan produk dan layanan. Mengumpulkan informasi tentang kebutuhan pelanggan, keinginan dan harapan pelanggan. Teknik keterampilan menjual. Memaksimalkan peluang penjualan dan menutup penjualan.

Dengan mempelajari kompetensi ini maka peserta akan mampu menjelaskan konsep kebutuhan pelanggan, keinginan dan harapan pelanggan dalam mengembangkan produk dan layanan. Bagaimana mengumpulkan informasi tentang kebutuhan pelanggan, keinginan dan harapan pelanggan. Teknik keterampilan menjual. Memaksimalkan peluang penjualan dan menutup penjualan di lingkungan industri pariwisata dan perhotelan terutama di tempat kerja.

Kompetensi ini dipakai dalam semua divisi di industri perhotelan antara lain front office, housekeeping, food and beverage service, food production, travel agencies dan tour operator.

B. Indikator Pencapaian Kompetensi

Indikator dalam pencapaian kompetensi ini mencakup:

1. Mendeskripsikan konsep kebutuhan pelanggan, keinginan dan harapan pelanggan dalam mengembangkan produk dan layanan.

2. Mengumpulkan informasi tentang kebutuhan pelanggan, keinginan dan harapan pelanggan.
3. Menerapkan teknik keterampilan menjual.
4. Memaksimalkan peluang penjualan dan menutup penjualan di lingkungan industri pariwisata dan perhotelan terutama di tempat kerja.

C. Uraian Materi

1. Konsep kebutuhan pelanggan, keinginan dan harapan pelanggan dalam mengembangkan produk dan layanan

Kebutuhan dan Harapan Pelanggan

Siapakah pelanggan itu? Pelanggan di lingkungan industri perhotelan/pariwisata terdiri dari pelanggan internal (rekan kerja, supervisor, manajer, *security officers*, dll) dan pelanggan eksternal (seseorang yang menghabiskan/membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan).

Kemudian apa yang dimaksud dengan kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan?

Kebutuhan bahwa pelanggan tidak bisa tanpa itu, semisal disuatu kota asing dan sederhana, pelanggan tidak bisa tanpa tempat tidur, makan dan minum. Seorang chef, tidak bisa melaksanakan tugas tanpa tempat memasak, alat masak dan bahan-bahan untuk memasak.



Keinginan, merujuk pada cara yang mana pelanggan inginkan untuk memenuhi kebutuhan khusus, tetapi mungkin tidak mempunyai sumber untuk memenuhi keinginannya. Pelanggan mungkin menginginkan untuk tinggal di luxury suite, santap malam restoran yang terkenal di tingkat internasional bintang 5, makan dan minum yang mahal tetapi tidak mempunyai uang untuk membayarnya sehingga pelanggan mengganti dengan yang lain.

Harapan, sebagai akibat berkembangnya kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dipengaruhi oleh:

- *Image* dan reputasi perusahaan dipasar
- Persepsi pelanggan sebelumnya dan pengalaman dengan perusahaan
- Pengiklanan perusahaan

Bagaimana mengidentifikasi kebutuhan dan harapan pelanggan?

Untuk memahami secara nyata tentang kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan, kita seharusnya:

- Melibatkan pelanggan dalam mengembangkan layanan baru
- Mengorganisasikan dan melaksanakan layanan pada fokus group
- Secara aktif melihat umpanbalik pelanggan
- Menanyakan pada pelanggan, layanan yang penting bagi mereka
- Menganalisis tren pasar
- menganalisis pesaing
- memperhatikan umpanbalik staf

Membuat analisis kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dengan mengidentifikasi:

- Apa yang diinginkan pelanggan? kebutuhan, keinginan dan harapan
- Apa yang telah tawarkan pada pelanggan? produk dan layanan
- Apa yang dapat kita tingkatkan?



2. Mengumpulkan Informasi tentang Kebutuhan, Keinginan dan Preferensi Pelanggan

Melibatkan pelanggan dengan mengetahui apa yang pelanggan inginkan dan perusahaan menyampaikan apa yang dapat disediakan.

Mendengarkan aktif adalah:

- Menampilkan kepekaan terhadap pembicara, menunjukkan segala hormat
- Menampilkan empati dengan orang yang berbicara
- Mendemonstrasikan perhatian dalam semua sinyal non-verbal dengan membuat dan menjaga kontak mata, mengangguk, mengubah ekspresi wajah *in-line* dengan komentar yang dibuat
- Tidak mengganggu ketika pelanggan menyampaikan seluruh informasi
- Mendorong orang lain untuk melanjutkan dengan memberikan umpan balik afirmatif non-verbal



- Berkonsentrasi pada apa yang dikatakan dan tidak memikirkan hal
- Tidak menjadi menghakimi

Mendengarkan reflektif sangat berguna saat emosi dipandang mengaburkan masalah. Mendengarkan reflektif mengharuskan staf untuk:

- Parafrase apa yang pembicara katakan
- Baca yang tersirat dari apa yang sebenarnya sedang disampaikan
- Memanfaatkan mempertanyakan untuk meringkas atau memperjelas situasi
- Menunjukkan sikap tidak menghakimi dengan menahan diri dari membuat komentar,
- Menunjukkan sikap sensitif dengan menghargai emosi /perasaan pelanggan

Dalam setiap pembicaraan dengan pelanggan sinyal-sinyal non verbal akan muncul. Hal ini perlu usaha yang serius untuk mengidentifikasi dan membuat penafsiran yang tepat dan benar. Sinyal non verbal ini ada yang positif dan ada yang negatif.



Keterampilan untuk “membaca pelanggan” sangat penting untuk dapat mengidentifikasi sinyal non verbal pelanggan, antara lain dengan:

- Melihat pakaian yang pelanggan kenakan
- Memperhatikan mobil yang pelanggan kendarai
- Mengamati merek yang pelanggan mempertimbangkan
- Memperhatikan bagaimana cara pelanggan berjalan, berbicara dan bertindak
- Melihat ekspresi wajah pelanggan
- Mengidentifikasi sikap umum pelanggan, atau atmosfer lingkungan.

Mengidentifikasi pelanggan dengan nama



Mengidentifikasi dan menggunakan nama pelanggan diakui sebagai cara terbaik dalam menghadapi pelanggan. Meskipun tidak selalu dalam setiap kesempatan ini dapat terjadi.

Hal-hal lain yang perlu dipertimbangkan

Hal lain yang perlu diingat ketika menggunakan nama pelanggan adalah:

- Dapatkan izin untuk menggunakan nama pertama Pelanggan
- Pastikan Anda mendapatkan pengucapan yang benar
- Jangan mempersingkat nama
- Jangan gunakan nama panggilan

Tips praktis mengarahkan orang

- Menemani dan mengarahkan pelanggan
- Meminta anggota staf lain yang akrab dengan produk untuk membantu
- Memberikan peta tata letak lokasi
- Menyediakan instruksi lisan yang jelas

Dalam kontak langsung dengan pelanggan, merupakan kesempatan besar untuk:

- Cari tahu nama pelanggan dan menggunakannya
- Mendapatkan informasi beberapa produk yang relevan, atau peta tempat-*relatedmap*, jadwal acara mendatang, daftar harga,daftar menu atau minuman.
- Menginformasikan pada pelanggan tentang penjualan khusus yang sedang berjalan
- Tanyakan apakah ada pertanyaan lain tentang produk atau jasa yang ditawarkan
- Membuat komentar yang sopan dan tepat untuk membantu membangun hubungan dengan menunjukkan orientasi kepribadian yang ramah untuk layanan pelanggan
- Menerima dengan menunjukkan penghargaan pada adat kebiasaan pelanggan

Tahap akhir dalam berhubungan dengan pelanggan adalah membuat keputusan. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan ketika membuat keputusan adalah

- Siapa yang akan terlibat dalam proses pengambilan keputusan
- Bagaimana penerimaan keputusan oleh semua pihak
- Dampak dari keputusan
- Biaya dari dampak keputusan
- Keputusan mampu menyelesaikan akar permasalahan

Meninjau dan menyetujui keputusan adalah hal yang penting untuk membangun proses review untuk menyelesaikan penjualan. Penting untuk melihat apakah setiap orang memahami solusi yang disepakati. Ini termasuk syarat dan kondisi yang relevan, janji-janji dan usaha yang telah dibuat, bentuk paket inklusi, tanggal, waktu dan harga serta pernyataan yang jelas tentang bagaimana pembayaran akan dilakukan.

3. Keterampilan Menjual

Suatu persyaratan yang konsisten untuk semua staf penjualan adalah menerapkan keterampilan menjual untuk membuat penjualan.

Mempertemukan kebutuhan pelanggan untuk produk dan layanan yang sesuai adalah cara terbaik mendorong pelanggan untuk menggunakan dan membeli produk dan jasa yang ditawarkan.

Panduan sederhana untuk mempromosikan produk dan jasa:

- Jangan mendorong pelanggan untuk membeli sesuatu yang pelanggan tidak inginkan
- Mendorong pelanggan untuk membeli sesuatu yang pelanggan inginkan atau butuhkan.



Kebanyakan pelanggan tidak hanya membeli sesuai harga tetapi melihat kemanfaatan meskipun harga tinggi.

Staf profesional penjualan penting untuk mengidentifikasi dan menjelaskan totalitas pembelian dengan menyoroti semua faktor yang menambah nilai pembelian. Seperti minuman gratis, diskon, valet parkir, rasa percaya dan aman untuk membeli.

Pengetahuan produk mendasari dan melengkapi setiap demonstrasi dan semua situasi penjualan. Kebutuhan untuk praktek, melatih mengkomunikasikan pengetahuan produk dan manfaatnya pada pelanggan



4. Memaksimalkan peluang penjualan

Semua usaha menginginkan stafnya untuk memaksimalkan penjualan. Konversi setiap peluang penjualan menjadi hasil penjualan dan untuk menghasilkan pendapatan maksimal pun perlu dilakukan. Penting untuk tidak melakukan hal berikut supaya tidak menerima penjualan dengan biaya apapun yaitu :



- Tidak Jujur
- Membuat pernyataan yang salah
- Menggambarkan produk atau jasa yang salah
- Memberikan referensi palsu tentang suatu barang atau jasa
- Menunjukkan jaminan yang tidak benar

Teknik untuk mengenali peluang penjualan

Cara praktis untuk mengenali peluang penjualan meliputi:

- Amati pelanggan
- Berbicara dengan pelanggan dan mengajukan pertanyaan
- Baca latar belakang informasi tentang pelanggan individu atau kelompok

Hampir semua penjualan memberikan kesempatan untuk memberikan saran



kepada pembeli tentang pelengkap produk atau jasa.

Pelengkap produk dan jasa akan:

- Memberikan nilai tambah bagi penjualan
- Melengkapi pembelian awal
- Memberikan pengalaman tambahan
- Melengkapi pengalaman pelanggan.

Untuk memaksimalkan penjualan, beberapa teknik yang dapat dilakukan adalah

- Membuat '*add-on*' penjualan; membangun penjualan tambahan dari permintaan pelanggan
- *Up-selling*; menyarankan produk atau layanan yang lebih mahal melalui harga yang lebih murah diawal
- Menggunakan 'jual sugestif'; penggunaan bahasa ekspresif dan deskriptif untuk menarik dan mendorong orang untuk membeli
- Menerapkan pendekatan 'ABC' menjual; pendekatan ABC adalah A untuk *Automatic*, B untuk *Better* dan C untuk *Created*.

Hati-hati membuat janji apapun kepada pelanggan ketika mencoba untuk membuat penjualan. Janji yang tidak ditepati menjadi sumber komplain pelanggan.

5. Menutup Penjualan

Menutup penjualan adalah proses bertanya pada pelanggan dengan pertanyaan yang solid dengan memberikan jawaban untuk melaksanakan penjualan.

Bagian penting dari proses penjualan adalah mengenali sinyal membeli. Sinyal membeli merupakan prospek keputusan untuk melakukan pembelian. Sinyal biasanya muncul menjelang akhir diskusi penjualan dan negosiasi. Ini merupakan indikasi *verbal* atau *non-verbal* yang menyatakan orang itu siap untuk membuat keputusan pembelian.

Setiap kali staf melihat sinyal pembelian yang positif, segera untuk menutup penjualan. Hal-hal yang perlu diingat pada saat menutup penjualan yaitu:

- Berharap untuk melakukan penjualan
- Tetap fokus
- Terima adalah keputusan pelanggan untuk membeli
- Penjualan tersebut harus saling menguntungkan
- Tidak harus menjual setiap kesempatan
- Menggunakan petunjuk verbal dan non-verbal

Penutupan proses penjualan dengan mengajukan pertanyaan membutuhkan jawaban yang solit untuk melakukan penjualan. Dimana pelanggan hanya memiliki dua pilihan dasar yaitu

Menerima - kesepakatan ditutup. melengkapi dokumentasi, memproses penjualan, membuat pemesanan.

Keberatan pembelian - jika pelanggan berkebaratan upaya untuk menutup penjualan dengan menentukan alasan keberatan memberli. Memberikan informasi lebih lanjut jika diperlukan dan Menangani keberatan dan kemudian mencoba untuk menutup lagi.

Teknik penutupan yang berbeda dapat digunakan sebagai startegi untuk menuntun pelanggan pada pembelian. Tipe penutupan berbeda tergantung pada item yang dijual, tipe pelanggan, situasi dan saat pelanggan merasa nyaman.

Terdapat enam teknik penutupan penjualan, namun kadang di setiap perusahaan mungkin memiliki teknik khusus.

1. *Direct*; metode yang paling umum digunakan untuk menutup penjualan dengan bertanya langsung dengan jawabab ya atau tidak karena sinyal membeli yang cukup kuat



2. *Active technique*; metode dengan terus memberi saran dan petunjuk pada pelanggan untuk membuat keputusan membeli. Pelanggan membutuhkan rekomendasi dan saran yang tepat.
3. *If technique*; teknik yang memungkinkan pelanggan untuk memutuskan langkah pada satu waktu, tanpa ada tekanan. Ini kesempatan untuk menunjukkan rasa hormat pada pelanggan dengan harapan ke depan ada penjualan
4. *Alternative technique*; teknik ini efektif jika digunakan bersama dengan teknik kesulitan dimana staf membantu pelanggan keluar dari dilema dengan sikap yang positif
5. *Difficulty technique*; teknik ini membantu prospek untuk membuat pilihan dan memberikan kesempatan untuk memberikan informasi lebih lanjut untuk penjualan di masa depan
6. *Assumptive technique*; pada teknik ini pertanyaan, pernyataan dan tindakan staf mempengaruhi kesempatan penjualan setiap langkah dan antisipasi penjualan. Hati-hati jangan sampai kesempatan penjualan hilang karena pengaruh perasaan yang muncul.

Ketika pelanggan akhirnya membuat keputusan membeli, pastikan untuk:

- Ucapkan selamat pelanggan
- Mengucapkan terimakasih
- Mendorong untuk melakukan pembelian kembali



D. Aktifitas Pembelajaran

LK. 09

1. Berdasarkan pengalaman jika anda memperoleh sesuatu lebih besar dari harapan, reaksi apa yang mungkin muncul? Cobalah untuk mengidentifikasi kebutuhan dan harapan pelanggan, jika saudara seorang manajer dari sebuah hotel, restoran atau *travel agency*
2. Lakukanlah observasi atau wawancara mengapa mengidentifikasi dan menggunakan nama pelanggan sangat penting? Apa manfaatnya? Bagaimanakah cara untuk mengetahui nama pelanggan?

3. Berikanlah salah satu contoh kasus tentang keputusan yang diambil dari satu usaha, departemen atau restoran yang berhubungan dengan layanan produk dan jasa yang ditawarkan. Kemudian identifikasikan pihak-pihak yang terkait yang mungkin terlibat dalam keputusan tersebut untuk menindaklanjutinya.
4. Dalam mempromosikan produk dan jasa, biasanya diperlukan pelengkap produk dan jasa untuk mencapai penjualan. Berikanlah tiga contoh produk dan jasa yang memiliki pelengkap produk untuk mencapai penjualan!
5. Sebelum proses penjualan terjadi, seorang staf perlu mengidentifikasi sinyal pembelian yang muncul diakhir percakapan. Berikanlah 3 contoh sinyal yang mungkin muncul dalam kegiatan promosi produk atau jasa di tempat kerja!

E. Latihan/Kasus/Tugas

LK. 10

1. Apakah manfaat keterampilan mendengarkan setelah pertanyaan pada pelanggan dimulai?
2. Identifikasikan sinyal non verbal afirmatif apa yang dapat digunakan untuk mendorong pembicara?
3. Identifikasikan sinyal non verbal afirmatif apa yang dapat digunakan untuk mendorong pembicara?
4. Mengapa mengidentifikasi dan menggunakan nama pelanggan sangat penting? Apa manfaatnya? Bagaimanakah cara untuk mengetahui nama pelanggan?
5. Hal-hal apa yang perlu dilakukan untuk membuat *add-on* penjualan?
6. Bagaimana cara untuk memberikan ucapan selamat kepada pelanggan yang telah menyampaikan keputusannya untuk membeli?

F. Rangkuman

Dalam menerapkan teknik penjualan perlu diingat staf mencerminkan perusahaan. Staf harus selalu memberikan layanan yang tepat pada pelanggan dengan kemampuan interpersonalnya. Staf harus menggunakan pendekatan pelanggan yang profesional, jadilah teman pelanggan tanpa merugikan perusahaan.

Pertanyaan penting untuk mengidentifikasi dan mempertemukan kebutuhan, keinginan, harapan pelanggan dengan layanan. Mendengarkan pelanggan saat pelanggan merespon pertanyaan dan menanyakan pertanyaan lanjutan. Perhatikan bahasa tubuh pelanggan.

Mencocokkan tawaran yang dibuat dengan kebutuhan pelanggan. Menjual manfaat perlu selalu dicoba dalam penjualan. Mencari *win-win outcome* pada setiap penjualan.

Mempraktikkan penjualan, merencanakan dan mempersiapkan untuk melakukan penjualan. Libatkan staf lain saat memerlukan bantuan. Perlakukan pelanggan sebagai seorang individu dalam berhubungan dengan pelanggan.

Memandang keberatan pelanggan sebagai permintaan untuk informasi yang lebih bukan sebagai akhir dari proses penjualan. Bersikap optimis dengan menerapkan teknik penjualan yang tepat.

Sadari kebijakan umum perusahaan dalam penjualan. Bersikap aktif untuk menutup penjualan tanpa menekan pelanggan. Pilih teknik menutup penjualan sesuai dengan kesempatan penjualan dan pelanggan secara individu.

G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut

Lembar Umpan Balik Peserta 5

Nama	:	
Tanggal Observasi	:	
Petunjuk	:	Isilah dengan tanda (√) pada kolom berikut:

Saya dapat:	Ya	Tidak
1. Mendeskripsikan konsep kebutuhan pelanggan, keinginan dan harapan pelanggan dalam mengembangkan produk dan layanan.		
2. Mengumpulkan informasi tentang kebutuhan pelanggan, keinginan dan harapan pelanggan.		
3. Menerapkan teknik keterampilan menjual.		
4. Memaksimalkan peluang penjualan dan menutup penjualan di lingkungan industri pariwisata dan perhotelan terutama di tempat kerja		
Apakah ada materi yang perlu Saudara tambahkan?		
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
Apa manfaat materi yang saudara pelajari?		
.....		
.....		
.....		
.....		



Kunci Jawaban Latihan/Kasus Tugas

Kegiatan Pembelajaran 1

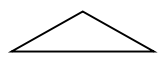

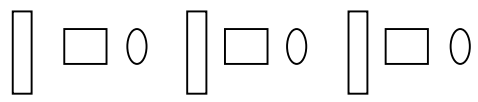
Pertanyaan	Kunci Jawaban
1. Identifikasikan tiga cara bagaimana seorang staf dapat memperoleh dan menjaga pengetahuan produk dan layanan!	<p>Peluang untuk mengembangkan dan menjaga pengetahuan produk dan layanan dengan:</p> <ul style="list-style-type: none">• Pengalaman pribadi• Membaca informasi brosur dan bahan lain yang disediakan oleh pemasok dan produsen• Membaca label produk• Menghadiri peluncuran produk• Mengunjungi pemasok, distributor dan produsen• Berbicara dengan perwakilan penjualan.
2. Bagaimana tiga cara seorang staf memperoleh pengalaman pribadi di tempat kerja?	<p>Seorang staf memperoleh pengalaman pribadi di tempat kerja dengan:</p> <ul style="list-style-type: none">• Mencicipi makanan di restoran• Mencicipi minuman di restoran• Menginap dengan fasilitas hotel• Mengamati lingkungan kerja• Mengamati proses kerja• Menjadi pelanggan langsung
3. Berikan tiga alasan mengapa seorang staf perlu memiliki pengetahuan produk dan layanan yang tinggi!	<p>Alasan seorang staf perlu memiliki pengetahuan produk dan layanan yang tinggi yaitu</p> <ul style="list-style-type: none">• Memiliki kepercayaan akan kemampuan menjual dan melakukan pendekatan pada pelanggan• Mampu menyampaikan produk dan layanan dengan tepat untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan

Pertanyaan	Kunci Jawaban
	<ul style="list-style-type: none"> • Mampu membangun hubungan dengan pelanggan berdasarkan kepercayaan dan kredibilitas yang ditunjukkan • Mampu melibatkan pelanggan dan membangun hubungan yang berkelanjutan untuk mendorong penjualan berulang • Memberikan kesempatan pada pelanggan potensial untuk menguji, mencoba sampel produk yang dijual.
<p>4. Berikanlah contoh masing-masing tiga contoh tentang formal dan informal riset yang dapat digunakan untuk memperoleh pengetahuan produk dan layanan!</p>	<p>Formal riset:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membaca hasil survey • Mengelola kuesioner • Mengevaluasi data eksternal • Membaca dokumen internal • Meninjau umpan balik pelanggan <p>Informal riset:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskusi umum • Membaca media • Membaca berbagai literature • Menjadi tamu di tempat kerja
<p>5. Sebagai seorang staf rincian apa yang perlu diketahui tentang kamar dan menu makanan?</p>	<p>Kamar: jenis kamar, harga kamar, fasilitas dalam kamar, layanan yang disediakan, keunggulan kamar, dan nomor yang dihubungi.</p> <p>Makanan: special menu hari ini, bahan, cara memasak, cara menghidangkan, menu pendamping yang cocok, manfaat jika ada</p>

Kegiatan Pembelajaran 2

Pertanyaan	Kunci Jawaban
1. Manfaat apa yang akan diperoleh dengan mengidentifikasi dan menetapkan nich market?	<p>Manfaat identifikasi nich market adalah</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iklan dan promosi akan lebih efektif • Produk dan layanan yang disukai nich market dapat disediakan • Pendapatan dan potensi keuntungan yang lebih • Usaha akan mendapatkan lebih dari satu pangsa pasar
2. Bagaimana langkah Saudara untuk dapat mengidentifikasi nich market ?	<ul style="list-style-type: none"> • Bertanya pada manajer • Membaca iklan dan bahan promosi di tempat kerja
3. Bentuk-bentuk kegiatan dalam mix promosi apa yang dapat dilakukan kepada pelanggan eksternal, perantara/pemasok maupun staf/pelanggan internal?	<p>Bentuk promosi pada pelanggan eksternal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banner, sampel produk, kalender, kupon, pameran <p>Bentuk promosi pada pemasok:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penawaran harga, promosi tunjangan, pameran, kontens penjualan, catalog, brosur, informasi bahan <p>Bentuk promosi pada staf/pelanggan internal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bonus, kontes, rapat, pelatihan, catalog, brosur
4. Identifikasikan lima karakteristik demografi pelanggan!	<ul style="list-style-type: none"> • Umur • Status Perkawinan • Jenis kelamin • Tingkat Pendapatan • Lokasi geografi • Pekerjaan • Transport yang digunakan • Media yang digunakan • Pilihan pembayaran

Kegiatan Pembelajaran 3

Pertanyaan	Kunci Jawaban
1. Dalam kegiatan inisiatif produk dan layanan, identifikasikan keuntungan/manfaat di tempat kerja menggunakan pasar target!	<p>Manfaat menggunakan pasar target dalam inisiatif produk dan layanan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lebih mampu memenuhi kebutuhan yang diidentifikasi • Mempercepat penjualan • Penjualan lebih menguntungkan • Menghemat waktu • Menjadi mapan sebagai pemasok • Mengenal target pasar dengan baik • Mengurangi kemungkinan pesaing masuk pangsa pasar
2. Berikanlah contoh promosi internal yang biasa digunakan di tempat kerja!	<p>Bentuk promosi internal yang digunakan di tempat kerja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Display • Demonstrasi • Mencicipi • DVD/video • Kompetisi • Penampilan selebrity • Event • Paket
3. Media-media apa yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk dan layanan.	<p>Media-media yang digunakan untuk mempromosikan produk dan layanan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Koran • Radio • Televisi • Situs • Media sosial
4. Gambarkan tentang bentuk display dasar untuk pameran!	<p>Bentuk segitiga atau efek piramida yang meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Simetris  • Asimetris  • Berulang 

Kegiatan Pembelajaran 4

Pertanyaan	Kunci Jawaban
1. Hal apa saja yang perlu diperhatikan ketika akan membuat perbandingan pilihan dari produk dan jasa yang ditawarkan?	<ul style="list-style-type: none">• Perbandingan yang dibuat mengakomodasi kebutuhan pelanggan, keinginan dan preferensi• Menjual manfaat serta inklusi/kekhususan• Sampaikan pada pelanggan mengapa dan bagaimana salah satu pilihan merupakan pilihan terbaik bagi pelanggan didasarkan pada hal-hal seperti: nilai, ketersediaan waktu, pengalaman unik, keselamatan dan kenyamanan.
2. Bagaimanakah cara untuk melibatkan pelanggan dalam memberikan saran dan rekomendasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan?	Melibatkan pelanggan dengan: <ul style="list-style-type: none">• menunjukkan pada pelanggan, DVD, foto atau brosur,• memperbolehkan pelanggan mencicipi rasa dari makanan atau minuman,• menunjukkan pada pelanggan kamar dan fasilitas yang ada tersedia
3. Identifikasikan hal-hal apa saja yang harus diperhatikan ketika melayani pelanggan!	Hal-hal penting dalam hal layanan pelanggan yang harus diperhatikan antara lain: <ul style="list-style-type: none">• Jangan menggunakan bahasa menyinggung• Jangan bungkuk• Jangan bersandar area layanan, dinding• Jangan pernah berbicara dengan staf lain ketika pelanggan dekat, mendekati atau menunggu• Tinggalkan telepon ketika pelanggan dekat, mendekati atau menunggu

Pertanyaan	Kunci Jawaban
	<ul style="list-style-type: none"> • Jangan pernah bermain-main di tempat kerja • Jangan mengunyah permen karet • Jangan melengkapai dokumen ketika pelanggan dekat, mendekati atau menunggu • Jangan pernah menempatkan stock ditempatnya ketika pelanggan dekat, mendekati atau menunggu
<p>4. Dalam pendekatan penjualan, etika professional perlu diterapkan oleh seorang staf. Berikanlah penjelasan bagaimana seorang staf harus bersikap jujur pada pelanggan, dan menjaga kerahasiaan pelanggan ?</p>	<p>Jujur pada pelanggan antara lain dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informasi yang diberikan kepada pelanggan harus akurat • Saran yang diberikan harus asli dan tidak dibikin hanya untuk membuat penjualan • Harga dibebankan harus seperti yang ditawarkan • Jumlah pembayaran harus benar • Jangan pernah menjanjikan apa yang tidak dapat diberikan. <p>Menjaga kerahasiaan pelanggan dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tidak mengungkapkan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan untuk orang lain, • tidak mengungkapkan jumlah dihabiskan untuk orang lain, • tidak menyampaikan informasi tentang pelanggan kepada orang lain

Kegiatan Pembelajaran 5

Pertanyaan	Kunci Jawaban
1. Apakah manfaat keterampilan mendengarkan setelah pertanyaan pada pelanggan dimulai?	Keterampilan mendengarkan akan membantu untuk: <ul style="list-style-type: none">• Membuat pertanyaan-pertanyaan selanjutnya yang perlu ditanyakan• Membuat rekomendasi dan saran yang diberikan
2. Identifikasikan sinyal non verbal afirmatif apa yang dapat digunakan untuk mendorong pembicara?	<ul style="list-style-type: none">• Mengangguk,• Kata-kata singkat dorongan,• Mata tertuju pada pembicara• Pastikan Anda tidak pernah menunjukkan tanda-tanda kebosanan
3. Identifikasikan sinyal non verbal positif dan negatif yang perlu dicermati pada saat mendengarkan reflektif?	Sinyal non verbal negatif: <ul style="list-style-type: none">• Sambil mendesah• Bahu merosot• Melihat sekeliling dengan cemas• jari mengetuk di atas meja• Mata digulung ke belakang• terlihat lelah, marah, frustrasi Sinyal non verbal positif: <ul style="list-style-type: none">• Smiles• Mengangguk kepala• Lebih menunjukkan penerimaan dan kesepakatan• Menunjukkan sikap yang lebih rileks• Mengambil item yang dipertimbangkan• Mulai menangani item, bermain-main dengan hal itu dan 'menggunakan' itu• Memegang produk sebelum memutuskan sebelum untuk membeli/membayar

Pertanyaan	Kunci Jawaban
<p>4. Mengapa mengidentifikasi dan menggunakan nama pelanggan sangat penting? Apa manfaatnya? Bagaimanakah cara untuk mengetahui nama pelanggan?</p>	<p>Menggunakan nama pelanggan membuktikan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anda tahu siapa mereka • Mereka berdiri di luar kelompok • Mereka telah layak mendapat perhatian ekstra diingat namanya • Pelanggan dianggap sangat penting. <p>Cara mencari tahu nama pelanggan dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meminta langsung pada pelanggan • Membaca nama pelanggan pada kartu kredit atau kartu lain ketika membayar • Mengacu pada dokumen yang relevan sebelumnya atau database yang berisi nama pelanggan • Meminta anggota staf lain jika tahu nama pelanggan. • Menuliskannya di suatu tempat sebagai catatan
<p>5. Hal-hal apa yang perlu dilakukan untuk membuat add-on penjualan?</p>	<p>Hal-hal yang perlu dilakukan untuk membuat add-on penjualan adalah</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selalu mencoba untuk membuat add-on penjualan pada saat yang tepat • Membuat tawaran yang relevan sesuai permintaan pelanggan • Jangan memberikan tekanan pada pelanggan untuk melakukan pembelian
<p>6. Bagaimana cara untuk memberikan ucapan selamat kepada pelanggan</p>	<p>Ucapkan selamat dengan:</p>

Pertanyaan	Kunci Jawaban
<p>yang telah menyampaikan keputusannya untuk membeli?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengucapkan selamat atas pilihan yang tepat • Menguatkan keputusan yang bijak yang telah dibuat • Mengulang kembali pernyataan tentang keuntungan seperti pada saat awal proses penjualan • Tunjukkan bagaimana pelanggan akan menikmati apapun yang telah dibelinya



Evaluasi

1. Yang bukan merupakan manfaat pengetahuan produk bagi staf adalah:
 - a. Dapat memberikan layanan yang kurang baik
 - b. Mendapatkan rasa hormat dari rekan kerja
 - c. Mendapatkan rasa hormat dari manajemen
 - d. Meningkatkan kepercayaan diri

2. Peluang untuk mengembangkan dan menjaga pengetahuan produk dan layanan dapat dilakukan dengan cara dibawah ini kecuali....
 - a. Membaca informasi brosur dan bahan lain yang disediakan oleh pemasok dan produsen
 - b. Pengalaman orang lain
 - c. Membaca label produk
 - d. Menghadiri peluncuran produk

3. Yang bukan merupakan usaha untuk memperoleh pengalaman pribadi di tempat kerja tentang pengetahuan produk dan layanan adalah ...
 - a. Membeli makanan/ minuman di restoran setiap hari
 - b. Mengamati lingkungan kerja
 - c. Mengamati proses kerja
 - d. Menjadi pelanggan langsung

4. Yangbukan merupakan alasan seorang staf perlu memiliki pengetahuan produk dan layanan yang tinggi yaitu....
 - a. Memiliki kepercayaan akan kemampuan menjual dan melakukan pendekatan pada pelanggan
 - b. Mampu menyampaikan produk dan layanan dengan tepat untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan
 - c. Kurang dapat membangun hubungan dengan pelanggan berdasarkan kepercayaan dan kredibilitas yang ditunjukkan
 - d. Mampu melibatkan pelanggan dan membangun hubungan yang berkelanjutan untuk mendorong penjualan berulang


5. Formal riset yang dapat digunakan untuk memperoleh pengetahuan produk dan layanan adalah.....
 - a. Membaca hasil survey
 - b. Diskusi umum
 - c. Mengevaluasi data eksternal
 - d. Membaca dokumen internal

6. Informal riset yang dapat digunakan untuk memperoleh pengetahuan produk dan layanan adalah.....
 - a. Diskusi umum
 - b. Membaca media
 - c. Membaca dokumen internal
 - d. Menjadi tamu di tempat kerja

7. Manfaat identifikasi nich market kecuali....
 - a. Iklan dan promosi akan lebih efektif
 - b. Produk dan layanan yang disukai nich market tidak tersedia
 - c. Pendapatan dan potensi keuntungan yang lebih
 - d. Usaha akan mendapatkan lebih dari satu pangsa pasar

8. Berikut yang bukan manfaat menggunakan pasar target dalam inisiatif produk dan layanan adalah
 - a. Lebih mampu memenuhi kebutuhan yang diidentifikasi
 - b. Mempercepat penjualan
 - c. Mengurangi kemungkinan pesaing masuk pangsa pasar
 - d. Pemborosan waktu

9. Yang bukan termasuk media yang digunakan untuk mempromosikan produk dan layanan adalah....
 - a. Koran
 - b. Handphone
 - c. Situs
 - d. Media sosial


- 
10. Yang bukan merupakan bentuk dasar display untuk promosi produk dan layanan adalah
 - a. Simetris
 - b. Asimetris
 - c. Berulang
 - d. Kotak

 11. Mengajukan pertanyaan bukan merupakan indikasi dari kurangnya pengetahuan. Pertanyaan sebagai kunci untuk pendekatan berfokus pada pelanggan. Pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan sebaiknya berhubungan dengan.... kecuali.
 - a. preferensi pribadi
 - b. kebutuhan secara umum
 - c. pengalaman pelanggan dengan produk atau jasa serupa sebelumnya.
 - d. anggaran yang tersedia untuk pembelian

 12. Jujur pada pelanggan merupakan faktor penting dalam proses penjualan antara lain dengan... kecuali.
 - a. Informasi yang diberikan kepada pelanggan harus akurat
 - b. Saran yang diberikan harus asli dan diorientasikan hanya untuk membuat penjualan
 - c. Harga yang dibebankan harus seperti yang ditawarkan
 - d. Jumlah pembayaran harus benar

 13. Menjaga kerahasiaan pelanggan dapat dilakukan dengan...kecuali
 - a. tidak mengungkapkan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan untuk orang lain,
 - b. tidak mengungkapkan jumlah dihabiskan
 - c. tidak menyampaikan pembelian pelanggan pada atasan
 - d. tidak menyampaikan informasi tentang pelanggan kepada orang lain

14. Penting untuk menyadari mendekati pelanggan sebagai sesuatu yang perlu dilakukan lebih dari sekali dalam situasi penjualan. Usaha untuk mendekati pelanggan dengan cara... kecuali.
- Membuat kontak mata dengan pelanggan untuk mengakui keberadaan pelanggan.
 - Berbicara kepada pelanggan, mengakui kehadiran mereka atau untuk bertukar beberapa informasi.
 - Membuat tawaran dengan bantuan lisan, yang menunjukkan siap memberikan bantuan, siap untuk memudahkan pelanggan melakukannya sendiri.
 - Menghindari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pelanggan tentang produk dan jasa yang ditawarkan
15. Kunci untuk menerapkan pendekatan penjualan adalah dengan mengubah properti fisik menjadi manfaat. Yang bukan manfaat potensial yang bisa dimunculkan dalam mempromosikan produk dan layanan antara lain....
- Menghematwaktu- pembelian tiket masuk taman hiburan memungkinkan pelanggan untuk berjalan lurus berarti mereka tidak harus antre di panas matahari
 - Menyediakan status eksklusivitas
 - Membuat pelanggan merasa lebih baik
 - Memberikan pengalaman yang sama dengan pengalaman sebelumnya
16. Dalam menunjukkan produk atau layanan kepada pelanggan harus selalu memastikan keselamatan pelanggan. Hal-hal yang tidak perlu diperhatikan dalam mendemonstrasikan produk dan layanan adalah....
- Setiap produk, peralatan atau bahan yang digunakan aman untuk digunakan dan tidak memerlukan perawatan atau perbaikan.
 - Pelanggan berada di lokasi yang aman dan jauh dari cedera
 - Meneruskan demonstrasi meskipun menyadari masalah keamanan
 - Berlatih bagaimana menggunakan dan menunjukkan produk atau jasa yang sedang dipresentasikan

- 
17. Pelanggan tidak bisa tanpa itu, misalnya di suatu kota asing dan sederhana, pelanggan tidak bisa tanpa tempat tidur, makan dan minum disebut...
 - a. Kebutuhan
 - b. Keinginan
 - c. Harapan
 - d. Hasrat

 18. Akibat berkembangnya kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dipengaruhi image dan reputasi perusahaan dipasar, persepsi pelanggan sebelumnya dan pengalaman dengan perusahaan, serta pengiklanan perusahaan disebut
 - a. Kebutuhan
 - b. Keinginan
 - c. Harapan
 - d. Hasrat


 19. Untuk memahami secara nyata tentang kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan, kita seharusnya..... kecuali.
 - a. Melibatkan pelanggan dalam mengembangkan layanan baru
 - b. Mengorganisasikan dan melaksanakan layanan pada fokus group
 - c. Secara pasif melihat umpanbalik pelanggan
 - d. Menanyakan pada pelanggan, layanan yang penting bagi mereka

 20. Dalam membuat analisis kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dengan mengidentifikasi hal sebagai berikut kecuali....
 - a. Apa yang diinginkan pelanggan?
 - b. Apa yang telah kita tawarkan pada pelanggan?
 - c. Apa yang dapat kita tingkatkan?
 - d. Apa yang akan kita dapatkan?

 21. Berikut ini yang bukan merupakan alternative solusi pemecahan keberatan pelanggan adalah.....
 - a. Menekankan pada manfaat dan keuntungan produk/jasa
 - b. Mendemonstrasikan nilai uang dibanding dengan nilai produk yang ditawarkan
 - c. Menyoroti kesesuaian produk atau jasa dengan kebutuhan pelanggan
 - d. Menghindari keterlibatan spesialis produk dan jasa yang ditawarkan

22. Berikut ini adalah hal-hal buruk yang harus dihindari ketika mengatasi keberatan pembelian kecuali....
- Berdebat
 - Mencoba terus untuk menjual
 - Menjadi defensive
 - Janji yang tidak jujur
23. Berikut hal-hal yang biasanya menjadi keberatan pelanggan untuk membeli, kecuali....
- Staf yang sopan
 - Harga
 - Waktu
 - Karakteristik produk dan layanan
24. Alasan bahwa mengidentifikasi nama pelanggan sangat penting adalah....
- Anda tahu siapa mereka
 - Mereka berdiri di luar kelompok
 - Mereka telah layak mendapat perhatian ekstra diingat namanya
 - Pelanggan dianggap tidak penting.
25. Ketika terlibat dalam mendengarkan secara aktif, tunjukkan bahasa tubuh yang menunjukkan minat dan perhatian, dan untuk mendorong pembicara. Berikut bukan merupakan ha-hal yang perlu diperhatikan dalam mendengarkan aktif yaitu....
- Menginterupsi ketika pelanggan menyampaikan seluruh informasi
 - Menampilkan kepekaan terhadap pembicara, menunjukkan segala hormat
 - Menampilkan empati dengan orang yang berbicara
 - Mendemonstrasikan perhatian dalam semua sinyal non-verbal dengan membuat dan menjaga kontak mata, mengganggu, mengubah ekspresi wajah sesuai dengan komentar yang dibuat
26. Berikut yang bukan merupakan cara mencari tahu nama pelanggan adalah
- Meminta langsung pada pelanggan
 - Membaca nama pelanggan pada kartu kredit atau kartu lain ketika membayar

- c. Mengacu pada dokumen yang relevan sebelumnya atau database yang berisi nama pelanggan
 - d. Meminta pada tamu lain nama pelanggan.
27. Pelanggan sering menampakkan sinyal non verbal negatif yang perlu staf perhatikan ketika mendengarkan reflektif, kecuali.....
- a. Mengganggu kepala
 - b. Sambil mendesah
 - c. Melihat sekeliling dengan cemas
 - d. jari mengetuk di atas meja
28. Sinyal non verbal positif yang sering dilakukan pelanggan yang perlu diperhatikan saat mendengarkan secara reflektif kecuali....
- a. Smiles
 - b. Lebih menunjukkan penerimaan dan kesepakatan
 - c. Menunjukkan sikap tegang
 - d. Memegang produk sebelum memutuskan sebelum untuk membeli/membayar
29. Sebelum proses penjualan terjadi seorang staf perlu mengidentifikasi sinyal pembelian yang muncul diakhir percakapan. Berikut contoh sinyal pembelian yang dilakukan pelanggan diakhir pembicaraan, kecuali....
- a. Jika pelanggan mengajukan pertanyaan tentang bentuk pembayaran, deposito membutuhkan atau waktu pembayaran
 - b. Pertanyaan tentang rincian menunjukkan pelanggan telah memutuskan untuk membeli
 - c. Jika pelanggan tidak setuju dengan poin penjualan pada rekomendasi yang diberikan
 - d. Jika pelanggan meminta mana yang direkomendasikan hal ini menunjukkan pelanggan siap untuk membeli namun masih perlu sedikit informasi lebih lanjut dalam menentukan pilihan

- 
30. Ucapan selamat dapat diberikan kepada pelanggan pada saat keputusan untuk membeli, yang dilakukan dengan cara dibawah ini, kecuali....
- a. Mengucapkan selamat atas pilihan yang tepat
 - b. Menguatkan keputusan yang bijak yang telah dibuat
 - c. Tunjukkan bagaimana pelanggan akan menikmati apapun yang telah dibelinya
 - d. Tidak perlu mengulang kembali pernyataan tentang keuntungan seperti pada saat awal proses penjualan

Kunci Jawaban Evaluasi



No	Jawaban	No	Jawaban
1.	A	16.	C
2.	B	17.	A
3.	A	18.	C
4.	C	19.	C
5.	B	20.	D
6.	C	21.	D
7.	B	22.	B
8.	D	23.	A
9.	B	24.	B
10.	D	25.	D
11.	B	26.	A
12.	B	27.	D
13.	C	28.	A
14.	D	29.	C
15.	D	30.	D



Penutup

Modul “Promosi Produk Hotel” diharapkan dapat membimbing guru dalam mencapai kompetensi paket keahlian akomodasi perhotelan pada Kelompok Kompetensi C.

Kompetensi yang tercakup didalamnya akan dapat terukur dengan indikator pencapaian setiap sub Kompetensi. Dalam proses pembelajaran disarankan peserta pelatihan terus berusaha untuk dapat menemukan referensi lain untuk mencapai kompetensi yang diharapkan.

Penulis megarapkan supaya penulisan modul ini dapat bermanfaat bagi guru dalam upaya mencapai kompetensi Pengembangan dan Pengaplikasian Pengetahuan Pasar, Produk dan Layanan. Yang kemudian diharapkan guru mampu untuk mengembangkan dan memodifikasi modul ini untuk dapat digunakan sebagai referensi dalam proses pembelajaran di sekolah untuk pencapaian kompetensi yang sama.

Akhirnya saran, sumbangsih dan masukan yang berguna untuk perbaikan modul ini sangat diharapkan.

Glosarium

Term	Explanation
<i>Add on</i>	Tambahan atau nilai tambah dari sesuatu
<i>Briefing</i>	Pertemuan untuk mengkoordinasikan tugas
<i>Check-in dan check-out time</i>	Waktu masuk dan keluar dari hotel tempat menginap
<i>Deposit</i>	Uang pangkal
<i>Eco tourism</i>	Ekowisata/wisata belanja
<i>Etnis</i>	Kelompok satu suku bangsa
<i>Educational tourism</i>	Wisata didalamnya mengandung unsur pendidikan
<i>Event</i>	Kegiatan kegiatan yang diselenggarakan disuatu tempat
<i>Farm tourism</i>	Wisata pertanian
<i>Food and beverage tourism</i>	Wisata makanan dan minuman atau kuliner
<i>Front office</i>	Kantor depan
<i>Food and beverage service</i>	Layanan makanan dan minuman biasanya dilakukan di kamar tamu
<i>Food production</i>	Bagian untuk memasak makanan
<i>Housekeeping</i>	Tata graha atau bagian departemen di organisasi hotel
<i>Medical tourism</i>	Wisata kesehatan

Term	Explanation
<i>Nich market</i>	Target pasar yang lebih khusus dan lebih kecil ruang lingkungnya
<i>Out of</i>	Diluar dari kebiasaan baik waktu maupun tempat
<i>Purchasing Officer</i>	Petugas/karyawan bagian pembelian barang
<i>Product knowledge</i>	Pengetahuan akan produk yang ditawarkan pada pelanggan
<i>Sharing</i>	Membagikan sesuatu benda atau pengetahuan pada orang lain
<i>Travel agencies</i>	Agen perjalanan
<i>Tour operator</i>	Operator perjalanan
<i>Upgrade</i>	Meningkatkan nilai tambah
<i>Venues</i>	Aset suatu perusahaan yang dapat menghasilkan pendapatan
<i>Waiter</i>	Pelayan restoran

Daftar Pustaka

- Corbin, J. & Strauss, A., 2008 (3rd ed'n), *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*, Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, California.
- Dawson, C., 2007 (3rd ed'n), *A practical guide to research methods : a user friendly manual for mastering research techniques and projects*, How To Books, Oxford.
- Kotler, P., Bowen, J.T. & Makens, C., 2010 (5th ed'n), *Marketing for hospitality and tourism*, Pearson, Upper Saddle River, New Jersey & London.
- McNeill, R.G. & Crofts, J.C., 2006, *Selling hospitality: a situational approach*, Thomson/ Delmar Learning, Clifton Park, N.Y.
- Morrison, A.M., 2010 (4th ed'n), *Hospitality and travel marketing*, Delmar Publishers, NY and Cengage Learning, London.
- O'Shannessy, V., 2009 (2nd ed'n), *The road to tourism: skills for the new professional*, Pearson Education Australia, Frenchs Forest, N.S.W.
- Pease, A. & Pease, B., 2006, *The definitive book of body language*, Bantam Books, New York.
- Perlitz, L., 2008, SIRXSL001A, *Sell products and services*, Pearson Education Australia, (Scope), Frenchs Forest, N.S.W.
- Powers, T. & Barrows, C.W., 2012 (10th ed'n), *Introduction to management in the hospitality industry*, Wiley, Hoboken, New Jersey.
- Rosen, K., 2007, *Closing the sale*, Alpha Penguin, New York.
- Siguaw, J.A. & Bojanic, D.C., 2004, *Hospitality sales: selling smarter*, Thomson/Delmar Learning, Clifton Park, N.Y.
- SmallPrint Australia, 2009, SITTTSL005A *Sell tourism products and services*, SmallPRINT, Australia.
- Walker, J.R., 2009 (5th ed'n), *Introduction to hospitality*, Pearson/Prentice Hall, Upper Saddle River, N.J.
- Wayne Crosbie, 2012, *Promote products and services to customer*, William Angliss Institute of TAFE
- Ziglar, Z., 2003 (updated ed'n), *Secrets of closing the sale*, Fleming H. Revell, Grand Rapids, MI.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Format Penilaian Sikap/Attitude skills

Penilaian sikap (attitude) dilakukan pada saat pembelajaran berlangsung, nilai-nilai yang ditumbuhkan dan dibiasakan disesuaikan dengan KI-1 dan KI-2 yang mendukung pembelajaran KI-3 dan KI-4. Adapun alternatif format penilaian sikap (attitude) yang dapat dipergunakan adalah sebagai berikut

CONTOH:

INSTRUMEN PENILAIAN SIKAP

Mata Pelajaran : Pengembangan dan Pengaplikasian pengetahuan pasar, produk dan layanan
Materi : Kegiatan Belajar 1 Analisis Pasar, Produk dan Layanan
Kelas :
IPK :

- a. Menjelaskan konsep target pasar, pengetahuan produk dan layanan
- b. Mengidentifikasi peluang untuk mengembangkan pengetahuan produk dan layanan
- c. Jelaskan manfaat staf memiliki pengetahuan produk dan layanan yang tinggi
- d. Menjelaskan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan
- e. Menerapkan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan
- f. Mencari umpan balik pelanggan untuk melengkapi pengetahuan produk dan layanan
- g. Melakukan sharing pengetahuan produk dan layanan dengan pelanggan internal yang relevan

Alokasi Waktu :

KOMPONEN	INDIKATOR
1. disiplin	: Hadir tepat waktu Menyelesaikan tugas tepat waktu
2. Tanggung jawab	: Memiliki tanggung jawab untuk menyelesaikan tugas dengan baik
3. Kesantunan	: Santun dalam berbicara, berperilaku, berbusana berdasarkan norma-norma umum
4. Kerjasama	: Mampu bekerjasama dalam menyelesaikan tugas dan bersama-sama mencari solusiterhadap permasalahan yang dihadapi kelompok
5. Proaktif	; Tanggap dalam berbagai situasi dalam bidang <i>promosi produk</i>



NO.	NAMA PESERTA	ASPEK PENILAIAN					Total Skor	Predikat	Nilai Sikap
		1	2	3	4	5			
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									
6.									
7.									
8.									
9.									
10.									

NILAI	Kriteria
4	Selalu, apabila melakukan sesuai indikator
3	Sering, apabila sering melakukan sesuai pernyataan dan kadang tidak melakukan
2	Kadang-kadang, apabila kadang-kadang melakukan dan sering tidak melakukan
1	Tidak pernah, apabila tidak pernah melakukan

.....,.....,.....20....

Fasilitator,

.....

Lampiran 2. Format Penilaian Pengetahuan/Kognitif skills

Penilaian pengetahuan peserta dapat dilakukan dengan test tertulis atau test lisan, sedang bentuknya; test formatif (essay, pilihan ganda, benar salah).

CONTOH:

INSTRUMEN PENILAIAN KETERAMPILAN (PROSES PEMBELAJARAN)

Mata Diklat : Pengembangan dan Pengaplikasian pengetahuan pasar, produk dan layanan
 Materi : Kegiatan Belajar 1 Analisis Pasar, Produk dan Layanan
 Kelas :
 IPK :

1. Menjelaskan konsep target pasar, pengetahuan produk dan layanan
2. Mengidentifikasi peluang untuk mengembangkan pengetahuan produk dan layanan
3. Jelaskan manfaat staf memiliki pengetahuan produk dan layanan yang tinggi
4. Menjelaskan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan
5. Menerapkan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan
6. Mencari umpan balik pelanggan untuk melengkapi pengetahuan produk dan layanan
7. Melakukan sharing pengetahuan produk dan layanan dengan pelanggan internal yang relevan

Alokasi Waktu :

NO	NAMA	ASPEK PENILAIAN					Total Skor	Predikat	Nilai Keterampilan
		1	2	3	4	5			
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									
6.									
7.									
8.									
9.									
10.									

Keterangan:

No.	Jenis test
1.	Test tertulis
2.	Test Lisan
3.	Test formatif

.....20...

Fasiliator,

.....

Lampiran 3. Format Penilaian Keterampilan/Psikomotorik skills

CONTOH:

INSTRUMEN PENILAIAN KETERAMPILAN (PROSES PEMBELAJARAN)

Mata Diklat : Pengembangan dan Pengaplikasian pengetahuan pasar, produk dan layanan

Materi : Kegiatan Belajar 1 Analisis Pasar, Produk dan Layanan

Kelas :

IPK :

1. Menjelaskan konsep target pasar, pengetahuan produk dan layanan
2. Mengidentifikasi peluang untuk mengembangkan pengetahuan produk dan layanan
3. Jelaskan manfaat staf memiliki pengetahuan produk dan layanan yang tinggi
4. Menjelaskan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan
5. Menerapkan teknik penelitian formal dan informal untuk mendapatkan pengetahuan produk dan layanan
6. Mencari umpan balik pelanggan untuk melengkapi pengetahuan produk dan layanan
7. Melakukan sharing pengetahuan produk dan layanan dengan pelanggan internal yang relevan

Alokasi Waktu :

KOMPONEN	INDIKATOR
1. Keterampilan berpikir	: Menunjukkan cara berfikir logis, rasional dan sistematis dalam proses pembelajaran
2. Keterampilan reaktif	: Memberikan respon secara efektif terhadap peristiwa dan situasi yang terjadi dalam proses pembelajaran dengan pendekatan berpikir positif
3. Keterampilan interaktif	: Mampu berkomunikasi secara efektif dan tidak mendominasi setiap topik pembicaraan dengan menggunakan <i>body language</i> yang positif
4. Keterampilan mengkreasi/mencipta	: Mampu menghasilkan penemuan fungsi public relations dalam suatu organisasi

NO	NAMA	ASPEK PENILAIAN					Total Skor	Predikat	Nilai Keterampilan
		1	2	3	4	5			
1.									
2.									
3.									
4.									

5.									
6									
7.									
8.									
9.									
10									

NILAI	Kriteria
4	Selalu, apabila melakukan sesuai indikator
3	Sering, apabila sering melakukan sesuai pernyataan dan kadang tidak melakukan
2	Kadang-kadang, apabila kadang-kadang melakukan dan sering tidak melakukan
1	Tidak pernah, apabila tidak pernah melakukan

.....,.....,.....20...

Fasiliator,

.....

Lampiran 4. Format Penilaian Produk/Benda Kerja Sesuai Kriteria Standard

CONTOH:

REKAPITULASI NILAI PORTOFOLIO (PRODUK)

Mata Diklat : Pengembangan dan Pengaplikasian Pengetahuan Pasar, Produk dan Layanan

Materi Kompetensi : Pengembangan dan Pengaplikasian Pengetahuan Pasar, Produk dan Layanan

Kelas :

IPK :

1. Menganalisis pasar, produk dan layanan
2. Menerapkan pengetahuan pasar, produk dan layanan
3. Menganalisis promosi dan penawaran yang bervariasi untuk target pasar yang berbeda
4. Menganalisis inisiatif promosi yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk
5. Melakukan promosi secara verbal produk dan jasa pada pelanggan
6. Menganalisis informasi tentang kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.

Alokasi Waktu :

NO.	NAMA PESERTA	NILAI TUGAS					Nilai Rata-Rata Tugas
		Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	
1.							
2.							
3.							
4.							
5.							
6.							
7.							
8.							
9.							
10.							

Keterangan: Nilai Tugas diisi dengan angka

NILAI	PREDIKAT
92.50 -100	Sangat Memuaskan
85.00-92.49	Memuaskan
77.50-84.99	Baik Sekali
70.00-77.49	Baik
< 70.00	Kurang

.....,.....20.....

Fasilitator,

.....

Batasan waktu yang telah ditetapkan

Batasan waktu pelaksanaan pembelajaran dan penilaian proses pembelajaran disesuaikan program pelatihan bagi guru SMK paket keahlian Akomodasi Perhotelan untuk mata diklat Pengembangan dan pengaplikasian pengetahuan pasar, produk dan layanan.



Bagian II : Kompetensi Pedagogik

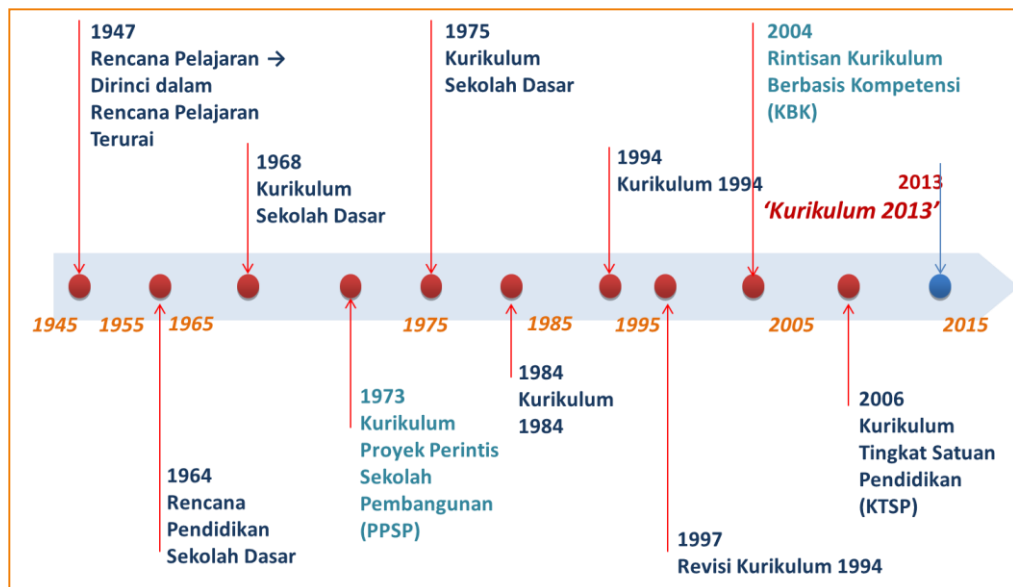
Kompetensi pedagogik adalah kemampuan guru untuk memahami dinamika proses pembelajaran dengan baik. Pembelajaran di ruang kelas bersifat dinamis karena terjadi interaksi antara pengajar dengan peserta didik, antar sesama peserta didik dan sumber belajar yang ada. Pendidik perlu memiliki strategi pembelajaran tertentu agar interaksi belajar yang terjadi berjalan efektif untuk mencapai tujuan pembelajaran.




Pendahuluan

A. Latar Belakang

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1 butir 19, menjelaskan kurikulum adalah seperangkat rencana dan pengaturan mengenai tujuan, isi, dan bahan pelajaran serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu. Perkembangan kurikulum di Indonesia sejak jaman kemerdekaan sampai dengan akan diberlakukannya Kurikulum 2013 dapat digambarkan pada diagram dibawah ini.



Gambar 1. Perkembangan Kurikulum di Indonesia



Dalam implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) tahun 2006, masih dijumpai beberapa masalah sebagai berikut.

1. Konten kurikulum masih terlalu padat yang ditunjukkan dengan banyaknya matapelajaran dan banyak materi yang keluasan dan tingkat kesukarannya melampaui tingkat perkembangan usia anak.
2. Kurikulum belum sepenuhnya berbasis kompetensi sesuai dengan tuntutan fungsi dan tujuan pendidikan nasional.
3. Kompetensi belum menggambarkan secara holistik domain sikap, keterampilan, dan pengetahuan.
4. Beberapa kompetensi yang dibutuhkan sesuai dengan perkembangan kebutuhan (misalnya pendidikan karakter, metodologi pembelajaran aktif, keseimbangan *soft skills* dan *hard skills*, kewirausahaan) belum terakomodasi di dalam kurikulum.
5. Kurikulum belum peka dan tanggap terhadap perubahan sosial yang terjadi pada tingkat lokal, nasional, maupun global.
6. Standar proses pembelajaran belum menggambarkan urutan pembelajaran yang rinci sehingga membuka peluang penafsiran yang beraneka ragam dan berujung pada pembelajaran yang berpusat pada guru.
7. Standar penilaian belum mengarahkan pada penilaian berbasis kompetensi (proses dan hasil) dan belum secara tegas menuntut adanya remediasi secara berkala.
8. Dengan KTSP memerlukan dokumen kurikulum yang lebih rinci agar tidak menimbulkan multi tafsir.

Kurikulum 2006 (KTSP) dikembangkan menjadi Kurikulum 2013 dengan dilandasi pemikiran tantangan masa depan yaitu tantangan abad ke 21 yang ditandai dengan abad ilmu pengetahuan, *knowledge-based society* dan kompetensi masa depan. Agar pelaksanaan Kurikulum 2013 dapat berjalan dengan baik, perlu dilakukan pelatihan bagi para guru yang akan melaksanakan kurikulum tersebut pada tahun ajaran 2013/2014.

B. Dasar Hukum

Sebagai Dasar Hukum pengembangan Kurikulum 2013 berbasis kompetensi memperhatikan beberapa peraturan sebagai berikut.

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan.
4. Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2008 tentang Guru.
5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2006 Tentang Standar Isi Untuk Satuan Pendidikan Dasar Dan Menengah.
6. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2013 Tentang Standar Kompetensi Lulusan Pendidikan Dasar dan Menengah.
7. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 65 Tahun 2013 Tentang Standar Proses Pendidikan Dasar dan Menengah.
8. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2013 Tentang Standar Penilaian Pendidikan.
9. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2013 Tentang Kerangka Dasar Dan Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan.
10. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2013 Tentang Buku Teks Pelajaran Dan Buku Panduan Guru Untuk Pendidikan Dasar Dan Menengah.

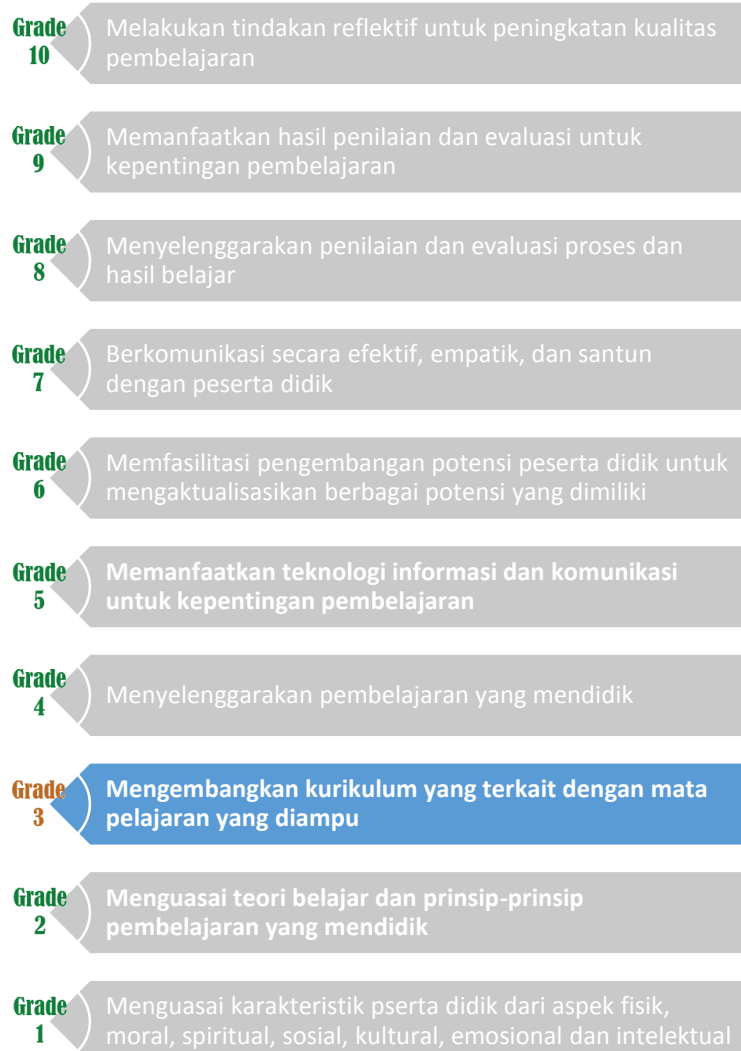
C. Tujuan

Modul ini disusun untuk digunakan sebagai acuan bagi semua pihak yang akan melaksanakan kegiatan Pendidikan pelatihan Kurikulum 2013 pada tahun 2016 mendatang yang meliputi:

1. Memahami prinsip-prinsip pengembangan kurikulum
2. Menentukan tujuan pembelajaran yang diampu

3. Menentukan pengalaman belajar yang sesuai untuk mencapai tujuan pembelajaran yang diampu.
4. Memilih materi pembelajaran yang diampu yang terkait dengan pengalaman belajar dan tujuan pembelajaran.
5. Menata materi pembelajaran secara benar sesuai dengan pendekatan yang dipilih dan karakteristik peserta didik.
6. Mengembangkan indikator dan instrumen penilaian

D. Peta Modul Kompetensi Pedagogik



E. RuangLingkup

Modul ini memberikan informasi Pengembangan Kurikulum 2013 kepada Guru yang telah mengikuti uji kompetensi Guru SMK yang meliputi latar belakang, tujuan, sasaran, materi, strategi, jenis kegiatan dan proses penilaian.

F. Petunjuk Penggunaan Modul

Untuk mengoptimalkan pemanfaatan Modul ini sebagai bahan pelatihan, beberapa langkah berikut ini perlu menjadi perhatian para peserta pelatihan.

1. Lakukan pengecekan terhadap kelengkapan Modul ini, seperti kelengkapan halaman, kejelasan hasil cetakan, serta kondisi bahan ajar secara keseluruhan.
2. Bacalah petunjuk penggunaan Modul
3. Pelajarilah Modul ini secara bertahap, termasuk didalamnya latihan dan evaluasi sebelum melangkah ke materi pokok berikutnya.
4. Buatlah catatan-catatan kecil jika ditemukan hal-hal yang perlu pengkajian lebih lanjut
5. Kerjakanlah semua lembar kerja dalam bahan ajar ini
6. Pelajarilah keseluruhan materi modul ini secara intensif
7. Apabila menemukan hal-hal yang kurang jelas ketika membaca materi, mengerjakan latihan atau mengerjakan evaluasi tanyakan pada Pengampu atau Mentor Anda.dan mencari disitus kemendkbud



Kegiatan Pembelajaran 1 : Prinsip-prinsip Pengembangan Kurikulum

A. Tujuan

Setelah mempelajari Prinsip-prinsip pengembangan Kurikulum diharapkan pesertadidik dapat memiliki kemampuan:

1. Menjelaskan Pengertian prinsip pengembangan kurikulum
2. Mengilustrasikan prinsip pengembangan kurikulum sesuai karakteristik mata pelajaran yang diampu
3. Menerapkan prinsip pengembangan kurikulum sesuai mata pelajaran yang diampu
4. Menentukan tujuan pembelajaran yang diampu.
5. Menentukan pengalaman belajar yang sesuai untuk mencapai tujuan pembelajaran yang diampu
6. Memilih materi pembelajaran yang diampu yang terkait dengan pengalaman belajar dan tujuan pembelajaran
7. Menata materi pembelajaran secara benar sesuai dengan pendekatan yang dipilih dan karakteristik peserta didik.
8. Mengembangkan indikator dan instrumen penilaian

B. Indikator Pencapaian Kompetensi

Setelah mempelajari Prinsip-prinsip pengembangan Kurikulum diharapkan peserta didik dapat memiliki kemampuan

1. Menjelaskan Pengertian prinsip pengembangan kurikulum
2. Mengilustrasikan prinsip pengembangan kurikulum sesuai karakteristik mata pelajaran yang diampu
3. Menerapkan prinsip pengembangan kurikulum sesuai mata pelajaran yang diampu
4. Menentukan tujuan pembelajaran yang diampu.
5. Menentukan pengalaman belajar yang sesuai untuk mencapai tujuan pembelajaran yang diampu

6. Memilih materi pembelajaran yang diampu yang terkait dengan pengalaman belajar dan tujuan pembelajaran
7. Menata materi pembelajaran secara benar sesuai dengan pendekatan yang dipilih dan karakteristik peserta didik.
8. Mengembangkan indikator dan instrumen penilaian

C. Uraian Materi

Prinsip-Prinsip Kurikulum

Kurikulum merupakan rancangan pendidikan yang merangkum semua pengalaman belajar yang disediakan bagi siswa di sekolah. Kurikulum disusun oleh para ahli pendidikan/ahli kurikulum, ahli bidang ilmu, pendidikan, pejabat pendidikan, pengusaha serta unsur-unsur masyarakat lainnya. Rancangan ini disusun dengan maksud memberi pedoman kepada para pelaksana pendidikan, dalam proses pembimbingan perkembangan siswa, mencapai tujuan yang dicita-citakan oleh siswa sendiri, keluarga maupun masyarakat.

Kurikulum merupakan alat untuk mencapai tujuan pendidikan yang dinamis. Hal ini berarti bahwa kurikulum harus selalu dikembangkan dan disempurnakan agar sesuai dengan laju perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta masyarakat yang sedang membangun. Pengembangan kurikulum harus didasarkan pada prinsip-prinsip pengembangan yang berlaku. Hal ini dimaksudkan agar hasil pengembangan kurikulum tersebut sesuai dengan minat, bakat, kebutuhan peserta didik, lingkungan, kebutuhan daerah sehingga dapat memperlancar pelaksanaan proses pendidikan dalam rangka perwujudan atau pencapaian tujuan pendidikan nasional.

Nana Syaodih Sukmadinata (1997) mengelompokkan prinsip-prinsip pengembangan kurikulum ke dalam dua bagian yaitu:

a. Prinsip-Prinsip Umum

1) Prinsip Relevansi

- Relevansi Keluar (Eksternal), yaitu tujuan, isi, dan proses belajar yang tercakup dalam kurikulum itu sendiri. Maksudnya tujuan, isi, dan proses belajar yang tercakup dalam kurikulum hendaknya relevan dengan tuntutan kebutuhan dan perkembangan masyarakat, yang menyiapkan siswa untuk bisa hidup dan bekerja dalam masyarakat.
- Relevansi Didalam (Internal), yaitu adanya kesesuaian atau konsistensi antara komponen-komponen kurikulum yaitu antara tujuan, isi proses penyampaian dan penilaian.

2) Prinsip Fleksibilitas

Fleksibilitas sebagai salah satu prinsip pengembangan kurikulum dimaksudkan adanya ruang gerak yang memberikan sedikit kelonggaran dalam melakukan atau mengambil suatu keputusan tentang suatu kegiatan yang akan dilaksanakan oleh pelaksana kurikulum di lapangan. Kurikulum juga hendaknya memiliki sifat lentur atau fleksibel. Kurikulum mempersiapkan anak untuk kehidupan sekarang dan yang akan datang, Suatu kurikulum yang baik adalah kurikulum yang mampu menyesuaikan berdasarkan kondisi daerah, waktu maupun kemampuan, dan latar belakang anak.

3) Prinsip Kontinuitas (Kesesinambungan)

Perkembangan dan proses belajar anak berlangsung secara berkesinambungan, tidak terputus-putus atau berhenti-berhenti. Oleh karena itu pengalaman-pengalaman belajar yang disediakan kurikulum juga hendaknya berkesinambungan antara satu tingkat kelas, dengan kelas lainnya, antara satu jenjang pendidikan dengan jenjang lainnya, juga antara jenjang pendidikan dengan pekerjaan.

4) Prinsip Praktis

Kurikulum harus praktis, mudah dilaksanakan, menggunakan alat-alat sederhana dan biayanya juga murah. dan efisien.. Walaupun bagus dan idealnya suatu kurikulum kalau menuntut keahlian-keahlian dan peralatan-peralatan yang sangat khusus dan mahal biayanya maka kurikulum tersebut tidak praktis dan sukar dilaksanakan. Kurikulum bukan hanya harus ideal tetapi juga praktis.

5) Prinsip Efektivitas

Keberhasilan pelaksanaan kurikulum ini baik secara kuantitas maupun kualitas. Pengembangan suatu kurikulum tidak dapat dilepaskan dan merupakan penjabaran dari perencanaan pendidikan. Perencanaan dibidang pendidikan juga merupakan bagian yang dijabarkan dari kebijaksanaan-kebijaksanaan pemerintah dibidang pendidikan. Keberhasilan kurikulum akan mempengaruhi keberhasilan pendidikan.

Kurikulum pada dasarnya berintikan empat aspek utama yaitu:

- 1) Tujuan-tujuan pendidikan.
- 2) Isi Pendidikan
- 3) Pengalaman belajar
- 4) Penilaian

Keempat aspek diatas serta kebijaksanaan pendidikan perlu selalu mendapat perhatian dalam pengembangan kurikulum.

b. Prinsip-Prinsip Khusus

1) Prinsip berkenaan dengan tujuan pendidikan

Perumusan komponen-komponen kurikulum hendaknya mengacu pada tujuan pendidikan. Perumusan tujuan pendidikan bersumber pada:

- Ketentuan dan kebijaksanaan pemerintah, yang dapat ditemukan dalam dokumen-dokumen lembaga negara mengenai tujuan, dan strategi pembangunan termasuk didalamnya pendidikan.
- Survei mengenai persepsi orang tua/ masyarakat tentang kebutuhan mereka yang dikirimkan melalui angket atau wawancara dengan mereka.
- Survei tentang pandangan para ahli dalam bidang-bidang tertentu,
- Survei tentang *manpower*.
- Pengalaman negara-negara lain dalam masalah yang sama.
- Penelitian

2) Prinsip berkenaan dengan pemilihan isi pendidikan

Memilih isi pendidikan yang sesuai dengan keutuhan pendidikan yang telah ditentukan para perencana kurikulum perlu mempertimbangkan beberapa hal yaitu:

- Perlu penjabaran tujuan pendidikan/ pengajaran kedalam bentuk perbuatan hasil belajar yang khusus dan sederhana. Isi bahan pelajaran harus meliputi segi pengetahuan, sikap, dan ketrampilan.
 - Unit-unit kurikulum harus disusun dalam urutan yang logis dan sistematis.
- 3) Prinsip berkenaan dengan pemilihan proses belajar mengajar
- Pemilihan proses belajar mengajar yang digunakan hendaknya memperhatikan hal-hal sebagai berikut:
- Apakah metode/teknik tersebut memberikan kegiatan yang bervariasi sehingga dapat melayani perbedaan individual siswa.
 - Apakah metode/teknik tersebut memberikan urutan kegiatan yang bertingkat-tingkat?
 - Apakah metode/teknik tersebut dapat menciptakan kegiatan untuk mencapai tujuan, kognitif, afektif dan psikomotor?
 - Apakah metode/teknik tersebut lebih mengaktifkan siswa atau mengaktifkan guru atau kedua-duanya.
 - Apakah metode/teknik tersebut mendorong berkembangnya kemampuan baru?
 - Apakah metode/teknik tersebut menimbulkan jalinan kegiatan belajar disekolah dan di rumah juga mendorong penggunaan sumber yang ada dirumah dan di masyarakat?
 - Untuk belajar ketrampilan sangat dibutuhkan kegiatan belajar yang menekankan "*learning by doing*" di samping "*learning by seeing and knowing*".
- 4) Prinsip berkenaan dengan pemilihan media dan alat pengajaran
- Proses belajar mengajar yang baik perlu didukung oleh penggunaan media dan alat-alat bantu pengajaran yang tepat. Alat/media pengajaran apa yang diperlukan. Apakah semuanya sudah tersedia? Bagaimana pengintegrasian dalam keseluruhan kegiatan belajar? Hasil yang terbaik akan diperoleh dengan menggunakan multi media.
- 5) Prinsip berkenaan dengan pemilihan kegiatan penilaian
- Penilaian merupakan bagian integral dari pengajaran:
- Dalam penyusunan alat penilaian (test) hendaknya diikuti langkah-langkah: Rumuskan tujuan-tujuan pendidikan yang umum, dalam

ranah-ranah kognitif, afektif dan psikomotor. Uraikan kedalam bentuk tingkah laku murid yang dapat diamati.

- Dalam merencanakan suatu penilaian hendaknya diperhatikan: Bagaimana kelas, usia, dan tingkat kemampuan kelompok yang akan dites? Berapa lama waktu dibutuhkan untuk pelaksanaan test? Apakah test tersebut berbentuk uraian atau objektif? Berapa banyak butir test perlu disusun? Apakah test tersebut diadministrasikan oleh guru atau oleh murid?
- Dalam pengolahan suatu hasil penilaian hendaknya diperhatikan hal-hal sebagai berikut: Norma apa yang digunakan di dalam pengolahan hasil test? Apakah digunakan formula quessing? Bagaimana pengubahan skor mentah ke dalam skor masak? Skor standar apa yang digunakan?

Sedangkan Asep Herry Hernawan dkk (2002) mengemukakan lima prinsip dalam pengembangan kurikulum, yaitu:

1) Prinsip Relevansi

Secara internal bahwa kurikulum memiliki relevansi di antara komponen-komponen kurikulum (tujuan, bahan, strategi, organisasi dan evaluasi). Sedangkan secara eksternal bahwa komponen-komponen tersebut memiliki relevansi dengan tuntutan ilmu pengetahuan dan teknologi (relevansi epistemologis), tuntutan dan potensi peserta didik (relevansi psikologis) serta tuntutan dan kebutuhan perkembangan masyarakat (relevansi sosiologis).

2) Prinsip Fleksibilitas

Dalam pengembangan kurikulum mengusahakan agar yang dihasilkan memiliki sifat luwes, lentur dan fleksibel dalam pelaksanaannya, memungkinkan terjadinya penyesuaian-penyesuaian berdasarkan situasi dan kondisi tempat dan waktu yang selalu berkembang, serta kemampuan dan latar belakang peserta didik.

3) Prinsip Kontinuitas

Adanya kesinambungan dalam kurikulum, baik secara vertikal, maupun secara horizontal. Pengalaman-pengalaman belajar yang disediakan kurikulum harus memperhatikan kesinambungan, baik yang di dalam tingkat kelas, antar jenjang pendidikan, maupun antara jenjang pendidikan dengan jenis pekerjaan.

4) Efektifitas

Mengusahakan agar kegiatan pengembangan kurikulum mencapai tujuan tanpa kegiatan yang mubazir, baik secara kualitas maupun kuantitas.

5) Efisiensi

Mengusahakan agar dalam pengembangan kurikulum dapat mendayagunakan waktu, biaya, dan sumber-sumber lain yang ada secara optimal, cermat dan tepat sehingga hasilnya memadai.

D. Aktivitas Pembelajaran (LK1)

NO	KEGIATAN BELAJAR	WAKTU
1.	Membaca Materi Prinsip Pengembangan Kuriikulum	15 Menit
2	Diskusikan secara Kelompok maksimal 5 orang /kelompok	20 menit
3	Presentasi hasil diskusi 10 menit/kelompok	50 menit
4	Pleno hasil Diskusi (merumuskan)	15 menit
5	Menyelesaikan kasus kurikulum	30 menit
6	Mengerjakan soal/pertanyaan pada lembar kerja	30 menit

E. Latihan/ Kasus/Tugas

Jawablah pertanyaan berikut secara ringkas (60 menit)

1. Jelaskan prinsip-prinsip kurikulum!
2. Jelaskan prinsip kurikulum secara khusus!
3. Sebutkanempat prinsip pengembangan kurikulum menurut Asep Herry Hernawan dkk (2002)!
4. Jelaskan perbedaanantara kurikulum KTSP dan Kurikulum 2013!

Studi Kasus (30 menit)

Anda dihadapkan dengan dua pilihan yaitu pemilihan antara kurikulum 2013 dan 2006, kasusnya adalah ketika saudara sudah menerapkan kurikulum 2013 pusat memutuskan untuk kembali ke kurikulum 2006.

Pertanyaannya:

- 1) Apa yang harus anda pertama kalilakukan

.....
.....
.....

- 2) Langkah- langkah apa saja yang anda lakukan untuk melindungi kepentingan peserta didik

.....
.....
.....

- 3) kesimpulan apa yang saudara dapatkan setelah melakukan langkah-langkah tersebut

.....
.....
.....

F. Rangkuman

- Kurikulum merupakan rancangan pendidikan yang merangkum semua pengalaman belajar yang disediakan bagi siswa di sekolah
- Kurikulum merupakan alat untuk mencapai tujuan pendidikan yang dinamis. Hal ini berarti bahwa kurikulum harus selalu dikembangkan dan disempurnakan agar sesuai dengan laju perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta masyarakat yang sedang membangun. Kurikulum harus didasarkan pada prinsip-prinsip pengembangan yang berlaku
- Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (1997) mengelompokkan prinsip-prinsip pengembangan kurikulum ke dalam Prinsip-Prinsip Umum adalah relevan, fleksibel, kontinuitas, praktis dan efektif sedangkan prinsip-prinsip khusus yaitu tujuan pendidikan isi pendidikan, pemilihan proses belajar mengajar, pemilihan media pembelajaran dan alat pengajaran dan pemilihan kegiatan penilaian.
- Sedangkan menurut Asep Herry Hernawan dkk (2002) membagi menjadi 4 yaitu relevan, fleksibel, efektif dan efisien.
- Namun kurikulum secara mendasar hanya terdiri dari:
 - 1) Tujuan-tujuan pendidikan.
 - 2) Isi Pendidikan
 - 3) Pengelolaan pembelajaran dan
 - 4) Penilaian

G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut

1. Apa yang bapak/ibu pahami setelah mempelajari prinsip pengembangan kurikulum
2. pengalaman penting apa yang bapak/ibu dapat setelah mempelajari materi ini
3. Apa manfaat yang didapat, berkaitan tugas pekerjaan bapak/ibu sebagai guru



Kegiatan Pembelajaran 2 :

Pengembangan Kurikulum dalam Menentukan Tujuan Pembelajaran

A. Tujuan

Setelah mempelajari pengembangan kurikulum tentang penentuan tujuan pembelajaran yang diampu.,diharapkan peserta didik dapat memiliki kemampuan

- Mengkategorikan tujuan pembelajaran yang diampu sesuai dengan tingkat kompetensi dan ranah pembelajaran dengan benar.
- Memilih tujuan pembelajaran yang tepat sesuai dengan karakteristik materi dan kompetensi yang akan dicapai
- Mengurutkan tujuan pembelajaran yang ingin dicapai dalam proses pembelajaran sesuai dengan karakteristik materi dan kompetensi yang akan dicapai pada mapel yang diampu dengan benar

B. Indikator Pencapaian Kompetensi

- Mengkategorikan tujuan pembelajaran yang diampu sesuai dengan tingkat kompetensi dan ranah pembelajaran
- Memilih tujuan pembelajaran yang tepat sesuai dengan karakteristik materi dan kompetensi yang akan dicapai
- Mengurutkan tujuan pembelajaran yang ingin dicapai dalam proses pembelajaran sesuai dengan karakteristik materi dan kompetensi yang akan dicapai pada mapel yang diampu

C. Uraian Materi

KTSP (Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan)

Kurikulum, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional adalah seperangkat rencana dan pengaturan mengenai tujuan, isi, dan bahan pelajaran serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu.

Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan adalah kurikulum operasional yang disusun dan dilaksanakan oleh tiap satuan pendidikan yang berfungsi sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan nasional, daerah, dan satuan pendidikan serta sesuai dengan kondisi, potensi, dan kebutuhan peserta didik.

Dalam pengelolaan kurikulum mencakup tiga bagian utama.

- Merancang atau mengembangkan kurikulum.
- Implementasi kurikulum yang berkaitan erat dengan pelaksanaan tugas guru dalam kelas dalam menyampaikan materi pelajaran.
- Monitoring dan evaluasi implementasi kurikulum untuk memastikan bahwa keterlaksanaan dan keberhasilan kurikulum sesuai dengan target yang diharapkan.

Keunggulan pelaksanaan kurikulum diukur dengan meningkatnya standar Kompetensi Lulusan yang memenuhi kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan.

Untuk menunjang sekolah mewujudkan keunggulannya, sekolah perlu merancang kurikulum yang sesuai dengan kondisi dan potensi khas peserta didiknya agar dapat beradaptasi pada tingkat daerah, nasional, bahkan pada tingkat internasional. Karena itu sekolah perlu menyusun pedoman yang dapat menjadi acuan operasional penyusunan kurikulum tingkat satuan pendidikan agar dokumen yang disusun dapat berfungsi optimal dalam memfasilitasi peserta didik belajar.

D. Aktivitas Pembelajaran (LK2)

NO	KEGIATAN BELAJAR	WAKTU
1	Membaca Materi Belajar	15 Menit
2	Diskusikan secara Kelompok maksimal 5 orang /kelompok menyusun Visi dan Misi	20 menit
3	Presentasi hasil diskusi 10 menit/kelompok	50 menit
4	Pleno hasil Diskusi (merumuskan)	15 menit
5	Menyelesaikan kasus kurikulum	30 menit
6	Mengerjakan soal/pertanyaan pada lembar kerja	30 menit

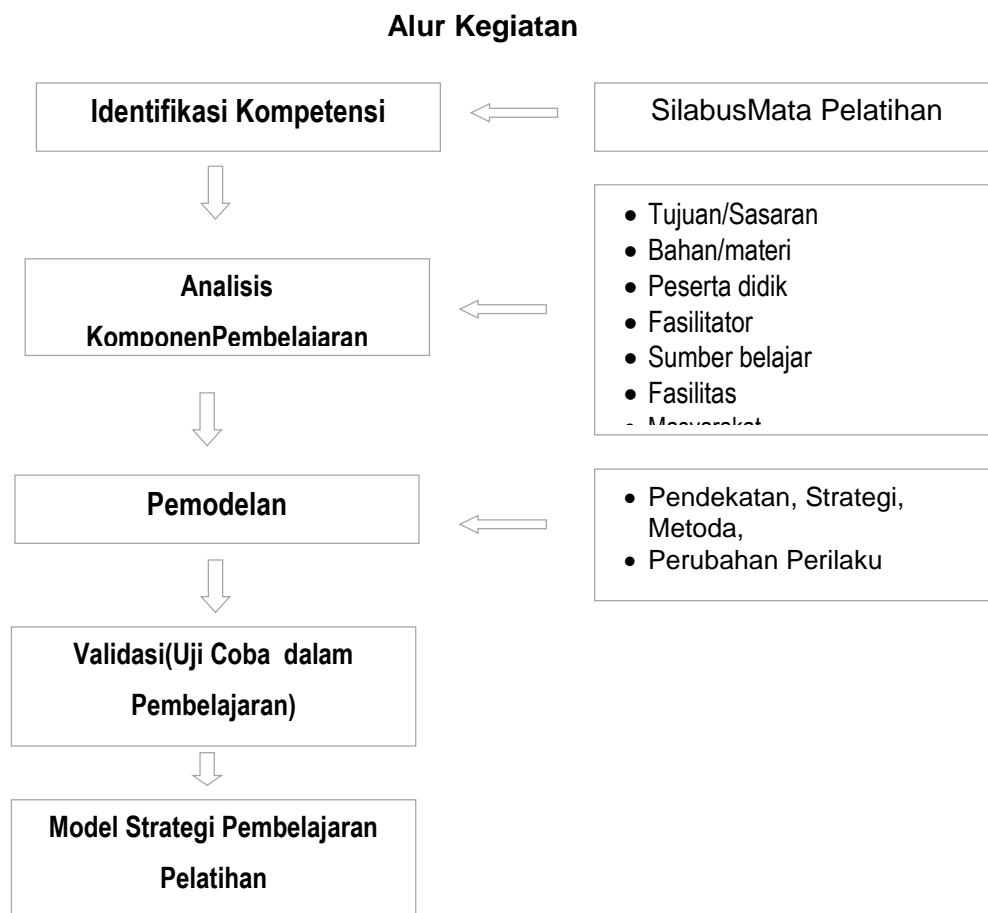
E. Latihan/Kasus/Tugas

Petunjuk

1. Bacalah skenario kasus terkait dengan Implementasi Kurikulum 2013 yang terjadi di lapangan (sekolah)
2. Lakukan telaah data dan informasi lapangan tentang implementasi Kurikulum 2013
3. Berdasarkan kasus, data dan informasi tersebut, identifikasi masalah-masalah yang muncul di lapangan (sekolah)
4. Pilih satu masalah yang perlu diselesaikan berdasarkan tingkat prioritasnya.
5. Atas dasar masalah tersebut, rumuskan satu tema/judul kegiatan proyek dalam rangka menyelesaikan masalah tersebut.
6. Buat rancangan proyek sesuai dengan karakteristik masalah atau tema/judul yang dipilih.
7. Penyelesaian masalah harus berdasarkan landasan konsep-konsep (teori) yang terkait atau relevan
8. Waktu yang tersedia untuk menyelesaikan proyek tersebut adalah 1 minggu.
9. Kegiatan proyek dapat dilakukan secara individu atau kelompok (maksimum 3 orang).

Sebagai seorang Guruyang mengikuti pelatihan di Tahun 2015, yang diselenggarakan oleh PPPPTK Bisnis Pariwisata. Saudara diharapkan dapat melaksanakan tugas dengan baik agar pelatihan tersebut dapat memberikan makna dan manfaat bagi sekolah sasaran. Atas dasar itu, Saudara diwajibkan melakukan berbagai persiapan sebelum terjun melaksanakan tugas.

Untuk mengembangkan model strategi pembelajaran yang akan digunakan dalam Pelatihan Implementasi Kurikulum 2013 sesuai dengan mata diklat ikuti langkah-langkah sebagai berikut:



Gambar 2. 1. Alur Pengembangan

Model Strategi Pembelajaran Pelatihan

Sebagai Guru tugas sebagai penyaji/fasilitator pada Pelatihan Implementasi Kurikulum 2013 bagi guru-guru SMK Tahun 2015, yang diselenggarakan oleh PPPPTK Bisnis Pariwisata. Saudara diharapkan dapat melaksanakan tugas dengan baik agar pelatihan tersebut dapat memberikan makna dan manfaat bagi sekolah. Atas dasar itu, Saudara diwajibkan melakukan berbagai persiapan sebelum terjun melaksanakan tugas.

Saudara diwajibkan untuk mengembangkan model strategi pembelajaran yang akan digunakan dalam Pelatihan Implementasi Kurikulum 2013 sesuai dengan mata diklat yang akan diampu dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Tugas Diskusi Kelompok (LK2)

Langkah Kerja

1. Pelajari kembali silabus pelatihan Implementasi Kurikulum 2013 yang telah Saudara terima.
2. Pilih salah satu silabus mata latih dan identifikasi kompetensi-kompetensi yang tercakup di dalamnya
3. Lakukan analisis strategi pembelajaran yang tepat untuk mencapai kompetensi-kompetensi tersebut dengan memperhatikan beberapa sumber yang dapat dijadikan sebagai dasar pengembangan model, diantaranya yaitu: kesesuaiannya dengan tujuan pembelajaran, materi pembelajaran yang telah disediakan, minat dan gaya belajar peserta pelatihan, nilai, keyakinan dan kebutuhan masyarakat serta kesesuaiannya dengan tipe kepribadian dan gaya mengajar Saudara.
4. Tuangkan strategi pembelajaran pelatihan tersebut dalam bentuk model pembelajaran secara utuh, mulai kegiatan pembukaan, kegiatan inti dan penutup. Lakukan uji coba dalam lingkup kecil .
5. Model strategi pembelajaran untuk Pelatihan Implementasi Kurikulum 2014 yang dihasilkan, selanjutnya diserahkan kepada Lembaga tempat Saudara bertugas.

Petunjuk:

Berdasarkan Pilihan materi yang anda ampu, tentukan katagorikan berdasarkan karakteristik materi kemudian memilih kata kerja opsional yang tepat/cocok dengan kompetensi yang akan dicapai sehingga mudah diukur ketercapaiannya

Analisis masing-masing muatan materi dari setiap jenjang pendidikan sesuai dengan tempat Saudara bertugas atau pilih salah satu jenjang pendidikan yang Saudara kuasai. Analisis mengacu pada kerangka dan struktur kurikulum sesuai dengan Permendikbud di bawah ini:

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 70 Tahun 2013
tentang Kerangka Dasar dan Struktur Kurikulum SMK/MAK;

Jawablah pertanyaan berikut secara ringkas

- 1) Siapa yang seharusnya menyusun dan mengelola KTSP?
.....
.....
.....
- 2) Bagaimana bentuk kegiatan penyusunan KTSP?
.....
.....
.....
- 3) Adakah perbedaan-perbedaan dari struktur kurikulum tersebut baik jenis mata pelajaran dan jumlahnya antara kurikulum 2006 dengan kurikulum 2013?
.....
.....
.....
- 4) Adakah perbedaan dalam menetapkan muatan lokal pada kurikulum 2006 dengan tuntutan kurikulum 2013?
.....
.....
.....
- 5) Upaya apa saja yang akan dilakukan oleh kepala sekolah dalam menyusun muatan lokal dan ciri khas satuan pendidikan
.....
.....
.....

F. Rangkuman

Landasan Hukum

- UU No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
- PP No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan
- Permendiknas No. 22/2006 tentang Standar Isi
- Permendiknas No. 23/2006 tentang Standar Kompetensi Lulusan
- Permendiknas No. 24/2006 dan No. 6/2007 tentang pelaksanaan Permendiknas No. 22 dan 23/2006
- Kurikulum tingkat satuan pendidikan (KTSP) adalah kurikulum operasional yang disusun dan dilaksanakan oleh masing-masing satuan pendidikan.

Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan adalah kurikulum operasional yang disusun dan dilaksanakan oleh tiap satuan pendidikan yang berfungsi sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan nasional, daerah, dan satuan pendidikan serta sesuai dengan kondisi, potensi, dan kebutuhan peserta didik.

Keunggulan pelaksanaan kurikulum diukur dengan meningkatnya standar Kompetensi Lulusan yang memenuhi kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan.

Acuan Operasional Penyusunan KTSP

- Peningkatan iman dan takwa serta akhlak mulia
- Peningkatan potensi, kecerdasan, dan minat sesuai dengan tingkat perkembangan dan kemampuan peserta didik
- Keragaman potensi dan karakteristik daerah dan lingkungan
- Tuntutan pembangunan daerah dan nasional
- Tuntutan dunia kerja
- Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni

Komponen KTSP

- Tujuan Pendidikan Sekolah
- Struktur dan Muatan Kurikulum (Mata Pelajaran, Muatan lokal, Pengembangan Diri, Beban Belajar, Ketuntasan Belajar, Kenaikan Kelas dan kelulusan, Penjurusan, Pendidikan Kecakapan Hidup, Pendidikan Berbasis Keunggulan Lokal dan Global).
- Kalender Pendidikan
- Silabus dan RPP

Pendahuluan berisi :

- Latar Belakang (dasar pemikiran penyusunan KTSP)
- Tujuan Pengembangan KTSP
- Prinsip Pengembangan KTSP

Tujuan

1. Tujuan pendidikan (Disesuaikan dengan jenjang satuan pendidikan)
2. Visi Sekolah
3. Misi Sekolah
4. Tujuan Sekolah

G. Umpan Balik dan Tindak Lanjut

1. Apa yang bapak/ibu pahami setelah mempelajari prinsip pengembangan kurikulum
2. pengalaman penting apa yang bapak/ibu dapat setelah mempelajari materi ini
3. Apa manfaat yang didapat, berkaitan tugas pekerjaan bapak/ibu sebagai guru



Kegiatan Pembelajaran 3: Pengembangan Silabus Kurikulum

A. Tujuan

Setelah mempelajari Materi Pengembangan Silabus peserta didik memiliki kemampuandalam:

- Mengembangkan Silabus melalui 7 komponen silabus dengan benar
- Mengembangkan silabus melalui prinsip-prinsip yang berlaku dengan tepat
- Mengembangkan silabus sesuai mekanisme yang ada dengan benar
- Mengembangkan silabus sesuai langkah-langkah yang telah ditetapkan dengan benar

B. Indikator Pencapaian Kompetensi

1. Memiliki kemampuan mengembangkan Silabus melalui 7 komponen silabus
2. Memiliki kemampuan untuk mengembangkan silabus melalui prinsip yang berlaku.
3. Memiliki kemampuan untuk mengembangkan silabus sesuai mekanisme yang ada.
4. Memiliki kemampuan untuk mengambangkan silabus sesuai langkah-langkah yang ditetapkan

C. Uraian Materi

1. Pengembangan Silabus

Silabus merupakan rencana Pembelajaran pada mata pelajaran atau tema tertentu dalam pelaksanaan kurikulum

Silabus memiliki komponen-komponen sebagai berikut:

- 1) kompetensi inti;
- 2) kompetensi dasar;

- 3) materi pembelajaran;
- 4) kegiatan pembelajaran;
- 5) penilaian;
- 6) alokasi waktu; dan
- 7) sumber belajar.

2. Prinsip Pengembangan Silabus

Silabus dikembangkan dengan prinsip-prinsip:

- a. Mengacu pada Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 70 Tahun 2013 Tentang Kerangka Dasar Dan Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan.
- b. Aktual dan Kontekstual
Silabus selalu memperhatikan perkembangan ilmu, pengetahuan, teknologi, dan seni yang mutakhir.
- c. Fleksibel
Silabus selalu memberikan rujukan dan ruang yang lebih luas kepada guru untuk menyusun perencanaan mengajar.
- d. Menyeluruh
Silabus mencakup pengembangan potensi peserta didik secara menyeluruh dalam ranah kompetensi pengetahuan, sikap, dan keterampilan.

3. Mekanisme dan Langkah Pengembangan Silabus

- a. Mekanisme Pengembangan Silabus

Silabus dikembangkan oleh:

- 1) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Silabus untuk Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan (SMK/MAK) yang dikembangkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yaitu silabus mata pelajaran untuk Kelompok A, Kelompok B, dan Kelompok C-1 Peminatan Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan.

- 2) Dinas Pendidikan

- Silabus yang dikembangkan pada tingkat daerah yaitu silabus sejumlah bahan kajian dan pelajaran dan/atau mata pelajaran muatan lokal yang ditentukan oleh daerah yang bersangkutan.

- Silabus muatan lokal yang berlaku untuk seluruh wilayah provinsi ditetapkan oleh dinas pendidikan provinsi.
- Silabus muatan lokal yang berlaku untuk seluruh wilayah kabupaten/kota ditetapkan oleh dinas pendidikan kabupaten/kota.

3) Satuan Pendidikan

Silabus yang dikembangkan pada tingkat satuan pendidikan yaitu silabus muatan lokal yang berlaku pada satuan pendidikan yang bersangkutan.

b. Langkah-langkah Pengembangan Silabus

1) Mengkaji Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar

- a) urutan berdasarkan hierarki konsep disiplin ilmu dan/atau tingkat kesulitan materi, tidak harus selalu sesuai dengan urutan yang ada di SI;
- b) keterkaitan antara standar kompetensi dan kompetensi dasar dalam mata pelajaran;
- c) keterkaitan antara standar kompetensi dan kompetensi dasar antar mata pelajaran.

2) Mengidentifikasi Materi Pokok/Pembelajaran

Mengidentifikasi materi pokok/pembelajaran yang menunjang pencapaian kompetensi dasar dengan mempertimbangkan:

- a) potensi peserta didik;
- b) relevansi dengan karakteristik daerah,
- c) tingkat perkembangan fisik, intelektual, emosional, sosial, dan spritual peserta didik;
- d) kebermanfaatan bagi peserta didik;
- e) struktur keilmuan;
- f) aktualitas, kedalaman, dan keluasan materi pembelajaran;
- g) relevansi dengan kebutuhan peserta didik dan tuntutan lingkungan; dan
- h) alokasi waktu.

3) Mengembangkan Kegiatan Pembelajaran

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam mengembangkan kegiatan pembelajaran adalah sebagai berikut.

- a) Kegiatan pembelajaran disusun untuk memberikan bantuan kepada para pendidik, khususnya guru, agar dapat melaksanakan proses pembelajaran secara profesional.
 - b) Kegiatan pembelajaran memuat rangkaian kegiatan yang harus dilakukan oleh peserta didik secara berurutan untuk mencapai kompetensi dasar.
 - c) Penentuan urutan kegiatan pembelajaran harus sesuai dengan hierarki konsep materi pembelajaran.
 - d) Rumusan pernyataan dalam kegiatan pembelajaran minimal mengandung dua unsur penciri yang mencerminkan pengelolaan pengalaman belajar siswa, yaitu kegiatan siswa dan materi.
- 4) Merumuskan Indikator Pencapaian Kompetensi
- Indikator merupakan penanda pencapaian kompetensi dasar yang ditandai oleh perubahan perilaku yang dapat diukur yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan.
- Indikator dikembangkan sesuai dengan karakteristik peserta didik, mata pelajaran, satuan pendidikan, potensi daerah dan dirumuskan dalam kata kerja operasional yang terukur dan/atau dapat diobservasi. Indikator digunakan sebagai dasar untuk menyusun alat penilaian.
- 5) Penentuan Jenis Penilaian
- Penilaian pencapaian kompetensi dasar peserta didik dilakukan berdasarkan indikator. Penilaian dilakukan dengan menggunakan tes dan non tes dalam bentuk tertulis maupun lisan, pengamatan kinerja, pengukuran sikap, penilaian hasil karya berupa tugas, proyek dan/atau produk, penggunaan portofolio, dan penilaian diri.
- Penilaian merupakan serangkaian kegiatan untuk memperoleh, menganalisis, dan menafsirkan data tentang proses dan hasil belajar peserta didik yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan, sehingga menjadi informasi yang bermakna dalam pengambilan keputusan.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penilaian.

- a) Penilaian diarahkan untuk mengukur pencapaian kompetensi. Penilaian menggunakan acuan kriteria; yaitu berdasarkan apa yang bisa dilakukan peserta didik setelah mengikuti proses pembelajaran,
 - b) Sistem yang direncanakan adalah sistem penilaian yang berkelanjutan. Berkelanjutan dalam arti semua indikator ditagih, kemudian hasilnya dianalisis untuk menentukan kompetensi dasar yang telah dimiliki dan yang belum, serta untuk mengetahui kesulitan peserta didik.
 - c) Hasil penilaian dianalisis untuk menentukan tindak lanjut. yang berupa perbaikan proses pembelajaran berikutnya, program remedi bagi peserta didik yang pencapaian kompetensinya di bawah kriteria ketuntasan, dan program pengayaan bagi peserta didik yang telah memenuhi kriteria ketuntasan.
 - d) Sistem penilaian harus disesuaikan dengan pengalaman belajar yang ditempuh dalam proses pembelajaran. Misalnya, jika pembelajaran menggunakan pendekatan tugas observasi lapangan maka evaluasi harus diberikan baik pada proses (keterampilan proses)
- 6) Menentukan Alokasi Waktu
- Penentuan alokasi waktu pada setiap kompetensi dasar didasarkan pada jumlah minggu efektif dan alokasi waktu mata pelajaran per minggu dengan mempertimbangkan jumlah kompetensi dasar, keluasan, kedalaman, tingkat kesulitan, dan tingkat kepentingan kompetensi dasar. Alokasi waktu yang dicantumkan dalam silabus merupakan perkiraan waktu rerata.
- 7) Menentukan Sumber Belajar
- Sumber belajar adalah rujukan, objek dan/atau bahan yang digunakan untuk kegiatan pembelajaran, yang berupa media cetak dan elektronik, narasumber, serta lingkungan fisik, alam, sosial, dan budaya. Penentuan sumber belajar didasarkan pada standar kompetensi dan kompetensi dasar serta materi pokok/pembelajaran, kegiatan pembelajaran, dan indikator pencapaian kompetensi.

D. Aktifitas Pembelajaran

Petunjuk!

1. Secara berkelompok Saudara diminta untuk mempelajari materi pengembangan silabus(membaca, menyimak dan menelaah) selama 20 menit.
2. Diskusikan dan susun secara ringkas berdasarkan pandangan kelompok masing-masing selama 20 menit.
3. Setiap kelompok terdiri dari 4 – 5 orang.

Hasil diskusi kelompok dipresentasikan(15 menit) di depan kelas per kelompok

E. Latihan/kasus/Tugas

Jawablah secara ringkas pertanyaan berikut:

1. Sebutkan komponen-komponen silabus

.....
.....

2. Sebutkan dan jelaskan secara singkat prinsip-prinsip silabus

.....
.....

3. Jelaskan mekanisme pengembangan silabus

.....
.....

4. Jelaskan langkah-langkah pengembangan silabus

.....
.....

5. Sebutkan dan jelaskan hal yang penting dalam penilaian

.....
.....

F. Rangkuman

- ⇒ Silabus memiliki komponen-komponen sebagai berikut:
 - 1) kompetensi inti;
 - 2) kompetensi dasar;
 - 3) materi pembelajaran;
 - 4) kegiatan pembelajaran;
 - 5) penilaian;
 - 6) alokasi waktu; dan
 - 7) sumber belajar.

- ⇒ Silabus dikembangkan dengan prinsip-prinsip:
 - 1) Mengacu pada Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 70 Tahun 2013 Tentang Kerangka Dasar Dan Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan.
 - 2) Aktual dan Kontekstual
 - 3) Fleksibel
 - 4) Menyeluruh

- ⇒ Mekanisme Pengembangan Silabus yang dikembangkan oleh:
 - 1) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
 - 2) Silabus untuk Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan (SMK/MAK) yang dikembangkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yaitu silabus mata pelajaran untuk Kelompok A, Kelompok B, dan Kelompok C-1 Peminatan Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan.
 - 3) Dinas Pendidikan Pusat, dinas pendidikan provinsi dan dinas pendidikan kabupaten/kota.
 - 4) Satuan Pendidikan

- ⇒ Langkah-langkah Pengembangan Silabus
 - 1) Mengkaji Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar
 - 2) Mengidentifikasi Materi Pokok/Pembelajaran
 - 3) potensi peserta didik;
 - 4) relevansi dengan karakteristik daerah,

- 5) tingkat perkembangan fisik, intelektual, emosional, sosial, dan spritual peserta didik;
- 6) kebermanfaatan bagi peserta didik;
- 7) struktur keilmuan;
- 8) aktualitas, kedalaman, dan keluasan materi pembelajaran;
- 9) relevansi dengan kebutuhan peserta didik dan tuntutan lingkungan; dan
- 10) alokasi waktu.
- 11) Mengembangkan Kegiatan Pembelajaran

⇒ Kegiatan pembelajaran adalah sebagai berikut.

- 1) Kegiatan pembelajaran disusun untuk memberikan bantuan kepada para pendidik, khususnya guru, agar dapat melaksanakan proses pembelajaran secara profesional.
- 2) Kegiatan pembelajaran memuat rangkaian kegiatan yang harus dilakukan oleh peserta didik secara berurutan untuk mencapai kompetensi dasar.
- 3) Penentuan urutan kegiatan pembelajaran harus sesuai dengan hierarki konsep materi pembelajaran.
- 4) Rumusan pernyataan dalam kegiatan pembelajaran minimal mengandung dua unsur penciri yang mencerminkan pengelolaan pengalaman belajar siswa, yaitu kegiatan siswa dan materi.
- 5) Merumuskan Indikator Pencapaian Kompetensi
- 6) Penentuan Jenis Penilaian

⇒ Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penilaian.

- 1) Penilaian diarahkan untuk mengukur pencapaian kompetensi.
- 2) Penilaian menggunakan acuan kriteria;
- 3) Sistem yang direncanakan adalah sistem penilaian yang berkelanjutan.
- 4) Hasil penilaian dianalisis untuk menentukan tindak lanjut. yang berupa perbaikan proses pembelajaran berikutnya,
- 5) Sistem penilaian harus disesuaikan dengan pengalaman belajar yang ditempuh dalam proses pembelajaran..
- 6) Menentukan Alokasi Waktu
- 7) Menentukan Sumber Belajar



Kunci Jawaban Latihan/Kasus/Tugas

Kegiatan Belajar 1

1. Kurikulum merupakan rancangan pendidikan yang merangkum semua pengalaman belajar yang disediakan bagi peserta didik di sekolah. Kurikulum disusun oleh para ahli pendidikan/ ahli kurikulum, ahli bidang ilmu, pendidikan, pejabat pendidikan, pengusaha serta unsur-unsur masyarakat lainnya.
2. Kurikulum merupakan alat untuk mencapai tujuan pendidikan yang dinamis. Hal ini berarti bahwa kurikulum harus selalu dikembangkan dan disempurnakan agar sesuai dengan laju perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta masyarakat yang sedang membangun.
3. Kurikulum secara khusus adalah
 - bertujuan pendidikan
 - isi pendidikan,
 - pemilihan proses belajar mengajar,
 - pemilihan media pembelajaran dan alat pengajaran dan
 - pemilihan kegiatan penilaian.,
4. Kurikulum 2013 lebih menekankan pada aspek sikap secara khusus, pendekatan pembelajaran, penilaian proses dan penambahan waktu belajar dibandingkan kurikulum 2006.



Evaluasi

Pilihlah jawaban yang paling tepat dengan memberi silang (x) pada lembarjawaban.

1. Terkait dengan pembangunan pendidikan, masing-masing daerah memerlukan pendidikan yang sesuai dengan karakteristik daerah. Begitu pula halnya dengan kurikulum sebagai jantungnya pendidikan perlu dikembangkan dan diimplementasikan secara kontekstual untuk merespon kebutuhan
 - A. daerah, satuan pendidikan, dan peserta didik
 - B. daerah, dinas pendidikan dan peserta didik
 - C. dinas pendidikan, satuan pendidikan dan peserta didik
 - D. daerah, dinas pendidikan dan satuan pendidikan

2. Pasal 36 Ayat (3) UU Sisdiknas No 20 Tahun 2003 menyebutkan bahwa kurikulum disusun sesuai dengan jenjang pendidikan dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia dengan memperhatikan:
 - (a) Peningkatan iman dan takwa;
 - (b) Peningkatan akhlak mulia;
 - (c) Peningkatan potensi, kecerdasan, dan minat peserta didik;
 - (d) Keragaman potensi daerah dan lingkungan;
 - (e) Tuntutan pembangunan daerah dan nasional;
 - (f) Tuntutan dunia kerja;dan empat hal lainnya, yaitu....
 - A. (g) perkembangan iptek dan seni; (h) dinamika perkembangan global; (i) persatuan nasional dan nilai-nilai kebangsaan; dan (j) masa depan anak
 - B. (g) perkembangan iptek dan seni; (h) dinamika perkembangan global; (i) persatuan nasional dan nilai-nilai kebangsaan; dan (j) akhlaq anak
 - C. (g) perkembangan iptek dan seni; (h) dinamika perkembangan global; (i) persatuan nasional dan nilai-nilai kebangsaan; dan (j) kebahagiaan anak
 - D. (g) perkembangan iptek dan seni; (h) dinamika perkembangan global; (i) persatuan nasional dan nilai-nilai kebangsaan; dan (j) agama

3. Empat komponen penting pada kurikulum tingkat satuan pendidikan 2013 sesuai dengan lampiran 1 Permendikbud 81A tahun 2013, yaitu....
 - A. Visi, Misi, dan Tujuan Pendidikan Satuan Pendidikan; (2) Muatan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan; (3) Pengembangan diri; (4) Kalender Pendidikan
 - B. Visi, Misi, dan Tujuan Pendidikan Satuan Pendidikan; (2) Muatan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan; (3) Pengaturan Beban Belajar; (4) Kalender Pendidikan
 - C. Visi, Misi, dan Tujuan Pendidikan Satuan Pendidikan; (2) Muatan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan; (3) Ekstrakurikuler; (4) Kalender Pendidikan
 - D. Visi, Misi, dan Tujuan Pendidikan Satuan Pendidikan; (2) Muatan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan; (3) Penilaian Pembelajaran; (4) Kalender Pendidikan

4. Penyusunan kurikulum tingkat satuan pendidikan harus mempertimbangkan pengembangan kemampuan peserta didik yang diperlukan, antara lain kemampuan berkomunikasi, berpikir kritis dan kreatif dengan mempertimbangkan nilai dan moral Pancasila agar menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggungjawab, toleran dalam keberagaman, mampu hidup dalam masyarakat global, memiliki minat luas dalam kehidupan dan kesiapan untuk bekerja, kecerdasan sesuai dengan bakat/minatnya, dan peduli terhadap lingkungan. Hal ini sesuai dengan prinsip ...
 - A. Peningkatan Iman, Takwa, dan Akhlak Mulia
 - B. Keragaman Potensi dan Karakteristik Daerah dan Lingkungan
 - C. Kebutuhan Kompetensi Masa Depan
 - D. Perkembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni

5. Dalam mekanisme pengelolaan, pengembangan kurikulum satuan pendidikan dilakukan dengan melibatkan pemangku kepentingan (*stakeholders*) untuk menjamin relevansi pendidikan dengan kebutuhan kehidupan, termasuk di dalamnya kehidupan kemasyarakatan, dunia usaha dan dunia kerja. Oleh karena itu, pengembangan kurikulum perlu memperhatikan keseimbangan antara *hard skills* dan *soft skills* pada setiap kelas antarmata pelajaran, dan memperhatikan kesinambungan *hard skills* dan *soft skills* antarkelas. Hal ini dilakukan sesuai dengan prinsip ...
 - A. Berpusat pada potensi, perkembangan, kebutuhan, dan kepentingan peserta didik dan lingkungannya
 - B. Beragam dan terpadu
 - C. Tanggap terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni

- D. Relevan dengan kebutuhan kehidupan
6. Dalam penyusunan dan pengembangan kurikulum tingkat satuan pendidikan 2013, Dinas yang bertanggung jawab pada pendidikan tingkat propinsi memiliki fungsi koordinasi dan supervisi pada jenjang....
- SD, SDLB, SMP, SMPLB
 - SDLB, SMPLB, SMALB, SMA dan SMK
 - MI, MTs, MA, SMA, SMK dan MAK
 - SDLB, SMPLB, dan SMALB
7. Profesional guru dalam meningkatkan kualitas proses pembelajaran sehingga guru dapat membantu peserta didik untuk belajar lebih aktif, kreatif, inovatif, efektif, efisien dan menyenangkan dilakukan dalam bentuk ...
- menyusun Rencana pelaksanaan pembelajaran
 - Menyusun analisis kurikulum
 - Menyusun Soal
 - Mengevaluasi pembelajaran
8. Dalam menjalankan tugas guru memperhatikan keseluruhan pengembangan akademi, mempertimbangkan kesesuaian kompetensi yang akan dicapai dengan materi pembelajaran, melakukan penilaian proses pembelajaran yang diterapkan dalam menyajikan materi menerapkan *scientific approach* atau belum. Selain itu, juga melihat penilaian pembelajaran yang dilakukan oleh guru telah menerapkan *Authentic Assessment* sebagaimana diamanatkan dalam kurikulum 2013 atau belum. Dalam kasus ini Guru menerapkan prinsip
- Pelaksanaannya secara berkesinambungan
 - Terbuka, demokratis, aktif, dan kooperatif
 - Program supervisi akademik integratif
 - Supervisi akademik bersifat komprehensif
9. Tahapan pelaksanaan pembelajaran untuk proses berikut yang paling tepat adalah ...
- prapembelajaran ⇨ pembelajaran ⇨ penilaian
 - prapembelajaran ⇨ penilaian ⇨ umpan balik
 - pra pembelajaran ⇨ pembelajaran ⇨ umpan balik
 - pra pembelajaran ⇨ penilaian ⇨ Analisis Hasil

10. Tahap pelaksanaan pembelajaran yang memfokuskan pada sikap, pengetahuan dan keterampilan guru dalam melaksanakan proses pembelajaran di kelas dilakukan secara sistematis, obyektif, dan holistik berdasarkan kesepakatan bersama antara supervisor dan guru pada pertemuan awal. Kegiatan ini merupakan pelaksanaan supervisi akademik tahapan ...
- A. Pra Observasi
 - B. Observasi Pembelajaran
 - C. Penilaian
 - D. Umpan Balik

Kunci Jawaban Evaluasi



No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Jawaban	A	D	B	C	D	B	A	D	C	B



Penutup

Modul Pengembangan kurikulum membahas kompetensi inti pedagogik ketiga, yaitu menyelenggarakan pembelajaran mengenai pemahaman kurikulum yang meliputi prinsip kurikulum, pengelolaan kurikulum (KTSP), pengembangan silabus, dan Penilaian

Memahami tentang kurikulum merupakan prinsip utama bagi guru dalam mempersiapkan diri untuk menjadi guru yang profesional, hal ini menuntut Guru mampu memandang pengembangan kurikulum sebagai suatu kebutuhan primer yang nantinya menjadi pedoman dalam melaksanakan tugas sebagai pendidik dan menjadi salah satu elemen perubahan yang lebih baik sesuai perjalanan waktu, diharapkan guru selalu meningkatkan kemampuannya menangani para peserta didiknya.

Pembahasan prinsip-prinsip pengembangan kurikulum memberikan persepsi dan pemahaman terhadap guru ketika dia menangani peserta didik dalam proses pembelajaran bahwa pada dasarnya akan memberikan kemudahan dalam implementasi kurikulum dalam pembelajaran, dengan memahami kurikulum secara utuh akan memudahkan guru dalam merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi semua program yang direncanakan secara komprehensif.

Pengembangan Silabus yang menjadi salah satu bagian dari kurikulum menjadikan dasar dalam menentukan secara rinci apa yang harus dipersiapkan Guru, dengan kata lain persiapan guru akan jauh lebih baik terencana dengan tahapan-tahapan yang jelas, runtun dan terarah serta jelas ukuran ketercapaiannya, sehingga ketika proses pembelajaran dimulai, guru sudah memiliki kerangka pengembangan dalam langkah berikutnya dalam pembelajaran, sehingga tujuan pembelajaran terukur dan jelas.

Semoga modul ini bermanfaat bagi guru, terutama untuk meningkatkan kompetensi pedagogik di dalam merancang dan melaksanakan program yang ada dalam pengembangan kurikulum.

Glosarium

<i>Pendekatan pembelajaran</i>	Merupakan proses pembelajaran, yang merujuk pada pandangan tentang terjadinya suatu proses yang sifatnya masih sangat umum. secara khusus pendekatan pembelajaran yang berorientasi atau berpusat pada peserta didik (student centered approach) dan (2) pendekatan pembelajaran yang berorientasi atau berpusat pada pendidik (teacher centered approach).
<i>Strategi Pembelajaran Berbasis Masalah (SPBM)</i>	merupakan strategi pembelajaran yang mengikuti pola Top-down. SPBM yang demikian ini merupakan implementasi dari teori belajar konstruktivisme. Penerapan pembelajaran adalah memecahkan masalah keseharian (authentic) Strategi SPBM juga dikenal dengan berbagai nama seperti Pembelajaran Berbasis Projek (Project Based –Learning), Pendidikan Berdasarkan Pengalaman (Experienced Based education), Belajar Autentik (Autentic learning), dan Pembelajaran Berakar pada Kehidupan Nyata (Anchored instruction).
<i>Teknik pembelajaran</i>	cara yang dilakukan seseorang dalam mengimplementasikan suatu metode secara spesifik. Misalkan, penggunaan metode ceramah pada kelas dengan jumlah peserta didik yang relatif banyak membutuhkan teknik tersendiri, yang tentunya secara teknis akan berbeda dengan penggunaan metode ceramah pada kelas yang jumlah peserta didiknya terbatas.
<i>Taktik pembelajaran</i>	Merupakan gaya seseorang dalam melaksanakan metode atau teknik pembelajaran tertentu yang sifatnya individual. contoh penyajiannya, yang satu cenderung banyak diselingi dengan humor karena memang dia memiliki sense of humor yang tinggi, tetapi yang lain lebih banyak menggunakan alat bantu elektronik karena dia memang sangat menguasai bidang itu. Setiap pendidik mempunyai gaya yang unik sesuai dengan kemampuan, pengalaman dan tipe kepribadian dari pendidik yang bersangkutan.

Daftar Pustaka

- Nur, M. 2011. *Pembelajaran Berdasarkan Masalah*. Surabaya: PSMS Unesa.
- Tim Sertifikasi Unesa. 2010. *Modul Pembelajaran Inovatif*. Surabaya: PLPG Unesa.
- Arend, R.I. 2001. *Learning to Teach, 5th Ed.* Boston: McGraw-Hill Company, Inc.
- Muller, U., Carpendale, J.I.M., Smith, L. 2009. *The Cambridge Companion to PIAGET*. Cambridge University Press.
- Nur, M. 1998. *Teori-teori Perkembangan*. Surabaya: Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
- Nur, M. & Wikandari, P.R. 2000. *Pengajaran Berpusat Kepada Siswa Dan Pendekatan Konstruktivis Dalam Pengajaran*. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya University Press.
- Sutherland, P. 1992. *Cognitive Development Today: Piaget and his Critics*. London: Paul Chapman Publishing Ltd.
- Setneg, (2013). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2013 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 Tentang Standar Nasional Pendidikan. Jakarta: Setneg.
- Kemdikbud, (2013). Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 65 Tahun 2013 tentang Standar Proses Pendidikan Dasar dan Menengah. Jakarta: Kemdikbud.
- Kemdikbud, (2013). Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 81A Tahun 2013 tentang Pedoman Implementasi Kurikulum 2013. Jakarta:
- BNSP. 2006. *Panduan Penyusunan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan Jenjang Pendidikan Dasar dan Menengah*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 70 Tahun 2013 Tentang Kerangka Dasar Dan Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2013. *Materi Workshop Implementasi Kurikulum 2013*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.



DIREKTORAT JENDERAL
GURU DAN TENAGA KEPENDIDIKAN
2016