

**LAPORAN KEGIATAN ASISTENSI MENGAJAR DI SMK
MUHAMMADIYAH 2 MALANG
TAHUN PELAJARAN 2021-2022**

Disusun Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Program
Asistensi Mengajar di Satuan Pendidikan

Oleh:

Anjani Nur Fitria

190411630464



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JUNI 2022

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN ASISTENSI MENGAJAR

Dengan ini mahasiswa,

Nama : Anjani Nur Fitria

NIM : 190411630464

Program Studi : S1 Pendidikan Tata Niaga

Dinyatakan telah melaksanakan Program Asistensi Mengajar di Sekolah dan laporan yang ditulis oleh mahasiswa tersebut telah mendapat persetujuan dari Kepala Sekolah, Guru Pamong dan Dosen Pembimbing Asistensi Mengajar.

Malang, 30 Juni 2022

Dosen Pembimbing

Fitriana, S.Pd. M.M

NIP 108701312014042001

Guru Pamong

Cece Setiani, S. Pd

NBM.-

Kepala Sekolah



Lukman Hakim, S.HI, MPd.I

NBM. 1.03399

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah- Nya sehingga laporan Asistensi Mengajar Tahun 2021 di SMK Muhammadiyah 2 Malang dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan pertanggungjawaban keikutsertaan dalam Program Kampus Merdeka. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya laporan kegiatan ini tidak lepas dari bantuan dan dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Wening Patmi Rahayu, S.Pd., MM, selaku Kepala Program Studi S1 Pendidikan Tata Niagayang telah memberikan banyak dukungan serta arahan dari awal hingga berakhirnya kegiatan Asistensi Mengajar Tahun 2022.
2. Fitriana, S.Pd, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak dukungan serta arahan dari awal hingga berakhirnya kegiatan Asistensi Mengajar Tahun 2022.
3. Kepala sekolah, waka kurikulum, tenaga pendidik dan seluruh staf karyawan SMK Muhammadiyah 2 Malang yang telah menerima seluruh kegiatan mahasiswa dan memberikan banyak pengalaman dan pengetahuan selama kegiatan Asistensi Mengajar Tahun 2022.
4. Cece Setiani S.Pd, selaku guru pamong di SMK Muhammadiyah 2 Malang yang telah mendampingi sekaligus memberikan motivasi selama melaksanakan kegiatan Asistensi Mengajar Tahun 2022.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penulisan laporan kegiatan ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan dari laporan ini.

Malang, 17 Juni 2022
Penulis

DAFTAR ISI

Kata pengantar	1
Daftar Isi	2
Daftar Gambar.....	4
Bab I Pendahuluan	5
A. Latar Belakang	5
B. Tujuan Asistensi Mengajar	6
C. Manfaat Asistensi Mengajar	7
BAB II Profil sekolah Mitra.....	8
A. Lokasi Sekolah Mitra	8
B. Struktur Organisasi Sekolah Mitra.....	9
C. Visi dan Misi Sekolah Mitra	9
D. Kegiatan Mahasiswa di Sekolah Mitra.....	10
BAB III Pelaksanaan Asistensi Mengajar.....	12
A. Akademik	12
B. Nonakademik	15
C. Administrasi Sekolah	17
D. Publikasi.....	18
BAB IV Kesimpulan Dan Saran	20
A. Kesimpulan	20
B. Saran	20
BAB V Refleksi diri.....	22
Lampiran	25

A. Perangkat pembelajaran	25
B. Hasil penilaiain siswa	121
C. Jurnal Harian	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Sekolah.....	9
Gambar 2 Pembelajaran Asinkronus	13
Gambar 3. Pembelajaran Luring di kelas.....	13
Gambar 4. Kegiatan English Club	15
Gambar 5. Kegiatan Smeinar Motivasi.....	16
Gambar 6. Kegiatan Entrepreneurship program	17
Gambar 7. Kegiatan Piket mini office	18

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Adanya kebijakan baru dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yang berbentuk Permendikbud Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SNSikti) yang kemudian dirancang sebagai revolusi sistem pendidikan Indonesia melalui kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Dalam kebijakan Merdeka Belajar ini terdapat beberapa program yang bisa diikuti oleh mahasiswa, salah satunya adalah Asistensi Mengajar Tahun 2022. Kegiatan Asistensi Mengajar ini dijadikan salah satu bukti dedikasi perguruan tinggi untuk ikut menyukseskan pendidikan nasional melalui mahasiswa.

Melalui program Asistensi Mengajar, mahasiswa dilibatkan secara langsung dalam membantu proses pengembangan sekolah dalam bidang akademik, non-akademik, adaptasi teknologi dalam pembelajaran dan administrasi sekolah. Kegiatan ini bisa dilakukan di berbagai tingkat satuan pendidikan, bisa di SD, SMP, dan SMA/SMK/MA. Tidak hanya itu, program ini akan memberikan kesempatan mahasiswa di seluruh Indonesia Belajar dan mengembangkan diri melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan.

Dalam kegiatan Asistensi Mengajar terdapat 4 program yang wajib untuk dilakukan oleh mahasiswa. Program pertama adalah program akademik dengan kegiatan mengajar di kelas. Kegiatan ini dilakukan untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa serta ikut serta dalam mengembangkan pendidikan di

Indonesia dengan metode atau cara lebih inovatif hasil pemikiran mahasiswa yang lebih kekinian. Program kedua adalah adaptasi teknologi dalam pembelajaran. Kegiatan ini dilakukan beriringan dengan proses pembelajaran yang dilakukan di kelas yang lebih inovatif dengan sentuhan teknologi masa kini. Hal ini dimaksudkan untuk mengembangkan bahan dan media pembelajaran lebih menarik sehingga membuat peserta didik lebih semangat dalam proses pembelajaran. Program ini penting dilakukan guna untuk mengembangkan kualitas pendidikan di Indonesia menjadi lebih maju dan lebih baik lagi. Program ketiga adalah non- akademik. Kegiatan non-pendidikan berupa kegiatan ekstrakurikuler dan pengembangan *skill* lainnya seperti adanya pameran kewirausahaan. Kegiatan ini memberikan bekal peserta didik untuk tidak hanya belajar pengetahuan saja tetapi juga mengembangkan potensi yang ada pada dirinya menjadi lebih bermanfaat. Dan program ke empat adalah administrasi untuk ikut serta dalam pengembangan dan penataan administrasi sekolah supaya terdata dengan baik.

B. Tujuan Asistensi Mengajar

Tujuan dilakukannya program MBKM Asistensi mengajar tahun 2022 secara rinci sebagai berikut:

1. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang memiliki minat dalam bidang pendidikan untuk ikut serta dalam proses membelajarkan dan memperdalam ilmunya dengan cara menjadi pendamping guru di sekolah.
2. Membantu meningkatkan pemerataan kualitas pendidikan serta relevansi pendidikan dasar dan menengah dengan pendidikan tinggi sesuai perkembangan ipteks.

3. Mendesiminasikan produk-produk pembelajaran UM yang kreatif dan inovatif untuk peningkatan kualitas pembelajaran.

C. Manfaat Asistensi Mengajar

1. Manfaat untuk Institusi (Universitas Negeri Malang)

Dari kegiatan MBKM Asistensi Mengajar telah memberikan manfaat yaitu, Membantu Universitas mengembangkan kemampuan mahasiswanya dalam bidang pendidikan yang dilakukan secara langsung di sekolah mitra.

2. Manfaat untuk Sekolah Mitra (SMK Muhammadiyah 2 Kota Malang)

Dari kegiatan MBKM Asistensi Mengajar telah memberikan manfaat:

- a. Sekolah mitra mendapatkan bantuan pengembangan pendidikan dari berbagai bidang yang meliputi bidang akademik, adaptasi teknologi dalam pembelajaran, non-akademik dan administrasi.
- b. Sekolah mitra dibantu dalam melaksanakan tugasnya dalam memberikan ilmu dan mencerdaskan peserta didik sebagai generasi penerus bangsa.

3. Manfaat untuk Mahasiswa

Dari kegiatan MBKM Asistensi Mengajar telah memberikan manfaat:

- a. Memiliki kesempatan untuk ikut serta mengembangkan pendidikan dalam proses pembelajaran di sekolah.
- b. Mendapatkan pengalaman yang lebih dan lebih siap untuk terjun langsung ke satuan Pendidikan
- c. Memiliki kesempatan belajar di luar kelas perkuliahan dan berkomunikasi dengan masyarakat secara langsung di lingkungan sekolah.

BAB II

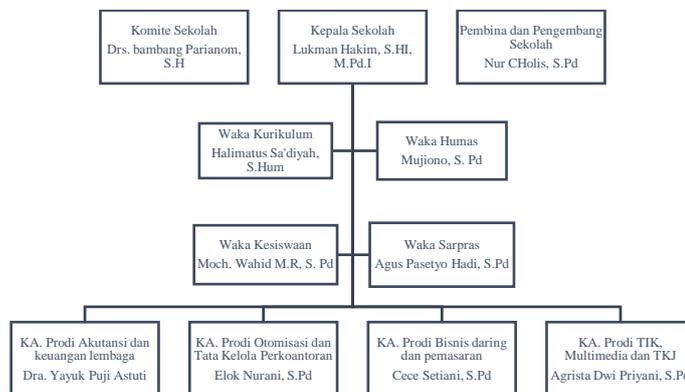
PROFIL SEKOLAH MITRA

A. Lokasi Sekolah Mitra

SMK Muhammadiyah 2 Malang merupakan salah satu sekolahan yang terletak di JL. Baiduri kecamatan Tlogomas Kota Malang yang berdekatan dengan pemukiman warga. SMK Muhammadiyah 2 Malang berada satu lokasi atau satu komplek dengan MAM 1 Kota Malang dan juga MTSM 1 Kota Malang, jadi untuk bisa masuk di sekolahnya harus melewati satu pintu gerbang dengan sekolah-sekolah tersebut. Selain itu sekolah ini juga bertetangga dengan sekolah kejuruan yaitu SMK PGRI 3 Malang. SMK Muhammadiyah 2 Malang juga menjadi salah satu sekolah unggulan swasta yang ada di kota Malang, karena sekolah ini juga biasa dikenal dengan sekolah Center Of Excellence atau pusat keunggulan yang memiliki arti sebagai pusat kajian, pelatihan ilmu dan kompetensi pada berbagai bidang baik bagi akademisi, praktisi pada bidangnya dan siswa-siswa SMK Muhammadiyah 2 Malang. Dengan begitu harapannya sekolah pusat keunggulan bisa mencetak generasi penerus bangsa yang berkualitas dan bisa menjadi rujukan peserta didik baru untuk mengampu pendidikan di SMK Muhammadiyah 2 Malang (SMK Muda) dan juga bisa menjadi contoh untuk sekolah-sekolah kejuruan swasta lainnya. Guru-guru profesional SMK Muda atau sebutan dari SMK Muhammadiyah 2 Malang mayoritas berusia muda ada juga beberapa yang fresh graduate atau baru lulus di bangku kuliah. Walaupun kebanyakan gurunya berusia muda tetapi sebelum menjadi

guru juga harus melalui seleksi.

B. Struktur Sekolah Mitra



Gambar 1. Struktur Organisasi Sekolah

C. Visi dan Misi

VISI

Mewujudkan Peserta Didik Yang Bertaqwa, Berakhlakul Karimah, Berkarakter, Berprestasi, Berjiwa Entrepreneur, Menguasai IPTEK, Dan Peduli Lingkungan

MISI

- Meningkatkan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa
- Mewujudkan pendidikan yang bernilai keislaman sesuai Al-Quran dan Sunnah
- Mengembangkan nilai-nilai yang terkandung dalam profil pelajar Pancasila
- Menumbuhkembangkan jiwa kompetitif
- Menumbuhkan jiwa entrepreneurship yang kreatif dan inovatif
- Menguasai ilmu pengetahuan, teknologi informasi, dan telekomunikasi secara global
- Mewujudkan sumber daya manusia yang peduli lingkungan sebagai

bentuk *save of belonging* terhadap lingkungan

D. Kegiatan Mahasiswa di Sekolah Mitra

1. Akademik

Kegiatan akademik meliputi:

- a. Pelaksanaan peer teaching serta sikap dan perilaku mahasiswa. Kegiatan ini dinilai oleh Dosen Pembimbing secara daring.
- b. Pelaksanaan kegiatan di sekolah, terdiri atas penyusunan perangkat pembelajaran, pelaksanaan pembelajaran di kelas riil, serta sikap dan perilaku mahasiswa selama melaksanakan pembelajaran. Kegiatan ini dinilai oleh Guru Pamong.
- c. Kegiatan Akademik SMK Muhammadiyah 2 Malang dilaksanakan secara daring dan luring. Dalam satu bulan kegiatan pembelajaran dibagi menjadi dua gelombang. Minggu ganjil pelaksanaan kegiatan pembelajaran secara luring oleh kelas X dan daring kelas XI. Sedangkan, minggu genap pelaksanaan kegiatan luring oleh kelas XI dan daring kelas X. Kegiatan pembelajaran secara daring diterapkan melalui Whatsapp Grup, Google Classroom, dan *Online Meeting* (Zoom dan Google Meet).

2. Adaptasi teknologi dalam pembelajaran

Kegiatan ini meliputi: digitalisasi bahan ajar, pembuatan media pembelajaran, digitalisasi asesmen pembelajaran (instrumen penilaian), pengisian konten pada sistem pengelolaan pembelajaran (daring), dan implementasi teknologi pada administrasi sekolah dan kegiatan non akademik. Kegiatan ini dinilai oleh Guru Pamong. Adaptasi teknologi

dalam sekolah sudah baik dalam penerapannya. Tersedianya fasilitas komputer, LCD/Proyektor, dan Wifi di sekolah sehingga memungkinkan penerapan adaptasi teknologi dalam pembelajaran seperti penggunaan media pembelajaran yang lebih inovatif dan kreatif. Bapak/ Ibu guru dan tenaga pendidik di SMK Muhammadiyah 2 Malang sudah cukup memahami penyerapan teknologi yang sedang berkembang.

3. Administrasi Sekolah

Kegiatan administrasi sekolah meliputi urusan: persuratan dan pengarsipan, hubungan sekolah dan masyarakat, serta layanan khusus. Kegiatan ini dinilai oleh Kepala Mini office.

4. Kegiatan Non Akademik

Kegiatan non akademik meliputi: pembinaan kegiatan ekstrakurikuler siswa, pembenahan perpustakaan, pembenahan UKS, pelaksanaan Entrepreneur Program, dan Pelaksanaan Seminar Motivasi untuk siswa . Kegiatan ini dinilai oleh Kepala Sekolah/Wakil Kepala Sekolah/Kepala Perpustakaan/Kaprodi Bisnis daring pemasarn

.BAB III

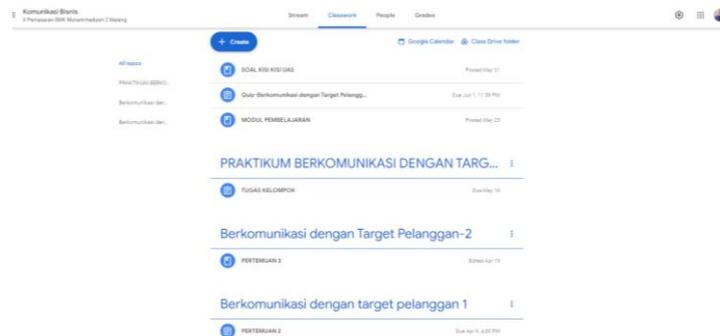
PELAKSANAAN ASISTENSI MENGAJAR

A. Akademik

Kegiatan pembelajaran di SMK Muhammadiyah 2 Malang melaksanakan pembelajaran daring di awal semester genap, lalu melaksanakan kegiatan pembelajaran *blended learning* dengan sistematika Minggu ganjil pelaksanaan kegiatan pembelajaran secara luring oleh kelas X dan daring kelas XI. Sedangkan, minggu genap pelaksanaan kegiatan luring oleh kelas XI dan daring kelas X. Kegiatan pembelajaran secara daring diterapkan melalui Whatsapp Grup, Google Classroom, dan *Online Meeting* (Zoom dan Google Meet). Pelaksanaan pembelajaran tetap mematuhi dengan protokol kesehatan. Dalam proses pembelajaran ada beberapa mahasiswa mengajar yang mendapatkan jatah untuk mengisi mata pelajaran dengan pembelajaran daring dan ada juga yang kedapatan mengajar luring atau tergantung guru pamong dalam memberikan mandat kepada mahasiswa mengajar untuk mengaplikasikan pembelajaran di kelas kecuali mahasiswa yang mengajar kelas XII dikarenakan untuk kelas XII telah melaksanakan USP. Maka mahasiswa yang mengajar kelas XII menjadi asesor atau pendamping mahasiswa yang mengajar kelas X atau XI.

Pembelajaran daring dilaksanakan dengan mengadopsi aplikasi google classroom dan batuan aplikasi lainnya seperti Whatsapp, zoom meeting, google meet tergantung kebutuhan pembelajaran. Dalam mengimplementasikan pembelajaran mahasiswa mengajar memanfaatkan media Whatsapp untuk mengkoordinir siswa terkait pembelajaran yang akan dilaksanakan baik pembelajaran secara sinkron maupun asinkron. Pembelajaran yang dilaksanakan

tidak hanya dengan sinkronus atau tatap muka melalui zoom meeting tetapi juga asinkron atau pertemuan tidak tatap muka atau menyesuaikan kebutuhan dan kemampuan siswa dalam mengikuti pembelajaran karena pembelajaran daring membutuhkan kuota internet yang cukup besar. Berikut ini beberapa gambar dari kegiatan pembelajaran.



Gambar 2. Pembelajaran Asinkronus melalui Google Classroom dan WhatsApp



Gambar 3. Pembelajaran Luring di kelas

Dalam melaksanakan pembelajaran di sekolah SMK Muhammadiyah 2 Malang menggunakan 2 kurikulum yang berbeda dikarenakan adanya transisi dari kurikulum lama atau kurikulum K13 yang masih di aplikasikan di siswa kelas 11 dan 12 dan untuk kurikulum baru atau *prototype* untuk siswa siswa kelas 10. Dalam pelaksanaan mahasiswa mengajar di kelas juga berbeda beda, ada yang mengajar

kelas X yang sudah menggunakan kurikulum baru atau *prototype* ada juga yang mengajar kelas XI yang masih menggunakan kurikulum K13.

Dalam pembelajaran di kelas secara luring terdapat beberapa kegiatan yang dilaksanakan dengan mengadopsi teknologi seperti komputer, proyektor/LCD, dan WIFI. Seperti yang ada di SMK Muhammadiyah 2 Malang terdapat lab-lab computer seperti lab digital marketing, lab multimedia. Disisi lain terdapat jurusan di SMK Muhammadiyah 2 Malang yang notabeneanya mengharuskan ada pengadaan teknologi seperti jurusan Multimedia atau DKV, jurusan TKJ. Pemanfaatan fasilitas yang ada di sekolah juga turut dimanfaatkan mahasiswa mengajar dalam implementasi pembelajaran di kelas atau KBM. Seperti pemanfaatan LCD/Proyektor untuk pembelajaran di kelas, walaupun ada tidak semua atau beberapa kelas yang belum ada fasilitas tersebut. Selain itu WIFI yang juga dimanfaatkan mahasiswa mengajar walaupun terkendala kadang sinyal yang tidak stabil dan pemanfaatan komputer untuk hal-hal urgent atau ketika ada tugas dari guru yang mengharuskan menggunakan komputer.

Pemanfaatan media pembelajaran seperti pemanfaatan google classroom sebagai alat bantu siswa untuk pembelajaran dari guru ketika pembelajaran dilaksanakan secara daring. Selain itu pemanfaatan teknologi seperti whatsapp untuk pembelajaran asinkronus dan zoom meeting atau google meet untuk pembelajaran sinkronus untuk pembelajaran daring. Seperti yang diterapkan oleh mahasiswa asistensi mengajar dalam pelaksanaan pembelajaran karena tidak semua guru pamong yang mau memberikan akses google classroom dikarenakan privasi akun pribadi maka dari itu mahasiswa mengajar harus bisa memanfaatkan teknologi media pembelajaran lainnya dengan baik.

Kegiatan assessment juga sudah mengadopsi teknologi, kegiatan yang dilaksanakan secara luring dengan memanfaatkan aplikasi untuk proses assessment

siswa. Dengan bantuan mahasiswa dengan mempersiapkan fasilitas yang akan di gunakan untuk assesment seperti penginstalan aplikasi yang digunakan asesmen dan mempersiapkan media yang akan digunakan seperti komputer. Akan tetapi karena ada beberapa kekurangan fasilitas dalam pelaksanaan asesmen beberapa guru dan seluruh mahasiswa mengajar (asistensi mengajar dan mahasiswa KPL) turut diminta untuk meminjamkan laptop untuk menunjang pelaksanaan asesmen tersebut di SMK Muhammadiyah 2 Malang.

B. Nonakademik

Pada Kegiatan nonakademik mahasiswa aistensi mengajar terbagi dan ikut serta dalam kegiatan ekstrakurikuler. Terdapat beberapa Ekstrakurikuler di SMK Muhammadiyah 2 Malang, yaitu Hisbul Wathon, Volley Ball, Tapak Suci, E-Sport, Seni Tari, Karawitan, Perfilman dan English club. Dari beberapa ekstrakurikuler, penulis terlibat langsung dalam kegiatan ekstra kurikuler English club. English club sendiri diadakan setiap sepulang sekolah pada Hari Rabu dengan guru Pendamping Ibu Halimatus Sa'diyah, S. Hum. English club sendiri berfokus pada kemampuan public speaking siswa. Pada akhir bulan Mei 2022 english club sedang mempersiapkan perwakilannya untuk mengikuti lomba Speech Contest di Universitas Muhammadiyah Lamongan. Penulis beserta tim ikut serta melatih siswa yang akan mengikuti lomba tersebut.



Gambar 4. Kegiatan English Club

Pada aspek nonakademik Mahasiswa Asistensi Mengajar juga terlibat dalam pengembangan siswa dan sekolah, yakni penataan ulang perpustakaan dan UKS yang belum sepenuhnya lengkap, belum rapi dan belum. Untuk mengerjakan program kerja ini membutuhkan waktu selama tiga bulan. Lalu pada pengembangan siswa mahasiswa asistensi Mengajar mengadakan Seminar motivasi siswa, dengan tema “Build up your confidence with an achievement and public speaking skills”. Seminar ini merupakan program kerja Bersama dalam rangka melengkapi dan menutup tahun ajaran 2021/2022. Dengan harapan pada tahun ajaran berikutnya siswa memiliki motivasi tinggi dalam belajar dan pengemabang diri. Seminar ini menghadirkan MAWAPRES Universitas Negeri Malang sebagai pemateri. Antusiasme siswa dan siswi menghadiri seminar ini cukup tinggi dibuktikannya dengan siswa yang aktif bertanya dan kehadiran siswa yang cukup tinggi.



Gambar 5. Kegiatan Seminar Motivasi

Selain dua kegiatan diatas, penulis juga memiliki program kerja Entrepreneurship program untuk siswa kelas X Bisnis daring dan pemasarn. Program ini didasarkan pada pengembangan siswa dalam berwirausaha, pemenuhan kewajiban mengajar masing-masing mahasiswa yang mana di lapangan terdapat mahasiswa yang hanya satu kali pertemuan luring yang dirasa sangat kurang dalam praktik mengajar dan pemenuhan kegiatan nonakademik. Output dari

kegiatan ini yaitu Hasil Business model canvas yang telah siswa buat dan produk yang siap dipasarkan. Hasil penjualan produk seluruhnya Kembali kepada siswa dan siswa yang memiliki penjualan paling tinggi akan mendapatkan hadiah.



Gambar 6. Kegiatan Entrepreneurship Program

C. Administrasi Sekolah

Kegiatan presensi di SMK Muhammadiyah 2 Malang masih dengan cara konvensional atau dengan cara manual belum mengadopsi teknologi yaitu dengan cara tulis tangan. Seperti yang dilaksanakan mahasiswa asistensi dimana setiap paginya mahasiswa diminta untuk keliling untuk absensi setiap kelas yang masuk atau

pembelajaran luring. Di dalam pengelolaan alur masuk persuratan dan pengarsipan sekolah ini juga masih menggunakan cara manual yang di tulis tangan arsipkan surat. Seperti yang di tugas ke mahasiswa asistensi dimana mahasiswa diminta bantuan dari petugas TU untuk mengarsipkan keluar masuk surat di buku catatan kearsipan surat. Selain itu kegiatan pelayanan seperti masalah pembayaran atau keuangan siswa juga masih menggunakan cara manual. Seperti ketika ada siswa atau wali yang ingin membayar terkait administrasi akan dilayani secara konvensional.

Pada administrasi sekolah mahasiswa asistensi mengajar juga dibagi ke beberapa tempat antara lain, tata usaha, piket harian dan mini office. Penugasan administrasi ini secara bergantian dengan sistem piket setiap harinya. Penulis sendiri ditempatkan pada mini office yang mana bertugas merapikan mini office dan merapikan surat atau dokumen berkaitan dengan pembelian atau penjualan smuds mart.



Gambar 7. Piket mini office

D. Publikasi

Kegiatan publikasi dari kegiatan Asistensi Mengajar di SMK Muhammadiyah 2 Kota Malang menghasilkan artikel ilmiah, essay tentang pengalaman mengikuti Asistensi Mengajar dan video tentang pengalaman baik AM. Publikasi berupa artikel ilmiah telah di publish pada laman Academia.Edu. Sedangkan untuk essay

dituliskan maksimam 1500 kata dan durasi video maksimal 2 menit yang akan diunggah di laman kampusmerdeka.um.ac.id.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari program kegiatan Asistensi Mengajar yang dilakukan oleh mahasiswa di satuan pendidikan yaitu SMK Muhammadiyah 2 Malang, mahasiswa mendapatkan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal untuk menjadi calon pendidik, dan mahasiswa yang menempuh program Asistensi Mengajar dapat menerapkan ilmu, dan teori yang telah didapat selama menjalani masa perkuliahan. Para mahasiswa juga melakukan kegiatan yang dilakukan oleh sekolah, dan tidak hanya berfokus pada kegiatan akademik, melainkan juga berorientasi pada kegiatan non akademik, dan inilah yang disebut ilmu baru bagi mahasiswa yang mengikuti program Asistensi Mengajar, dimana tidak semua teori yang didapat sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan.

B. SARAN

1. Untuk universitas

Diharapkan melakukan semua sosialisasi dengan jelas dan juga mendapatkan persetujuan dari semua pihak tanpa adanya rasa terpaksa, berikan pendapat yang baik saat ada pertanyaan yang menyangkut perihal program Asistensi Mengajar. Karena merupakan program baru yang baru saja dijalankan, alangkah baiknya permatang persiapan dalam melakukan program serta selalu mengawasi sekolah mitra sudah tepatkah sekolah memperlakukan mahasiswanya. Dan selalu mendengarkan keluhan mahasiswa terkait sekolah mitra.

2. Untuk Sekolah

Diharapkan sekolah tidak selalu menunggu inisiatif mahasiswa untuk aktif. Alangkah lebih baiknya untuk diarahkan dan dibimbing, karena dari dunia

perkuliahan lalu terjun ke sekolah masih butuh masa peralihan dan merasa bingung pastinya. Dan juga untuk staff dan guru yang telah dibantu oleh mahasiswa alangkah baiknya tidak menilai dari sikap pertama kali atau tatap muka pertama. Menegur mahasiswa juga alangkah baiknya Ketika tidak ada guru atau murid lain sehingga mahasiswa merasa dihargai dan dihormati keberadannya sebagai guru meskipun masih terus belajar.

3. Untuk mahasiswa

Diharapkan untuk lebih serius dan tepat waktu dalam melaksanakan program kerja. Serta senantiasa tepat waktu dan taat akan peraturan yang ada dimanapun berada.

BAB V

REFLEKSI DIRI

Mahasiswa mendapatkan banyak ilmu yang tidak dapat diperoleh dari bangku kuliah, pengalaman berupa praktek langsung bertemu secara tatap muka dengan peserta didik, dan tidak semua teori itu disampaikan di bangku kuliah, banyak seni dan tantangan dalam melaksanakan program Asistensi Mengajar.

Di dalam perkuliahan terdapat beberapa hal positif yang sangat bermanfaat dalam program Asistensi Mengajar salah satunya seperti adanya tugas praktek mengajar sejawat yang dulu di dapatkan di bangku kuliah , mahasiswa menjadi lebih tau dan paham ketika turun langsung di lapangan. Mahasiswa menjadi tau apa yang harus kita dipersiapkan ketika mengajar. Meskipun ada beberapa perbedaan ketika sedang terjun langsung di sekolah seperti, ketika melakukan kegiatan pembelajaran mahasiswa harus bisa menyesuaikan pada tingkah praktek mengajar di sekolah dan menyesuaikan pada tingkah laku siswa, ini merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh mahasiswa, dengan bantuan pihak sekolah.

Dalam program Asistensi Mengajar tentunya tidak hanya ada kegiatan akademik ada beberapa kegiatan yang harus dilakukan yaitu, akademik, non akademik, adaptasi teknologi dalam pembelajaran dan administrasi sekolah. Dan hal positif lainnya yang di dapatkan di perkuliahan yaitu yang berhubungan dengan adaptasi teknologi dalam pembelajaran karena hal tersebut sudah dipelajari oleh mahasiswa di bangku perkuliahan terutama bagi mahasiswa pendidikan. Dan sebagai tantangan mahasiswa ketika terjun langsung di lapangan harus siap dengan teknologi atau perkembangan media yang baru dan harus bisa menyesuaikan dengan baik.

Program Asistensi Mengajar juga sangat bermanfaat bagi kemampuan dan

perkembangan softskill yang dimiliki mahasiswa terutama seorang pendidik yang pastinya terus berhadapan dan berkomunikasi dengan siswa maupun secara langsung atau tidak langsung. mahasiswa dapat mengembangkan softskill berupa penyampaian materi agar dapat diterima oleh siswa dan dapat diserap dengan maksimal melalui program Asistensi Mengajar, mahasiswa dapat secara langsung mengawasi siswa dengan baik. Jadi, Soft skill adalah atribut diri serta kemampuan berkomunikasi yang merupakan sifat bawaan dan tidak dipelajari secara formal. Di dalam program Asistensi Mengajar softskill kita dilatih tidak hanya ketika mengajar tetapi ketika sedang berkomunikasi dengan siswa dan guru-guru disekolah. Ketika kita dapat berkomunikasi dengan baik tentunya pesan yang akan kita sampaikan akan tersampaikan dengan baik.

Pada program Asistensi Mengajar juga sangat bermanfaat dalam kemampuan kognitif mahasiswa dimana mahasiswa harus bisa menyesuaikan kemampuan kognitif peserta didik di kelas agar materi dapat tersampaikan dengan baik. Misalnya, apakah peserta didik lebih suka belajar menggunakan video pembelajaran atau membaca, dll. Hal tersebut juga menjadi sebuah tantangan yang tidak mudah yang harus dihadapi oleh pendidik agar materi pelajaran bisa cepat diserap oleh siswa.

Dengan adanya program ini mahasiswa diharapkan dapat lebih aktif untuk mencari sumber buku dan sumber belajar yang relevan lainnya dalam menghadapi peserta didik, hal ini diharuskan sebagaimana perbaikan dan evaluasi mahasiswa sebagai calon tenaga pendidik, tenaga pendidik diharapkan dapat mempunyai kreatifitas yang tinggi dan juga mempunyai gambaran dengan adanya program Asistensi Mengajar yang dilakukan oleh mahasiswa. Untuk karir mahasiswa selanjutnya diharapkan kegiatan Asistensi Mengajar ini bisa memberikan kemajuan dan perkembangan yang baik di dunia pendidikan dan menjadikan mahasiswa

menjadi lebih baik di bidangnya.

LAMPIRAN

A. Perangkat Pembelajaran

ALUR TUJUAN PEMBELAJARAN

Mata Pelajaran/Program Keahlian	: Dasar-Dasar Pemasaran/Komunikasi Bisnis
Fase yang diampu	: E
Elemen/domain yang dipilih	: Teknik dasar proses pemasaran, berdasarkan prinsip pelayanan prima dengan penuh percaya diri pada bidang pemasaran.
Capaian Pembelajaran	: Pada akhir fase E, peserta didik mampu menjelaskan lingkup pembelajaran meliputi konsep pelayanan prima (<i>Excellence service</i>), pemilihan segmen pasar, penetapan sasaran pasar, perencanaan, promosi, dan pemasaran

Materi	Tujuan Pembelajaran	Modul	JP
A.1	Peserta didik mampu menjelaskan tentang pengertian pelayanan	1	2
A.2	Peserta didik mampu menyebutkan tentang jenis-jenis pelayanan	1	4
A.3	Peserta didik mampu menerapkan tentang dimensi kualitas pelayanan	1	4
Total			10

Dalam Tujuan Pembelajaran harus terdiri:

- Variasi : penggunaan keterampilan berpikir kreatif, kritis tingkat tinggi
- Konten : materi yang dipelajari
- Kompetensi : Kata kerja yang menunjukkan keterampilan/ aksi
- P3 : beriman, bertakwa kepada Tuhan Yang Maha esa dan berakhlak mulia, mandiri, bergotong-royong, berkebinekaan global, bernalar kritis, kreatif.

MODUL AJAR Dasar-Dasar Pemasaran FASE E

Bagian I. Identitas dan Informasi mengenai Modul

Kode Modul Ajar	
Kode ATP Acuan	10.4
Nama Penyusun/Institusi/Tahun	Anjani Nur Fitria / SMKS Muhammadiyah 2 Malang / 2021
Jenjang Sekolah	SMK
Fase/Kelas	E / 10
Domain/Topik	Teknik dasar proses pemasaran, berdasarkan prinsip pelayanan prima dengan penuh percaya diri pada bidang pemasaran. emasaran

Kata Kunci	Pelayangan pelanggan
Pengetahuan/Keterampilan Prasyarat	Proses melayani pelanggan
Alokasi waktu (menit)	540 menit
Jumlah Pertemuan (JP)	12 JP
Moda Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> • Tatap Muka (TM) • Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ Synchronous) • Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ Asynchronous) • <i>Blended Learning</i> (Paduan Tatap Muka dan PJJ)
Metode Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> • Discovery Learning • Problem-Based Learning
Sarana Prasarana	<ul style="list-style-type: none"> • Papan tulis • Kapur/Spidol • Komputer/Laptop • Jaringan Internet • LCD Proyektor
Target Peserta Didik	<ul style="list-style-type: none"> • X Regular/tipikal • Hambatan Belajar • Cerdas Istimewa Berbakat Istimewa
Karakteristik Peserta Didik	---
Referensi Lain	Kemendikbud. Dasar-dasar Pemasaran / Kementerian Pendidikan, Kebudayaan Riset dan Teknologi. Jakarta: 2021.

Gambaran Umum Modul (rasionalisasi, urutan materi pembelajaran, rencana asesmen):

Rasionalisasi

Pemasaran sebagaimana diketahui, adalah inti dari sebuah usaha. Tanpa pemasaran tidak ada yang namanya perusahaan. Dimana proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan keinginan dengan berkomunikasi dengan pihak lain. Banyak yang menganggap bidang ini identik dengan bidang penjualan.

Di dalam modul ini pada pertemuan awal peserta didik akan mempelajari tentang pelayanan kepada pelanggan serta dapat menjelaskan segmentasi pasar dan bauran pemasaran

Urutan Materi Pembelajaran

1. Pelayanan prima secara umum
2. Memelihara personal hygiene dan perusahaan
3. Penampilan diri dan cara memeliharanya

Rencana Asesmen

1. Asesmen kelompok : Praktik Penerapan Komunikasi bisnis dalam bentuk praktikum pelayanan prima
2. Asesmen individu : Mengerjakan LKS (Soal bentuk uraian)

Bagian II. Langkah-Langkah Pembelajaran

Topik	Pelayanan prima
Tujuan Pembelajaran	P1 Pelayanan prima secara umum P2 Memelihara personal hygiene dan perusahaan P3 Penampilan diri dan cara memeliharanya

Pemahaman Bermakna	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan prima merupakan salah satu kunci penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Salah satu tujuan dari memberikan pelayanan yang prima adalah memberikan kepuasan terhadap pelanggan yang datang. Apabila pelanggan yang datang puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan, maka mereka akan berpotensi datang kembali. Hal ini bisa membuat mereka menjadi pelanggan tetap atau loyal terhadap perusahaan • Untuk memberikan pelayanan yang terbaik tidaklah mudah, terutama dengan variasi konsumen yang ada saat ini. Akan tetapi, setiap bisnis dapat menghadirkan pelayanan prima ke dalam bisnis selama mengetahui konsep dan apa yang harus dilakukan, yaitu menjaga hygiene personal, memelihara penampilan (grooming) dan menjaga etika dan tata krama .
Pertanyaan Pemantik	<ul style="list-style-type: none"> • Apakah yang dimaksud dengan pelayanan prima? • Mengapa pelayanan sangat penting dalam mengembangkan bisnis? • Apakah dalam kehidupan di dunia bisnis terdapat masalah yang menghambat kegiatan pelayanan?
Profil Pelajar Pancasila	<ul style="list-style-type: none"> • Beriman & Bertakwa terhadap Tuhan YME • Berkebhinekaan Global • Bernalar Kritis • Kreatif • Bergotong royong • Mandiri

Urutan Kegiatan Pembelajaran

Pertemuan Pertama

□	Kegiatan Pendahuluan
---	-----------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius • Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin • Siswa mencermati informasi tentang manfaat mempelajari Bisnis dan Pemasaran dalam lingkup pemasaran • Siswa diberikan beberapa video tentang studi kasus sebagai materi prasyarat mempelajari Pelayanan pelanggan. • Siswa mencermati informasi tentang tujuan pembelajaran yang akan dicapai yaitu menentukan pola dari suatu pelayanan. • Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen individu • Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang Bisnis ○ Membentuk kelompok diskusi @ 3 - 4 orang ○ Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-1 ○ Menyiapkan laporan hasil diskusi ○ Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi ○ Menyimpulkan pengertian bisnis dan hubungannya dengan pelayanan ○ Mengerjakan latihan soal ○ Mengerjakan kuis 	15 menit	
□ Kegiatan inti			
	<p><u>Fase 1:</u> Orientasi siswa pada masalah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa memperhatikan beberapa contoh masalah tentang pelayanan prima yang disajikan guru menggunakan bantuan <i>power point</i> • siswa mengamati dan memahami masalah secara individu dan mengajukan hal-hal yang belum dipahami terkait masalah yang disajikan. 	60 menit

	<p><u>Fase 2:</u> Mengorganisasikan siswa belajar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa dikelompokkan dengan anggota 3 – 4 siswa dengan mempertimbangkan sisi kemampuan, gender, budaya, maupun agama sesuai pembagian kelompok yang telah direncanakan oleh guru. • Siswa menerima Lembar Kegiatan Siswa (LKS) yang dibagikan oleh guru 	
		<p>Siswa diminta berdiskusi dalam kelompok untuk menyelesaikan masalah 1 dalam pelayanan prima Siswa yang mengalami kesulitan dalam memahami materi diberi kesempatan bertanya pada guru. Siswa diberi bantuan berkaitan dengan kesulitan yang dialami siswa secara individu, kelompok, atau klasikal.</p> <p>Siswa diminta bekerja sama untuk menganalisis lingkup pemasaran dari masalah 1 dan strategi pemecahan masalah.</p>	
	<p><u>Fase 3:</u> Membimbing penyebatangkan individu dan kelompok</p>	<ul style="list-style-type: none"> • siswa diminta mengamati hubungan/pola/aturan tertentu pada setiap masalah yang diajukan, jika perlu diberikan stimulasi pertanyaan, contoh pertanyaan : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pada setiap masalah pengamatan siswa yang terjadi di lingkup bisnis? • Siswa diminta mendiskusikan cara yang digunakan untuk menemukan semua kemungkinan dari masalah yang ada dalam lembar kegiatan siswa. 	

	<p><u>Fase 4:</u> Mengembangkan dan menyajikan hasil karya</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ Siswa diminta menyiapkan laporan hasil diskusi kelompok (Guru berkeliling mencermati siswa bekerja menyusun laporan hasil diskusi, dan memberi bantuan, bila diperlukan) □ Siswa diminta menentukan perwakilan kelompok secara musyawarah untuk menyajikan (mempresentasikan) laporan di depan kelas. 	
	<p><u>Fase 5:</u> Menganalisa dan mengevaluasi proses pemecahan masalah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa yang lain didorong untuk responsif dengan memberikan tanggapan secara kritis • Siswa dilibatkan untuk mengevaluasi laporan kelompok penyaji serta masukan dari siswa yang lain dan membuat kesepakatan, bila jawaban yang disampaikan siswa sudah benar • Siswa dari kelompok lain yang mempunyai jawaban berbeda dari kelompok penyaji diberi kesempatan untuk mengkomunikasikan hasil diskusi kelompoknya secara runtut, dan sopan. Apabila ada lebih dari satu kelompok, maka siswa diminta bermusyawarah untuk menentukan urutan penyajian • Siswa diminta membuat kesimpulan tentang pengertian Pelayanan prima • Siswa diminta mengerjakan latihan soal 	

□ Kegiatan Penutup		
	<ul style="list-style-type: none"> • Guru bersama siswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung • Guru memberikan kesimpulan terkait bisnis dan hubungannya dengan pelayanan prima. • Siswa mendengarkan arahan guru untuk tetap semangat dalam belajar serta membaca materi pada pertemuan berikutnya, yaitu berkomunikasi dengan baik 	15 menit

Pertemuan Kedua

□ Kegiatan Pendahuluan		
	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius • Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin • Siswa mencermati informasi tentang tentang personal hygiene, lingkungan dan perusahaan • Siswa diberikan beberapa soal sederhana tentang studi kasus sebagai materi prasyarat mempelajari factor yang mempengaruhi personal hygiene. • Siswa mencermati informasi tentang tujuan pembelajaran yang akan dicapai yaitu menentukan jenis-jenis personal hygiene. • Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen kelompok • Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang jenis-jenis pemasaran ○ Membentuk kelompok diskusi @ 3 - 4 orang ○ Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-2 ○ Menyiapkan laporan hasil diskusi ○ Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi ○ Menyimpulkan jenis-jenis pemasaran ○ Mengerjakan latihan soal 	10 menit
□ Kegiatan inti		

	<u>Fase 1:</u> Stimulation (Memberi Stimulus)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa diminta untuk mengamati <i>powerpoint</i> yang menampilkan contoh masalah kehidupan sehari-hari yang terkait dengan tentang memelihara personal hygiene, lingkungan dan perusahaan 	65 menit
		<ul style="list-style-type: none"> Guru memberikan pertanyaan pembuka “Apakah masalah tersebut dapat diselesaikan dengan seberapa pentingkah personal hygiene dalam bisnis ?” Siswa diminta mengamati permasalahan serupa yang ada di LKS-2 	
	<u>Fase 2:</u> Problem Statement 1 ^{^^} (mengidentifikasi masalah)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa dibagi ke dalam kelompok dimana setiap kelompok terdiri atas 3 - 4 siswa Siswa mengidentifikasi masalah 1 dan masalah 2 yang ada pada LKS-2 	
	<u>Fase 3:</u> Data Collecting (mengumpulkan data)	<ul style="list-style-type: none"> Berdiskusikan dengan rekan sekelompok untuk mengumpulkan informasi yang terkait dengan masalah 1 dan masalah 2 contohnya mencari selisih antara jenis-jenis bisnis pemasaran 	
	<u>Fase 4:</u> Data Processing (mengolah data)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa mengolah informasi yang didapat pada tahap sebelumnya yaitu lingkup pemasaran yang sama dari kedua masalah tersebut 	
	<u>Fase 5:</u> Verification (memverifikasi)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa secara bergantian memberikan contoh berkomunikasi dengan baik dalam bisnis Siswa lain dengan aktif dan kritis menanggapi presentasi tersebut 	

	Fase 6 : Generalization (menyimpulkan)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa mengerjakan kuis preview materi secara individu 	
□ Kegiatan Penutup			
	<ul style="list-style-type: none"> Guru bersama siswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung Siswa mendengarkan arahan guru untuk materi pada pertemuan berikutnya, penampilan diri atau grooming 		15 menit

Pertemuan Ketiga

□ Kegiatan Pendahuluan			
	<ul style="list-style-type: none"> Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin Siswa mencermati informasi penampilan diri Siswa diingatkan tentang contoh standard grooming Siswa mencermati informasi tentang tujuan pembelajaran yang akan dicapai Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen kelompok dan asesmen individu Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang lingkup pemasaran Membentuk kelompok diskusi @ 3 - 4 orang Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-3 Menyiapkan laporan hasil diskusi Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi Menyimpulkan pengertian lingkup pemasaran Mengerjakan latihan soal 		10 menit
□ Kegiatan inti			

	<u>Fase 1:</u> Stimulation (Memberi Stimulus)	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa mengamati video pembelajaran mengenai grooming • Siswa mengamati masalah 1 yang terdapat pada LKS-3 	65 menit
	<u>Fase 2:</u> Problem Statement (mengidentifikasi masalah)	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa dibagi ke dalam kelompok dimana setiap kelompok terdiri atas 3 - 4 siswa • Siswa mengidentifikasi bagaimana cara yang paling efisien untuk menyelesaikan masalah 1 yang ada pada LKS-3 	
	<u>Fase 3:</u> Data Collecting (mengumpulkan data)	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa mengumpulkan data dengan cara menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada pada LKS-3 	
	<u>Fase 4:</u> Data Processing (mengolah data)	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa mengolah informasi yang didapat pada tahap sebelumnya 	
	<u>Fase 5:</u> Verification (memverifikasi)	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa membandingkan hasil diskusi antar kelompok untuk memverifikasi penyelesaian masalah. • Perwakilan siswa mempresentasikan hasil diskusi, siswa lain dengan aktif dan kritis menanggapi presentasi tersebut 	
	<u>Fase 6 :</u> Generalization (menyimpulkan)	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa menyimpulkan pengertian lingkup pemasaran dalam bisnis • Siswa mengerjakan masalah 2 dan 3 • Siswa mengerjakan latihan soal 	
□	Kegiatan Penutup		

	<ul style="list-style-type: none"> • Guru bersama siswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung • Siswa mendengarkan arahan guru untuk materi pada pertemuan berikutnya, yaitu memelihara penampilan pribadi 	15 menit
--	--	----------

Pertemuan Keempat

□	Kegiatan Pendahuluan	
	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius • Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin • Siswa mencermati informasi manfaat mempelajari tata cara berbusana yang baik • Siswa diingatkan tentang bisnis dan pemasaran, misalkan dengan pertanyaan Kalian masih ingat pelayanan prima? Bagaimana standard grooming? Bagaimana cara menjaga hygiene personal, lingkungan dan perusahaan? • Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen asesmen kelompok • Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang contoh komunikasi bisnis dalam perusahaan ○ Membentuk kelompok diskusi @ 3-4 orang ○ Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-4 ○ Menyiapkan laporan hasil diskusi ○ Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi 	10 menit
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Menyimpulkan contoh-contoh penampilan sesuai perusahaan ○ Mengerjakan latihan soal ○ Mengerjakan kuis 	
□	Kegiatan inti	

	<p><u>Fase 1:</u> Orientasi siswa pada masalah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa memperhatikan contoh berbusana yang baik • siswa mengamati dan memahami masalah secara individu dan mengajukan hal-hal yang belum dipahami terkait masalah yang disajikan. 	<p>65 menit</p>
	<p><u>Fase 2:</u> Mengorganisasikan siswa belajar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa dikelompokkan dengan anggota 3 – 4 siswa dengan mempertimbangkan sisi kemampuan, gender, budaya, maupun agama sesuai pembagian kelompok yang telah direncanakan oleh guru. • Siswa menerima Lembar Kegiatan Siswa-4 (LKS) yang dibagikan oleh guru • Siswa diminta berdiskusi dalam kelompok untuk melakukan aktivitas-1 dan aktivitas-2 • Siswa yang mengalami kesulitan dalam memahami materi diberi kesempatan bertanya pada guru. • Siswa diberi bantuan berkaitan dengan kesulitan yang dialami siswa secara individu, kelompok, atau klasikal. 	
	<p><u>Fase 3:</u> Membimbing penyelidikan individu dan kelompok</p>	<ul style="list-style-type: none"> • siswa diminta mengamati hubungan/pola/aturan tertentu pada setiap aktivitas-1, • Setelah selesai melakukan aktivitas-1. Siswa diminta melakukan aktivitas-2 • Siswa diminta menjelaskan tata cara bersolek yang proporsional • Siswa diminta menjelaskan tata cara berbicara, mendengarkan, duduk, dan 	

		berjalan	
	<u>Fase 4:</u> Mengembangkan dan menyajikan hasil karya	<input type="checkbox"/> Siswa diminta menyiapkan laporan hasil diskusi kelompok (Guru berkeliling mencermati siswa bekerja menyusun laporan hasil diskusi, dan memberi bantuan, bila diperlukan) <input type="checkbox"/> Siswa diminta menentukan perwakilan kelompok secara musyawarah untuk menyajikan (mempresentasikan) laporan di depan kelas.	
	<u>Fase 5:</u> Menganalisa dan mengevaluasi proses pemecahan masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa yang lain didorong untuk responsif dengan memberikan tanggapan secara kritis • Siswa dilibatkan untuk mengevaluasi laporan kelompok penyaji serta masukan dari siswa yang lain dan membuat kesepakatan, bila jawaban yang disampaikan siswa sudah benar • Siswa dari kelompok lain yang mempunyai jawaban berbeda dari kelompok penyaji diberi kesempatan untuk mengkomunikasikan hasil diskusi kelompoknya secara runtut, dan sopan. Apabila ada lebih dari satu kelompok, maka siswa diminta bermusyawarah untuk menentukan urutan 	

		penyajian <ul style="list-style-type: none"> • Siswa diminta membuat kesimpulan tentang contoh-contoh memelihara penampilan pribadi • Siswa diminta mengerjakan latihan soal 	
<input type="checkbox"/>	Kegiatan Penutup		
	<ul style="list-style-type: none"> • Guru bersama siswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung • Siswa mengerjakan ulanag harian 		15 menit

REFLEKSI SISWA

<input type="checkbox"/> Apakah pembelajaran yang saya lakukan sudah sesuai dengan apa yang saya rencanakan?
<input type="checkbox"/> Bagian rencana pembelajaran manakah yang sulit dilakukan?
<input type="checkbox"/> Apa yang dapat saya lakukan untuk mengatasi hal tersebut?
<input type="checkbox"/> Berapa persen siswa yang berhasil mencapai tujuan pembelajaran?
<input type="checkbox"/> Apa kesulitan yang dialami oleh siswa yang belum mencapai tujuan pembelajaran?
<input type="checkbox"/> Apa yang akan saya lakukan untuk membantu mereka?

Apakah kalian memahami konsep materi yang dipelajari hari ini?

Pada bagian mana yang belum kalian pahami?

Apakah LKS membantu kalian memahami materi hari ini?

PELAYANAN PRIMA

Pelayanan prima merupakan salah satu kunci penting dalam menjalankan sebuah bisnis, Salah satu tujuan dari memberikan pelayanan yang prima adalah memberikan kepuasan terhadap pelanggan yang datang. Apabila pelanggan yang datang puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan, maka mereka akan berpotensi datang kembali. Hal ini bisa membuat mereka menjadi pelanggan tetap atau loyal terhadap perusahaan Untuk memberikan pelayanan yang terbaik tidaklah mudah, terutama dengan variasi konsumen yang ada saat ini. Akan tetapi, setiap bisnis dapat menghadirkan pelayanan prima ke dalam bisnis selama mengetahui konsep dan apa yang harus dilakukan, yaitu menjaga hygiene personal, memelihara penampilan (grooming) dan menjaga etika dan tata krama.

A PENGERTIAN PELAYANAN PRIMA

Pelayanan prima atau juga dikenal dengan excellent service adalah upaya sebuah instansi, organisasi atau usaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan. Tujuan dari pelayanan ini hanyalah satu, yaitu membuat pelanggan menjadi puas sehingga dapat meningkatkan aspek lainnya seperti penjualan, profit dll. Manfaat dari pelayanan prima salah satunya untuk upaya meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan ataupun pemerintah kepada para pelanggan atau masyarakat, serta dapat menjadi acuan untuk pengembangan penyusunan standar pelayanan. Standar pelayanan dapat diartikan sebagai tolak ukur atau patokan yang digunakan untuk melakukan pelayanan dan juga sebagai acuan untuk menilai kualitas suatu pelayanan. Pelayanan disebut prima jika pelanggan sudah merasa puas dan sesuai dengan harapan pelanggan.

1 Tujuan Pelayanan Prima

Adapun beberapa tujuan pelayanan prima diantaranya sebagai berikut ini:

- 1) Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggannya.
- 2) Membantu pelanggan untuk mengambil keputusan, supaya membeli barang atau jasa yang ditawarkan.
- 3) Menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap barang ataupun jasa yang di tawarkan penjual.
- 4) Menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan kepada para pelanggan.
- 5) Untuk menghindari terjadinya berbagai macam tuntutan atau aduan dari pelanggan kepada penjual terhadap produk yang dijualnya.
- 6) Untuk menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas konsumen.

2 Fungsi Pelayanan Prima

Untuk memberikan pelayanan yang terbaik tidaklah mudah, terutama dengan variasi konsumen yang ada saat ini. Akan tetapi, setiap bisnis dapat menghadirkan pelayanan prima ke dalam bisnis selama mengetahui konsep dan apa yang harus dilakukan, Adapun beberapa fungsi pelayanan prima diantaranya sebagai berikut ini:

- 1) Untuk melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat, sehingga pelanggan merasa puas.
- 2) Untuk menciptakan suasana dimana konsumen merasa diperhatikan dan dianggap sangat penting bagi perusahaan.
- 3) Untuk menciptakan pangsa pasar yang lebih baik lagi terhadap produk ataupun jasa yang di jual.
- 4) Untuk memuaskan pelanggan, supaya tetap menggunakan produk maupun jasa perusahaan.
- 5) Untuk menempatkan para pelanggan sebagai mitra bisnis.
- 6) Untuk dapat memenangkan persaingan pasar.

7) Dan untuk memberikan keuntungan yang maksimal.



Gambar 3.3 Pelayanan Prima
Doc Pribadi

4 Konsep Pelayanan Prima (Service Excellence)

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan A6 yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep Sikap (Attitude), Perhatian (Attention), Tindakan (Action), Kemampuan (Ability), Penampilan (Appearance), dan Tanggung jawab (Accountability). Berikut penjelasannya

a) Sikap (Attitude)

Sikap (Attitude) adalah perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.

b) Perhatian (Attention)

Perhatian (Attention) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

c) Tindakan (Action)

Tindakan (Action) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan parapelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

d) Kemampuan (Ability)

Kemampuan (Ability) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan mengembangkan public relation sebagai instrument dalam membina hubungan kedalam dan keluar organisasi atau perusahaan.

e) Penampilan (Appearance)

Penampilan (Appearance) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

f) Tanggung Jawab (Accountability)

Tanggung Jawab (Accountability) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan

Aktivitas 3.1

1. Lakukan wawancara dengan kepala sekolah, guru, siswa, dan karyawan, ?
2. Kalian bisa juga browsing di internet atau perpustakaan, atau buku sumber lain yang relevan
3. Cari tahu Bagaimana penerapan pelayanan prima di sekolah
4. Catat pelajaran penting yang kalian temukan
5. Laporkan hasil wawancara kepada guru kalian!

B MEMELIHARA PERSONAL HYGIENE, LINGKUNGAN, DAN PERUSAHAAN

Istilah personal hygiene berasal dari bahasa Yunani, personal artinya perorangan dan hygiene berarti sehat. Personal hygiene adalah suatu aktivitas untuk menjaga serta merawat tubuh agar tubuh selalu sehat dan bersih serta mampu meningkatkan derajat kesehatan pada tubuh sehingga masalah kesehatan serta dampak negatif dari fisik maupun sosial dapat teratasi dengan baik. Personal hygiene merupakan perawatan diri sendiri yang dilakukan untuk mempertahankan kesehatan, baik secara fisik maupun psikologis.

Tujuan personal hygiene adalah untuk mempertahankan kebersihan dan dapat melatih hidup sehat/bersih dengan memperbaiki gambaran atau persepsi terhadap kesehatan dan kebersihan serta menciptakan penampilan yang sesuai dengan kebutuhan Kesehatan.

1 Faktor yang Mempengaruhi Personal Hygiene

Personal hygiene dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain; budaya, nilai sosial pada individu atau keluarga, pengetahuan terhadap perawatan diri, serta persepsi terhadap perawatan diri. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan personal hygiene, yaitu sebagai berikut:

- a. Faktor predisposisi. Termasuk di dalamnya adalah pengetahuan, sikap, kepercayaan, tradisi, nilai budaya atau norma yang diyakini seseorang.
- b. Faktor pendukung. Yaitu faktor lingkungan yang memfasilitasi perilaku seseorang. Faktor pendukung di sini adalah ketersediaan sumber-sumber atau fasilitas. Misalnya puskesmas, obat-obatan, jamban, air bersih dan sebagainya.
- c. Faktor pendorong atau penguat. Faktor yang menentukan apakah tindakan kesehatan memperoleh dukungan atau tidak. Faktor ini terwujud dalam sikap dan perilaku. Perilaku orang lain yang berpengaruh (tokoh masyarakat, tokoh agama, guru, petugas kesehatan, keluarga, pemegang kekuasaan) yang dapat menjadi pendorong seseorang untuk berperilaku.



Gambar 3.4 personal hygiene

3 Jenis-jenis Personal Hygiene

Jenis-jenis personal hygiene antara lain adalah sebagai berikut:

a. Kebersihan kuku, kaki dan tangan

Kaki dan kuku seringkali memerlukan perhatian khusus untuk mencegah infeksi, bau, dan cedera pada jaringan. Tetapi seringkali orang tidak sadar akan masalah kaki dan kuku sampai terjadi nyeri atau ketidaknyamanan. Menjaga kebersihan kuku penting dalam mempertahankan personal hygiene karena berbagai kuman dapat masuk kedalam tubuh melalui kuku. Oleh sebab itu, kuku seharusnya tetap dalam keadaan sehat dan bersih. Perawatan dapat digabungkan selama mandi atau pada waktu yang terpisah. Memelihara kuku sehingga terlalu panjang sangat tidak dianjurkan, karena dapat mengganggu sewaktu Anda bekerja, seperti ketika mengetik. Panjang kuku yang sesuai adalah 2-4 mm dari ujung jari. Kuku yang tidak terawat dengan baik memberikan kesan bahwa orang tersebut adalah pribadi yang jorok dan tidak peduli dengan terhadap kesehatan kuku. Selain itu Kebersihan dan keindahan tangan dan kaki perlu diperhatikan. Kulit tangandan kaki yang kering memberikan kesan lebih tua dan tidak segar.

b. Kebersihan rambut Gaya

rambut merupakan bagian penting dalam grooming yang baik. Jika rambut sudah panjang harus diikat di belakang Dalam menjaga kebersihan rambut dapat dilakukan dengan keramas. Keramas minimal dilakukan dua kali dalam seminggu. Keramas harus lebih sering dilakukan jika seseorang melakukan aktivitas yang mengeluarkan banyak keringat, seperti selesai berolahraga dan bekerja. Keramas dengan menggunakan sampo atau bahan pembersih rambut lainnya, dapat menjaga kebersihan rambut dan kulit kepala. Sampo tidak hanya berfungsi membersihkan rambut tetapi juga untuk memberikan beberapa vitamin bagi rambut sehingga rambut subur dan berkilau

c. Kebersihan gigi dan mulut

Hygiene mulut membantu mempertahankan status kesehatan mulut, gigi, gusi, dan bibir. Menggosok membersihkan gigi dari partikel-partikel makanan, plak, dan bakteri, memasase gusi, dan mengurangi ketidaknyamanan yang dihasilkan dari bau dan rasa yang tidak nyaman. Beberapa penyakit yang muncul akibat perawatan gigi dan mulut yang buruk adalah karies, radang gusi, dan sariawan. Hygiene mulut yang baik memberikan rasa sehat dan selanjutnya menstimulasi nafsu makan Maka penting untuk menggosok gigi sekurang-kurangnya dua kali sehari dan sangatlah dianjurkan untuk berkumur-kumur atau menggosok gigi setiap kali selepas makan

d. Kebersihan mata

Mata merupakan organ yang sangat penting bagi kehidupan manusia karena sebagian besar aktivitas manusia selalu menggunakan mata. Secara normal tidak ada perawatan khusus yang diperlukan untuk mata karena secara terus-menerus dibersihkan oleh air mata, kelopak mata dan bulu mata yang mencegah masuknya partikel asing kedalam mata. Dalam menjaga kesehatan dan kebersihan mata dapat dilakukan dengan cara mengusap kotoran pada mata dari sudut mata bagian dalam ke sudut mata bagian luar mata menggunakan kain yang lembut dan bersih serta selalu melindungi mata dari kemasukan debu dan kotoran

e. Kebersihan telinga

Telinga berfungsi sebagai pendengaran. Sangat penting bagi seseorang untuk selalu menjaga kebersihan telinga, karena apabila telinga terdapat serumen ataupun kotoran yang menumpuk dan tidak dibersihkan, maka akan mengganggu fungsi pendengaran. Dalam menjaga kebersihan telinga dapat dilakukan secara rutin sekitar 1-2x dalam seminggu. Pada saat membersihkan harus dilakukan dengan hati-hati menggunakan

alat yang bersih dan aman. Tidak diperbolehkan menggunakan alat yang tajam seperti peniti untuk membersihkan serumen yang ada pada telinga.

f. Kebersihan hidung

Dalam menjaga kebersihan hidung dapat dilakukan dengan menggunakan kapas, sapu tangan atau tisu yang bersih dengan cara mengangkat sekresi hidung secara lembut.

g. Kebersihan kulit

Kulit merupakan salah satu bagian penting dari tubuh yang dapat melindungi tubuh dari kuman dan trauma, sehingga diperlukan perawatan yang adekuat (cukup) dalam mempertahankan fungsinya. Dalam menjaga perawatan kulit dapat dilakukan dengan melakukan mandi, karena dengan mandi setiap hari dapat menghilangkan kotoran, bau badan, keringat dan membuat rasa nyaman. Mandi sebaiknya dilakukan secara rutin minimal 2 kali sehari dan selalu menggunakan sabun. Mengganti pakaian secara teratur merupakan salah satu cara menjaga kebersihan kulit. Dalam mengganti pakaian, minimal dilakukan 1x dalam sehari. Seseorang perlu mengganti pakaian lebih sering apabila dalam beraktivitas banyak berkeringat.

h. Perawatan wajah/muka

Untuk perawatan wajah, Anda dapat menggunakan peralatan kosmetik/tata rias. Tujuan menggunakan tata rias/make-up, antara lain: a. agar wajah tampak lebih cantik dan menarik b. untuk menambah rasa percaya diri c. untuk menutupi kekurangan yang ada pada wajah,



Gambar 3.5 Standar Grooming
Sumber doc pribadi



Aktivitas Kelompok 3.2

- 1 Petunjuk**
 - 1) Buat lah kelompok pembelajaran kolaboratif
 - 2) Kelas dibagi menjadi 4 kelompok, masing-masing kelompok terdiri dari 5 / 6 siswa
- 2 Intruksi Kerja:**
 - a. Diskusikan tentang pentingnya Personal Hygiene dalam pelayanan prima
 - b. Gunakan internet, perpustakaan, atau buku sumber lain yang relevan
 - c. Tugas disajikan dalam bentuk presentasi dan laporan Tertulis
 - d. Tanggapan dari teman jadikan masukan untuk memperbaiki laporan tugas kalian.

C PENGERTIAN PENAMPILAN DIRI (GROOMING)

Penampilan diri (grooming) merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Setiap orang tentu saja ingin selalu tampil serasi dan menarik agar disukai oleh orang lain. Penampilan menarik mencerminkan kepribadian seseorang. Orang yang berpenampilan menarik akan dinilai sebagai orang yang berkepribadian baik. Sebaliknya, orang yang kurang memperhatikan penampilannya dinilai sebagai orang yang berkepribadian kurang menarik. Penampilan yang menarik akan memberikan kesan yang positif bagi orang lain. Oleh karena itu, penampilan diri perlu diperhatikan agar sedapat mungkin selaras dengan nilai-nilai keindahan dan tata krama yang berlaku dalam kehidupan masyarakat. Untuk itu terlebih dahulu Kalian harus mengetahui arti kata grooming

Secara etimologi, kata grooming berasal dari bahasa Inggris, yang berarti perawatan atau pemeliharaan. Sedangkan pengertian penampilan (appearance) adalah citra diri yang berpancar dari diri seseorang yang dapat dilihat dari penampilan secara keseluruhan.

Dari mulai menggunakan seragam kerja yang resmi, berpenampilan rapi, sopan, luwes, serasi dan menarik (personal appearance), sesuai dengan etika dan tata krama pergaulan. Oleh karena itu grooming mempunyai hubungan yang sangat erat dengan penampilan sehari-hari. Apabila anda ingin menjadi seseorang yang baik dalam Performance image maka anda juga harus mempunyai penampilan diri dan kepribadian yang baik juga atau dalam istilah bahasa Inggrisnya "well groomed". Penampilan diri yang baik dapat mencerminkan kepribadian seseorang yang dapat dilihat dari ucapan dan perbuatannya. Pegawai atau Tenaga pemasaran /pembisnis harus berpenampilan baik, rapi dan bersih, karena penampilan merupakan keadaan

lahiriah yang tampak oleh orang lain. Orang lain dapat menilai sifat, kebiasaan, status sosial, selera dan gaya hidup seseorang dari penampilanya



Gambar 3.7 Standard grooming Perusahaan
Sumber [pinterest.com](https://www.pinterest.com)

1 Standard grooming Perusahaan

Berpenampilan menarik merupakan salah satu kunci sukses dalam bekerja, terutama pekerjaan yang banyak berinteraksi dengan para pelanggan. Berikut contoh Standard grooming Perusahaan

1) Rambut

Untuk Laki-laki rambutnya diwajibkan untuk tidak boleh melebihi batas tengkuk kepala dan dianjurkan untuk memakai minyak rambut atau gel agar rambut kelihatan lebih segar. Untuk perempuan, rambut yang melebihi bahu harus digelung/dicepol.

2) Karyawan laki-laki tidak boleh memiliki kumis, jenggot dan jambang. Wajah karyawan laki-laki haruslah bersih dari bulu-bulu yang tebal, misalnya kumis, jenggot dan jambang. Karena, bisa membuat kesan tua. Selain itu, untuk menghindari terjadinya penularan micro bacteria dan menjaga hyginitas diri.

3) Sebelum memulai bekerja karyawan/karyawati diwajibkan untuk membersihkan muka. Debu dan polusi di jalan membuat muka menjadi kusam dan terlihat tidak fresh, Anda diwajibkan untuk membersihkan muka terlebih dahulu sebelum memulai pekerjaan. Khusus karyawati diwajibkan untuk berdandan /menggunakan make up secara natural.

4) Karyawan laki-laki tidak boleh bertindik dan bertato di area tubuh yang nampak

5) Panjang anting untuk karyawati tidak boleh melebihi daun telinga. Hal ini untuk menampilkan kesan simple tapi elegant bagi karyawati.

6) Bibir

Biasanya, Perusahaan akan mewajibkan karyawati untuk menggunakan lipstick dengan warna yang tidak terlalu mencolok (natural) tapi memberikan kesan fresh.

7) Accesoris

Batas maksimal penggunaan aksesoris bagi karyawan adalah 2 aksesoris, sementara batas maksimal penggunaan aksesoris bagi karyawan adalah 3 aksesoris. Penggunaan aksesoris ini juga diatur di dalam standard grooming dan ketentuannya bisa berbeda-beda. Untuk laki-laki hanya diperbolehkan memakai jam tangan dan satu buah cincin pernikahan. Untuk karyawan hanya diperbolehkan memakai jam tangan, anting dan satu buah cincin pernikahan (bagi karyawan yang sudah menikah).

8) Sepatu

Sepatu yang wajib dipakai oleh karyawan adalah sepatu pantofel berwarna hitam. Berheels maksimal 5 cm saja.

9) Kuku

Kuku untuk karyawan maupun karyawan panjangnya tidak boleh melebihi buku kuku/ujung jari dan harus bersih dari kotoran yang biasa menempel pada kuku.

10) Ikat Pinggang

Karyawan wajib memakai ikat pinggang berwarna hitam. Sedangkan untuk karyawan menyesuaikan celana yang dipakainya.



Aktivitas 3.3

Coba Kalian cari jawaban atas permasalahan-permasalahan berikut ini!

1. Apakah pengertian pelayanan prima !
2. Sebutkan beberapa tujuan pelayanan prima !
3. Apakah fungsi pelayanan prima ?
4. Uraikan beberapa fungsi pelayanan prima !
5. Berikan contoh konsep pelayanan prima berdasarkan A6 !
6. Apakah istilah personal hygiene ?
7. Apa faktor yang mempengaruhi Personal Hygiene ?
8. Sebutkan jenis-jenis personal hygiene !
9. Apakah pengertian personal appearance ?
10. Apakah grooming mempunyai hubungan yang sangat erat dengan penampilan sehari-hari ?

D MEMELIHARA PRESENTASI ATAU PENAMPILAN PRIBADI

Untuk bisa mencapai penampilan diri yang menarik seseorang harus mampu menganalisis dirinya sendiri dan mengenakan pakaian yang tepat pada waktu yang tepat. Selain itu, perlu diperhatikan pula raut wajah, warna dan corak busana, dandan, gaya berjalan, serta cara makan dan minum yang merupakan unsur penting dalam penampilan yang serasi .

1 Tata Cara Berbusana yang Baik

Busana kerja yang baik harus mampu mencerminkan kepribadian dan profesi.

Untuk perusahaan-perusahaan tertentu biasanya sudah disediakan seragam kerja, akan tetapi jika tidak disediakan oleh perusahaan maka pakailah busana kerja yang sifatnya basic dengan warna putih, hitam atau coklat. Boleh juga mengenakan warna cerah dan bahan bercorak kecil. Biasanya wanita mengenakan blus lengan panjang ataupun pendek, rok pendek sebatas lutut dan rok panjang dibawah betis, serta bisa juga mengenakan celana panjang. Sementara itu bagi pria jika harus mengenakan dasi, maka pakailah dasi dengan corak dan warna yang lembut serta serasi dengan kemeja dan celana panjang. Busana kerja sebaiknya menggunakan material shantung, viscose, sifon, dan katun. Sedangkan untuk jas atau blazer bisa menggunakan bahan linen, tweed, atau polyester. Hindari bahan beludru, brokat, dan bahan-bahan yang mengkilap karena akan terlihat berlebihan jika dikenakan untuk busana kerja. Berbusana serasi dan menarik harus meliputi pilihan yang tepat sesuai dengan kepribadian pembawaan.

1) **Pakaian Lengkap**

Pakaian lengkap terdiri dari pentalon, jas, dan dasi. Pada pagi hari ada baiknya tidak mengenakan warna hitam, tetapi warna terang (light colour) kecuali bila pada undangan tertulis dress code.

2) **Dress Code**

Dress Code adalah instruksi mengenai pakaian yang harus dikenakan. Biasanya dicantumkan dalam suatu undangan. Entah Undangan meeting, Undangan Pertemuan, atau undangan-undangan resmi lainnya. Hal ini dimaksudkan agar para undangan bisa menyesuaikan busana yang dikenakannya, dengan suasana dari acara tersebut, dan juga agar didapat nuansa yang diinginkan oleh sang penyelenggara Acara.

2 Tata Cara Bersolek dan Berhias yang Proposional

Berikut beberapa hal yang selalu harus di perhatikan dalam bersolek:

1) **Perawatan Rambut** Rambut harus selalu dalam keadaan bersih dan tertata rapi dengan model yang sederhana.

2) **Make Up** Penggunaan make up sangat penting untuk mempercantik wajah. Dalam hal ini merias wajah harus dilakukan sewajarnya saja, sesuai dengan kondisi dan ciri diri. Jangan menggunakan make up secara berlebihan. Selain itu kulit juga diberi pelembap agar terawat dengan baik.

3) **Perhiasan dan Parfum** Gunakanlah perhiasan dan aksesoris tidak berlebihan serta disesuaikan dengan busana yang dikenakan. Demikian pula dalam memilih parfum, pilihlah parfum yang aromanya tidak terlalu kuat atau menyengat. Dalam kehidupan kantor, parfum memang memiliki peranan yang lebih dominan dibanding perhiasan atau aksesoris.

4) **Sepatu** Sepatu walaupun sepele akan tetapi bisa mengurangi nilai penampilan anda. Bagi kaum wanita menggunakan sepatu bertumit tinggi lebih enak dipandang dan membuat tubuh anda lebih tegap pada saat berjalan.

3 Tata Cara Berbicara

Pelayanan yang baik tidak hanya bisa ditunjukkan melalui sikap namun juga bisa dari penampilan. Penampilan bisa dinilai dari dua hal yaitu penampilan luar serta penampilan non-fisik seperti gaya berbicara. Dalam melakukan pembicaraan baik melalui telepon atau secara langsung, seseorang harus memperhatikan ekspresi suara. Ekspresi, suara yang merdu, tidak ringan, tidak menonton, tempo yang teratur, mampu mengatur volume suara, serta jelas dalam mengucapkan kata per kata banyak disukai orang.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan pada waktu berbicara, antara lain sebagai berikut.

- 1) Tidak bersifat ceroboh.
- 2) Tidak menyinggung perasaan orang lain.
- 3) Tidak memperbincangkan masalah pribadi.
- 4) Tidak gemar memuji diri sendiri.
- 5) Menghindari gossip.
- 6) Tidak memotong pembicaraan.
- 7) Tidak memperbesar masalah yang sepele.

4 Tata Cara Mendengarkan

Mendengarkan orang lain yang sedang berbicara merupakan salah satu bentuk penghargaan kepada orang tersebut. Jika Anda ingin dihargai orang lain, maka hargailah orang lain tersebut. Usahakan pembicaraan orang lain didengarkan dengan cermat (pusatkan pikiran) kemudian disaring, dipilih, dan ditarik kesimpulan. Jadilah pendengar yang baik.

5 Tata Cara Duduk

Dalam bekerja atau memberikan pelayanan prima kepada pelanggan, seringkali dilakukan dengan duduk dalam waktu yang cukup lama. Untuk itu perlu diperhatikan beberapa hal berikut ini.

- 1) Atur badan sedemikian rupa agar tidak merasa pegal, lelah dan bosan.
- 2) Hilangkan kebiasaan menggetar-getarkan kaki.
- 3) Khusus untuk wanita, jaga agar lutut tetap berdekatan.
- 4) Jangan duduk melorot kebawah dengan kepala bersandar.
- 5) Menyilangkan kaki karena lelah duduk, dapat dilakukan, namun tetap memperhatikan kesopanan.

6. Cara Berjalan

Cara berjalan seseorang juga dapat mencerminkan pribadi orang tersebut. Berjalan dengan sikap yang baik dan penuh percaya diri, akan memberikan citra yang positif kepada orang tersebut, sehingga tampak lebih berwibawa. Beberapa hal yang harus diperhatikan saat berjalan, antara lain sebagai berikut.

- 1) Tunjukkan ekspresi tanda rasa percaya diri.
- 2) Tidak menyeret-nyeret sepatu.
- 3) Jaga keseimbangan badan, usahakan berjalan tidak dibuat-buat dan tidak menunduk, atau menengadah.
- 4) Keluar masuk ruangan, wanita mendahului pria.
- 5) Menggunakan tangga escalator, ketika naik, pria terlebih dahulu, kemudian wanita, sebaliknya ketika turun, wanita terlebih dahulu disusul pria.

 **Aktivitas Kelompok 3.4**

Kerjakan tugas - tugas berikut ini.

No.	Langkah - Langkah Kegiatan	Target Hasil
1	Diskusikanlah dengan kelompokmu tentang memelihara presentasi atau penampilan pribadi	Ada hasil kerja
2	Rumuskan hasil diskusi kelompokmu dan secara bergantian simulasikan didepan kelas!	
3	Mintalah kelompok yang lain untuk menanggapi!	Ada tanggapan dari masing - masing kelompok

E TATA KRAMA DALAM LINGKUNGAN KERJA

Dalam dunia kerja kita mengenal kode etik yang merupakan suatu aturan permainan sebagai pedoman dalam menjalankan profesi, dimana didalamnya terdapat kaidah-kaidah standar moral yang sangat tinggi pada setiap profesi yang harus ditaati bersama. Dalam dunia kerja etika sangat penting, karena etika menjadi kunci dan panduan profesionalisme kerja, Etika adalah kebiasaan baik atau peraturan yang diterima dan ditaati para karyawan dan telah mengendap menjadi bersifat normative yang mengandung sistem nilai dan prinsip moral dan merupakan pedoman bagi karyawan dalam melaksanakan tugas pekerjaannya dalam perusahaan.



Gambar 3.9 contoh etiket dalam bekerja
Sumber pixabay

1. Etiket dalam bekerja Etiket

berarti sopan santun, etiket bukan hanya digunakan dalam pergaulan saja, tetapi juga dapat dijadikan sebagai jalan untuk memuluskan hubungan dan melancarkan berbagai urusan. Dunia kerja kita kenal kode etik, aturan permainan sebagai pedoman dalam menjalankan profesi, dimana didalamnya terdapat kaidah-kaidah standar moral yang sangat tinggi pada setiap profesi yang harus ditaati bersama. Berikut contoh-contoh etiket dalam bekerja yang sebaiknya diperhatikan agar kita dapat tetap bisa bekerja sama dengan orang lain dan memiliki hubungan yang harmonis, Misal Ketika pertama kali bertemu dengan seseorang untuk pertama kali yang perlu diperhatikan adalah melakukan.

- 1) Jabat tangan
 Jabat tangan kepada orang yang pertama kali kita temui .
- 2) Perkenalan

Sembari jabat tangan lakukan perkenalan satu sama lain, kalau lebih bagus lagi berikan name tag agar kita tidak salah menyebut nama.

3) Eye Contact

Hal yang perlu diperhatikan adalah eye contact. Jangan sampai kontak mata kita tidak berbicara kepada yang lain. Karena jika diabaikan akan merasa diacuhkan.

4) Kartu Nama

Berikan kartu nama untuk keberlangsungan kerja sama di suatu saat

5) Cegah interupsi

Ketika seseorang sedang bertelepon dengan kolega, cegah interupsi untuk bertanya atau menyela obrolan

a. Tata Krama Saa

Bertemu di Kantor Orang Lain

a. Jika bertemu dengan 1 orang atau lebih teman lakukan perkenalkan teman yang selain kita.

b. Jangan duduk Jika kita dalam kondisi duduk dan berkenalan dengan orang lain maka berdiri, akan lebih sopan jika berdiri

c. Jika dalam kondisi makan siang, cegah obrolan yang sangkut paut dengan rasisme,

d. Jika kita ingin bertemu dengan seseorang, namun kondisi lawan bicara sedang telepon, jangan tunggu sampai selesai obrolan, carilah lain waktu kembali jika ingin bertanya kembali.

e. Bukakan pintu ketika orang lain/ tamu mau masuk

b. Tata Krama Ketika Bertelepon Dengan Orang Lain

Etika bertelepon adalah tata krama, sopan-santun tata pergaulan dalam bertelepon (menerima-melakukan kontak telepon) yang meliputi berbicara dengan jelas, tegas, terkesan ramah, hangat dan bersahabat
Hal-Hal Penting Etika Bertelepon

a. Minta Maaf Ketika Salah Nomor Ketika kita menelepon orang namun ternyata yang kita telepon bukan orang yang harusnya di telepon, katakanlah minta maaf karena kesalahan untuk input nomor.

b. Jangan menggunakan volume yang tinggi ketika Berbicara Ketika kita berada dalam kantor, hindarilah telepon dengan loud speaker, karena dapat mengganggu orang lain .

c. Jika tujuan nomor yang kita tuju tidak dapat dijawab ke penerima, gunakanlah voice mail, Voice Mail, gunakanlah bahasa yang jelas, tinggalkan pesan, dan nama anda serta nomor telepon.

d. Cegah telepon ketika makan Hindarilah makan ketika bertelepon dengan orang lain dikarenakan ucapan ketika makan bisa di dengar oleh lawan bicara dan membuat rasa tidak nyaman,



Gambar 3.11 Etika bertelepon
Sumber ajar.id

Langkah-Langkah Dan Teknik Menerima Telepon

- 1) Segera angkat telepon jika berdering. Saat Anda mendengar telepon Anda berdering, segera angkat telepon tersebut.
 - 2) Ucapkan salam begitu Anda menjawab telepon. Setelah pihak penelepon mengucapkan salam segera Anda balas salam tersebut.
 - 3) Tanyakan nama dan identitas penelepon serta maksud dan tujuan penelepon. Sebelum Anda mengobrol dengan dia, tanyakan dahulu siapa namanya dan apa maksud atau tujuannya menelepon.
 - 4) Apabila orang yang dituju tidak ada ditempat maka beritahukan dengan sopan dan tawarkan pada penelepon untuk meninggalkan pesan. Apabila pihak penelepon ingin berbicara dengan pimpinan Anda, sedangkan pimpinan Anda tidak ada ditempat, beritahukan kepada dia bahwa pimpinan Anda sedang tidak ada ditempat tapi tetap dengan bahasa yang sopan, dan jangan lupa tawarkan pada penelepon untuk meninggalkan pesan.
 - 5) Mengucapkan salam penutup. Setelah selesai berbicara, ucapkan salam penutup dan segera tutup telepon.
- c. Manner ketika email:(Email etiquette) Berkomunikasi melalui e-mail sejatinya sama seperti berbicara dengan lawan bicara. Diperlukan etika dan sopan santun dalam bertutur kata,Berikut ini ada beberapa etika yang perlu Anda ketahui pada saat mengirim email
- a) Mengecek spell & grammar
Ketika kita akan melakukan kirim e-mail, cek dulu tata tulisan dan tata bahasa sebelum email dikirim,
 - b) Set up private account
Pastikan akun sudah dalam kondisi private sehingga tidak dapat dilihat secara umum (Ketika Anda mengirim pesan ke banyak orang Anda harus mengetahui cara menggunakan 'CC' atau 'BCC'. Jika menggunakan 'CC', orang lain yang menerima email Anda akan dapat melihat alamat-alamat email lain yang Anda kirim. Namun, sebaiknya gunakan 'BCC' ketika mengirim email untuk klien-klien Anda di luar kantor. 'BCC' berfungsi untuk menyembunyikan alamat-alamat email yang Anda kirim. Umumnya klien dari perusahaan lain, tidak suka jika emailnya dibebaskan.
 - c) Avoid sensitive e-mail
Cegah kata-kata yang sensitive, usahakan memakai bahasa yang mudah dipahami dan sopan d. Send Personal Jangan

kiriman reply all, kirimlah ke orang yang penting/ yang dituju. Pilih penutup yang tepat. Untuk email formal, yang lebih sering digunakan adalah “Regards” atau “Best regards”, bukan “Yours sincerely” atau “Yours faithfully”.



Aktivitas 3.5

1. Simulasikan beberapa contoh memelihara presentasi atau penampilan pribadi
2. Gunakan media berupa poster atau yang lain.
3. Aktivitas direkam berupa video berdurasi pendek. Video dapat diupload di youtube kemudian linknya dikirimkan ke guru atau wali kelas.
4. Guru atau wali kelas memberikan tanggapan sebagai motivasi dan penghargaan atas hasil kerja Siswa.

d. Tata Krama dalam Jamuan Bisnis (Table Manner)

Pelanggan yang membeli produk kita tidak hanya orang-orang Indonesia saja, tetapi juga orang-orang bangsa asing. Untuk dapat melayani kebutuhan pelanggan asing itu tentu saja kita harus melaksanakan tata krama pergaulan internasional. Oleh karena itu kita harus mengetahui tata krama jamuan bisnis secara internasional.



Gambar 3.12 Perlatan Jamuan Bisnis

Sumber. Salamadian.com

Secara singkat table manner artinya adalah tata cara makan, ia melingkupi bagaimana cara duduk, cara menggunakan peralatan makan dan etika yang diterapkan ketika makan. 1) Secara umum tata krama jamuan bisnis sebagai berikut: a. Konfirmasikan janji pertemuan, , sehari sebelumnya.

b. Usahakan datang 10 menit sebelum jamuan dimulai.

c. Saat jamuan makan tiba, kita mengambil tempat untuk duduk. \

d. Matikan alat-alat komunikasi.

e. Jangan meletakkan benda-benda pribadi di atas meja .

f. Dahulukanlah penggunaan alat-alat makan seperti sendok, pisau dan garpu yang dimulai dari deretan yang paling luar disisi kiri dan kanan.

g. Jangan bersendawa terlalu keras hingga terdengar.

h. Apabila anda seorang wanita, jangan meninggalkan noda lipstick pada gelas.

2. Tata Cara Percakapan Selama Jamuan Bisnis

Secara umum tata cara percakapan selama jamuan bisnis adalah sebagai berikut:

- a. Lakukan basa-basi sejenak sebelum acara makan dimulai.
- b. Janganlah membicarakan masalah yang sensitive seperti masalah pribadi atau masalah politik yang dapat menimbulkan salah paham.
- c. Apabila mengundang lebih dari satu rekan bisnis pembicaraan jangan hanya terfokus pada satu orang.
- d. Berbicaralah secara teratur dan sopan setelah makan ditelan dan bibir sudah diusap bersih oleh serbet.
- e. Pada waktu berbicara, sebaiknya mulut dibuka secukupnya, gigi hendaknya tidak tampak terkancing karena hal ini akan membuat suara kurang terdengar.
- f. Waktu berbicara hendaknya anda mengambli jarak sesuai dengan orang yang anda ajak bicara, dalam arti tidak terlalu dekat atau tidak terlalu jauh.
- g. Aturlah irama atau kecepatan makan anda secara baik, jangan terlalu cepat atau lambat.

Belajarlah membiasakan diri berpenampilan menarik, rapi dan sesuai dengan dunia kerja. Grooming adalah hal mudah yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Kebiasaan baik tidak bisa dibentuk hanya dalam satu jam, , kebiasaan haruslah dibiasakan

RANGKUMAN

- Pelayanan prima / excellent service adalah memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan
- Standar pelayanan dapat diartikan sebagai tolak ukur atau patokan yang digunakan untuk melakukan pelayanan dan juga sebagai acuan untuk menilai kualitas suatu pelayanan
- Personal hygiene adalah suatu aktivitas untuk menjaga serta merawat tubuh agar tubuh selalu sehat dan bersih
- grooming merupakan penampilan diri yang profesional pada waktu bekerja

TEST FORMATIF

A PILIHAN GANDA

Berilah tanda silang (X) pada salah satu huruf : A, B, C, D dan E, di depan jawaban yang menurut anda paling benar !

1 Upaya sebuah instansi, organisasi atau usaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan disebut..

A. pengertian pemasaran

- B. pencarian laba
- C. pelayanan prima
- D. peningkatan mutu tenaga kerja
- E. meningkatkan laba perusahaan

2 Tolak ukur atau patokan yang digunakan untuk melakukan pelayanan dan juga sebagai acuan untuk menilai kualitas suatu pelayanan yaitu.....

- A. marketing division
- B. standar pelayanan
- C. standar pekerjaan
- D. pramuniaga
- E. nilai kerja

3 Merupakan perawatan diri sendiri yang dilakukan untuk mempertahankan kesehatan, baik secara fisik maupun psikologis disebut..

- A. personal hygiene
- B. Personal pribadi
- C. personal selling
- D. direct sell
- E. public relation

4 Citra diri yang berpancar dari diri seseorang yang dapat dilihat dari penampilan secara keseluruhan adalah...

- A pengertian penampilan(appearance)
- B. relationshop marketing
- C. personal selling
- D. direct sell
- E. public relation

5 Instruksi mengenai pakaian yang harus dikenakan. Biasanya dicantumkan dalam suatu undangan adalah...

- A. standard grooming perusahaan
- B. personal hygiene
- C. pakaian lengkap
- D. dress code
- E. uniform

6 Penampilan seseorang, dari ujung rambut sampai dengan ujung kaki dimulai dari kebersihan tubuh dan kerapian pribadi, cara berpakaian sampai dengan tutur kata dan sopan santun adalah...

- A. pengertian penampilan(appearance)
- B. standard grooming perusahaan
- C. pengertian grooming
- D. pelayanan prima
- E. personal hygiene

7 Mengucapkan salam saat memulai pembicaraan, bertanya apa saja yang di inginkan konsumen, melakukan pelayanan dengan ramah, tepat dan cepat...

- A. kualitas dari pelayanan prima
- B. konsep perhatian / attention

- C. sikap pelayanan prima
- D. konsep tindakan
- E. tanggung jawab

8 Misal Ketika pertama kali bertemu dengan seseorang untuk pertama kali yang perlu diperhatikan adalah melakukan....

- A. diam saja
- B. jabat tangan
- C. senyum senyum
- D. menganggukan kepala
- E. menanyakan alamat

9 Kamu dapat mengucapkan salam, dan bertanya, “ada yang bisa kami bantu?”.ini termasuk konsep pelayanan prima

- A. kualitas dari pelayanan prima
- B. konsep perhatian / attention
- C. sikap pelayanan prima
- D. konsep tindakan
- E. tanggung jawab

10 Mencatat pesanan konsumen, , berterima kasih kepada konsumen. ini termasuk konsep pelayanan prima

- A. appearance atau penampilan
- B. konsep perhatian / attention
- C. sikap pelayanan prima
- D. action atau tindakan
- E. tanggung jawab

ALUR TUJUAN PEMBELAJARAN

Mata Pelajaran/Program Keahlian	: Dasar-dasar Pemasaran	Pemasaran/
Fase yang diampu	: E	
Elemen/domain yang dipilih	: Berkomunikasi dengan Target Pelanggan	
Capaian Pembelajaran	: Pada akhir fase E, peserta didik mampu berkomunikasi dengan efektif dan sesuai dengan tata bahasa yang baik dan benar, menunjukkan penampilan yang menarik, berkesan, simpatik, dan penuh integritas. Menguasai psikologis massa sehingga mampu menguasai diri dan audiens sebagai calon pelanggan.	

Materi	Tujuan Pembelajaran	Modul	JP
A.1 (Etiket dan Etika Komunikasi)	Peserta didik mampu menjelaskan tentang komunikasi bisnis	1	1
A.2 (Etiket dan Etika Komunikasi)	Peserta didik mampu menjelaskan tujuan dan manfaat komunikasi bisnis	1	2
A.3 (Etiket dan Etika Komunikasi)	Peserta didik mampu menyebutkan unsur-unsur komunikasi bisnis	1	2
A.4 (Etiket dan Etika Komunikasi)	Peserta didik mampu menerapkan cara berkomunikasi dengan baik	1	3
A.5 (Etiket dan Etika Komunikasi)	Peserta didik mampu menjelaskan etika bisnis dalam berkomunikasi	1	2
A.6 (Etiket dan Etika Komunikasi)	Peserta didik mampu mendefinisikan karakteristik etika komunikasi	1	2
A.7 (Etiket dan Etika Komunikasi)	Peserta didik mampu menjelaskan prinsip etika berkomunikasi	1	2
A.8 (Etiket dan Etika Komunikasi)	Peserta didik mampu menerapkan komunikasi bisnis dengan benar	1	4
Total			18

Materi	Tujuan Pembelajaran	Modul	JP
B.1 (Berkomunikasi)	Peserta didik mampu menjelaskan tentang teknik persentasi bisnis yang baik	1	1

dengan Pelanggan)			
B.2 (Berkomunikasi dengan Pelanggan)	Peserta didik mampu menganalisis teknik presentasi bisnis ditinjau dari gesture, intonasi suara, nada suara, penekanan, jeda, kecepatan, bicara, perubahan suara dengan baik	1	3
B.3 (Berkomunikasi dengan Pelanggan)	Peserta didik mampu menerapkan <i>public speaking</i>	1	6
Total			10

Dalam Tujuan Pembelajaran harus terdiri:

- Variasi** : penggunaan keterampilan berpikir kreatif, kritis, dan tingkat tinggi
- Konten** : materi yang dipelajari
- Kompetensi** : Kata kerja yang menunjukkan keterampilan/ aksi
- P3** : beriman, bertakwa kepada Tuhan Yang Maha esa dan berakhlak mulia, mandiri, bergotong-royong, berkebinekaan global, bernalar kritis, kreatif.

MODUL AJAR Dasar-Dasar Pemasaran FASE E

Bagian I. Identitas dan Informasi mengenai Modul

Kode Modul Ajar	
Kode ATP Acuan	10.6
Nama Penyusun/Institusi/Tahun	Anjani Nur Fitria / SMKS Muhammadiyah 2 Malang / 2021
Jenjang Sekolah	SMK
Fase/Kelas	E / 10
Domain/Topik	Pengetahuan Dasar Pemasaran
Kata Kunci	Komunikasi Bisnis, Etika Komunikasi
Pengetahuan/Keterampilan Prasyarat	Proses berkomunikasi dalam bisnis
Alokasi waktu (menit)	540 menit
Jumlah Pertemuan (JP)	12 JP
Moda Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> • Tatap Muka (TM) • Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ Synchronous) • Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ Asynchronous) • <i>Blended Learning</i> (Paduan Tatap Muka dan PJJ)

Metode Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> • Discovery Learning • Problem-Based Learning
Sarana Prasarana	<ul style="list-style-type: none"> • Papan tulis • Kapur/Spidol • Komputer/Laptop • Jaringan Internet • LCD Proyektor
Target Peserta Didik	<ul style="list-style-type: none"> •X Regular/tipikal • Hambatan Belajar • Cerdas Istimewa Berbakat Istimewa
Karakteristik Peserta Didik	---
Daftar Pustaka	Purwanto, Djoko. (2011). Komunikasi bisnis. Jakarta: Erlangga.
Referensi Lain	Kemendikbud. Dasar-dasar Pemasaran / Kementerian Pendidikan, Kebudayaan Riset dan Teknologi. Jakarta: 2021.

Gambaran Umum Modul (rasionalisasi, urutan materi pembelajaran, rencana asesmen):

Rasionalisasi

Pemasaran sebagaimana diketahui, adalah inti dari sebuah usaha. Tanpa pemasaran tidak ada yang namanya perusahaan. Dimana proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan keinginan dengan berkomunikasi dengan pihak lain. Banyak yang menganggap bidang ini identik dengan bidang penjualan.

Di dalam modul ini pada pertemuan awal peserta didik akan mempelajari tujuan komunikasi bisnis ,kemudian peserta didik mampu memahami unsur-unsur dalam komunikasi bisnis, dengan mempelajari dan melatih bagaimana cara berkomunikasi dalam bisnis.

Urutan Materi Pembelajaran

4. Komunikasi bisnis secara umum
5. Tujuan dan manfaat komunikasi bisnis
6. Unsur-unsur komunikasi bisnis
7. Cara berkomunikasi bisnis dengan baik
8. Etika dan etiket bisnis

Rencana Asesmen

3. Asesmenkelompok : Praktik Penerapan Komunikasi bisnis dalam bentuk negosiasi perusahaan
4. Asesmenindividu : Mengerjakan LKS (Soal bentuk uraian)

Bagian II. Langkah-Langkah Pembelajaran

Topik	Pengetahuan Dasar Pemasaran
Tujuan Pembelajaran	<p>P.1 Menjelaskan tentang Kmunikasi bisnis, tujuan dan unsur-unsur komunikasi bisnis</p> <p>P.2 Memberikan contoh cara berkomunikasi dengan baik</p> <p>P.3 Menjelaskan Prinsip Etika bisnis dalam berkomunikasi</p> <p>P.4 Memberikan Contoh-Contoh proses berkomunikasi dalam bisnis</p>

Pemahaman Bermakna	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi bisnis merupakan proses pertukaran pesan antar individu atau kelompok melalui media tertentu yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Isi dari pesan dalam komunikasi bisnis bisa berupa pendapat, ide, gagasan, atau informasi. • Melalui komunikasi bisnis dapat membangun dan mengembangkan hubungan baik dengan rekan bisnis, atasan, maupun bawahan, demi mencapai tujuan bisnis yang telah direncanakan bersama.
Pertanyaan Pemantik	<ul style="list-style-type: none"> • Apakah yang dimaksud dengan komunikasi bisnis? • Mengapa komunikasi sangat penting dalam mengembangkan bisnis? • Apakah dalam kehidupan di dunia bisnis terdapat masalah yang menghambat kegiatan komunikasi?
Profil Pelajar Pancasila	<ul style="list-style-type: none"> • Beriman & Bertakwa terhadap Tuhan YME • Berkebhinekaan Global • Bernalar Kritis • Kreatif • Bergotong royong • Mandiri

Urutan Kegiatan Pembelajaran

Pertemuan Pertama

□	Kegiatan Pendahuluan
---	-----------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius • Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin • Siswa mencermati informasi tentang manfaat mempelajari Bisnis dan Pemasaran dalam lingkup pemasaran • Siswa diberikan beberapa video tentang studi kasus sebagai materi prasyarat mempelajari Komunikasi bisnis. • Siswa mencermati informasi tentang tujuan pembelajaran yang akan dicapai yaitu menentukan pola dari suatu Komunikasi bisnis. • Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen individu • Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang Bisnis ○ Membentuk kelompok diskusi @ 3 - 4 orang ○ Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-1 ○ Menyiapkan laporan hasil diskusi ○ Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi ○ Menyimpulkan pengertian bisnis dan pemasaran ○ Mengerjakan latihan soal ○ Mengerjakan kuis 	15 menit	
□ Kegiatan inti			
	<p><u>Fase 1:</u> Orientasi siswa pada masalah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa memperhatikan beberapa contoh masalah tentang Komunikasi bisnis yang disajikan guru menggunakan bantuan <i>power point</i> • siswa mengamati dan memahami masalah secara individu dan mengajukan hal-hal yang belum dipahami terkait masalah yang disajikan. 	60 menit

	<p><u>Fase 2:</u> Mengorganisasikan siswa belajar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa dikelompokkan dengan anggota 3 – 4 siswa dengan mempertimbangkan sisi kemampuan, gender, budaya, maupun agama sesuai pembagian kelompok yang telah direncanakan oleh guru. • Siswa menerima Lembar Kegiatan Siswa (LKS) yang dibagikan oleh guru 	
		<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Siswa diminta berdiskusi dalam kelompok untuk menyelesaikan masalah 1 dalam Komunikasi bisnis <input type="checkbox"/> Siswa yang mengalami kesulitan dalam memahami materi diberi kesempatan bertanya pada guru. <input type="checkbox"/> Siswa diberi bantuan berkaitan dengan kesulitan yang dialami siswa secara individu, kelompok, atau klasikal. <input type="checkbox"/> Siswa diminta bekerja sama untuk menganalisis lingkup pemasaran dari masalah 1 dan strategi pemecahan masalah. 	
	<p><u>Fase 3:</u> Membimbing penyebatangkan individu dan kelompok</p>	<ul style="list-style-type: none"> • siswa diminta mengamati hubungan/pola/aturan tertentu pada setiap masalah yang diajukan, jika perlu diberikan stimulasi pertanyaan, contoh pertanyaan : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pada setiap masalah pengamatan siswa yang terjadi di lingkup bisnis? • Siswa diminta mendiskusikan cara yang digunakan untuk menemukan semua kemungkinan dari masalah yang ada dalam lembar 	

		kegiatan siswa.	
	<u>Fase 4:</u> Mengembangkan dan menyajikan hasil karya	<input type="checkbox"/> Siswa diminta menyiapkan laporan hasil diskusi kelompok (Guru berkeliling mencermati siswa bekerja menyusun laporan hasil diskusi, dan memberi bantuan, bila diperlukan) <input type="checkbox"/> Siswa diminta menentukan perwakilan kelompok secara musyawarah untuk menyajikan (mempresentasikan) laporan di depan kelas.	
	<u>Fase 5:</u> Menganalisa dan mengevaluasi proses pemecahan masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa yang lain didorong untuk responsif dengan memberikan tanggapan secara kritis • Siswa dilibatkan untuk mengevaluasi laporan kelompok penyaji serta masukan dari siswa yang lain dan membuat kesepakatan, bila jawaban yang disampaikan siswa sudah benar • Siswa dari kelompok lain yang mempunyai jawaban berbeda dari kelompok penyaji diberi kesempatan untuk mengkomunikasikan hasil diskusi kelompoknya 	

		<p>secara runtut, dan sopan. Apabila ada lebih dari satu kelompok, maka siswa diminta bermusyawarah untuk menentukan urutan penyajian</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siswa diminta membuat kesimpulan tentang pengertian Komunikasi bisnis • Siswa diminta mengerjakan latihan soal 	
□	Kegiatan Penutup		
	<ul style="list-style-type: none"> • Guru bersama siswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung • Guru memberikan kesimpulan terkait Komunikasi bisnis, tujuan dan unsur-unsur komunikasi bisnis • Siswa mendengarkan arahan guru untuk tetap semangat dalam belajar serta membaca materi pada pertemuan berikutnya, yaitu berkomunikasi dengan baik 		15 menit

Pertemuan Kedua

□	Kegiatan Pendahuluan		
---	-----------------------------	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius • Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin • Siswa mencermati informasi tentang tujuan dan unsur-unsur komunikasi bisnis • Siswa diberikan beberapa soal sederhana tentang studi kasus sebagai materi prasyarat mempelajari tujuan komunikasi bisnis. • Siswa mencermati informasi tentang tujuan pembelajaran yang akan dicapai yaitu menentukan unsur-unsur komunikasi bisnis. • Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen kelompok • Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang jenis-jenis pemasaran ○ Membentuk kelompok diskusi @ 3 - 4 orang ○ Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-2 ○ Menyiapkan laporan hasil diskusi ○ Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi ○ Menyimpulkan jenis-jenis pemasaran ○ Mengerjakan latihan soal 	10 menit	
□ Kegiatan inti			
	<p><u>Fase 1:</u> Stimulation (Memberi Stimulus)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa diminta untuk mengamati <i>powerpoint</i> yang menampilkan contoh masalah kehidupan sehari-hari yang terkait dengan tentang berkomunikasi dalam bisnis 	65 menit
		<ul style="list-style-type: none"> • Guru memberikan pertanyaan pembuka “Apakah masalah tersebut dapat diselesaikan dengan unsur-unsur komunikasi bisnis ?” • Siswa diminta mengamati permasalahan serupa yang ada di LKS-2 	

	<u>Fase 2:</u> Problem Statement 1 ^{''} (mengidentifikasi masalah)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa dibagi ke dalam kelompok dimana setiap kelompok terdiri atas 3 - 4 siswa Siswa mengidentifikasi masalah 1 dan masalah 2 yang ada pada LKS-2 	
	<u>Fase 3:</u> Data Collecting (mengumpulkan data)	<ul style="list-style-type: none"> Berdiskusi dengan rekan sekelompok untuk mengumpulkan informasi yang terkait dengan masalah 1 dan masalah 2 contohnya mencari selisih antara jenis-jenis bisnis pemasaran 	
	<u>Fase 4:</u> Data Processing (mengolah data)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa mengolah informasi yang didapat pada tahap sebelumnya yaitu lingkup pemasaran yang sama dari kedua masalah tersebut 	
	<u>Fase 5:</u> Verification (memverifikasi)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa secara bergantian memberikan contoh berkomunikasi dengan baik dalam bisnis Siswa lain dengan aktif dan kritis menanggapi presentasi tersebut 	
	<u>Fase 6 :</u> Generalization (menyimpulkan)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa mengerjakan kuis preview materi secara individu 	
<input type="checkbox"/> Kegiatan Penutup			
	<ul style="list-style-type: none"> Guru bersama siswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung Siswa mendengarkan arahan guru untuk materi pada pertemuan berikutnya, Etika bisnis dalam berkomunikasi 		15 menit

Pertemuan Ketiga

<input type="checkbox"/> Kegiatan Pendahuluan	
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius • Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin • Siswa mencermati informasi etika bisnis dalam berkomunikasi • Siswa diingatkan tentang contoh berkomunikasi dalam bisnis dengan baik • Siswa mencermati informasi tentang tujuan pembelajaran yang akan dicapai • Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen kelompok dan asesmen individu • Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang lingkup pemasaran ○ Membentuk kelompok diskusi @ 3 - 4 orang ○ Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-3 ○ Menyiapkan laporan hasil diskusi ○ Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi ○ Menyimpulkan pengertian lingkup pemasaran ○ Mengerjakan latihan soal 	10 menit	
□ Kegiatan inti			
	<p><u>Fase 1:</u> Stimulation (Memberi Stimulus)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa mengamati video pembelajaran mengenai etika bisnis dalam berkomunikasi • Siswa mengamati masalah 1 yang terdapat pada LKS-3 	65 menit
	<p><u>Fase 2:</u> Problem Statement (mengidentifikasi masalah)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa dibagi ke dalam kelompok dimana setiap kelompok terdiri atas 3 - 4 siswa • Siswa mengidentifikasi bagaimana cara yang paling efisien untuk menyelesaikan masalah 1 yang ada pada LKS-3 	
	<p><u>Fase 3:</u> Data Collecting (mengumpulkan data)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa mengumpulkan data dengan cara menjawab pertanyaan-pertanyaan 	

		yang ada pada LKS-3	
	<u>Fase 4:</u> Data Processing (mengolah data)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa mengolah informasi yang didapat pada tahap sebelumnya 	
	<u>Fase 5:</u> Verification (memverifikasi)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa membandingkan hasil diskusi antar kelompok untuk memverifikasi penyelesaian masalah. Perwakilan siswa mempresentasikan hasil diskusi, siswa lain dengan aktif dan kritis menanggapi presentasi tersebut 	
	<u>Fase 6 :</u> Generalization (menyimpulkan)	<ul style="list-style-type: none"> Siswa menyimpulkan pengertian lingkup pemasaran dalam bisnis Siswa mengerjakan masalah 2 dan 3 Siswa mengerjakan latihan soal 	
<input type="checkbox"/> Kegiatan Penutup			
	<ul style="list-style-type: none"> Guru bersama siswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung Siswa mendengarkan arahan guru untuk materi pada pertemuan berikutnya, yaitu contoh-contoh proses bisnis dalam bidang pemasaran 		15 menit

Pertemuan Keempat

<input type="checkbox"/> Kegiatan Pendahuluan			
---	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius • Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin • Siswa mencermati informasi manfaat mempelajari contoh-contoh komunikasi bisnis dalam perusahaan • Siswa diingatkan tentang bisnis dan pemasaran, misalkan dengan pertanyaan Kalian masih ingat unsur komunikasi bisnis? Apa itu Komunikasi bisnis? Bagaimana cara berkomunikasi dengan baik? • Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen asesmen kelompok • Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang contoh komunikasi bisnis dalam perusahaan ○ Membentuk kelompok diskusi @ 3-4 orang ○ Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-4 ○ Menyiapkan laporan hasil diskusi ○ Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi 	10 menit
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Menyimpulkan contoh-contoh proses bisnis dalam bidang pemasaran ○ Mengerjakan latihan soal ○ Mengerjakan kuis 	
<input type="checkbox"/> Kegiatan inti		
<p><u>Fase 1:</u> Orientasi siswa pada masalah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa memperhatikan contoh proses dan jenis-jenis komunikasi bisnis dalam perusahaan • siswa mengamati dan memahami masalah secara individu dan mengajukan hal-hal yang belum dipahami terkait masalah yang disajikan. 	65 menit

	<p><u>Fase 2:</u> Mengorganisasikan siswa belajar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa dikelompokkan dengan anggota 3 – 4 siswa dengan mempertimbangkan sisi kemampuan, gender, budaya, maupun agama sesuai pembagian kelompok yang telah direncanakan oleh guru. • Siswa menerima Lembar Kegiatan Siswa-4 (LKS) yang dibagikan oleh guru • Siswa diminta berdiskusi dalam kelompok untuk melakukan aktivitas-1 dan aktivitas-2 • Siswa yang mengalami kesulitan dalam memahami materi diberi kesempatan bertanya pada guru. • Siswa diberi bantuan berkaitan dengan kesulitan yang dialami siswa secara individu, kelompok, atau klasikal. 	
	<p><u>Fase 3:</u> Membimbing penyelidikan individu dan kelompok</p>	<ul style="list-style-type: none"> • siswa diminta mengamati hubungan/pola/aturan tertentu pada setiap aktivitas-1, • Setelah selesai melakukan aktivitas-1. Siswa diminta melakukan aktivitas-2 • Siswa diminta membandingkan kedua aktivitas tersebut. Hubungan apa yang diperoleh? • Siswa diminta menemukan contoh-contoh proses bisnis dalam bidang pemasaran 	
	<p><u>Fase 4:</u> Mengembangkan dan menyajikan hasil karya</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Siswa diminta menyiapkan laporan hasil diskusi kelompok (Guru berkeliling mencermati siswa bekerja menyusun laporan hasil diskusi, dan memberi bantuan, bila diperlukan) <input type="checkbox"/> Siswa diminta menentukan perwakilan kelompok secara musyawarah untuk 	

		menyajikan (mempresentasikan) laporan di depan kelas.	
	<p><u>Fase 5:</u> Menganalisa dan mengevaluasi proses pemecahan masalah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa yang lain didorong untuk responsif dengan memberikan tanggapan secara kritis • Siswa dilibatkan untuk mengevaluasi laporan kelompok penyaji serta masukan dari siswa yang lain dan membuat kesepakatan, bila jawaban yang disampaikan siswa sudah benar • Siswa dari kelompok lain yang mempunyai jawaban berbeda dari kelompok penyaji diberi kesempatan untuk mengkomunikasikan hasil diskusi kelompoknya secara runtut, dan sopan. Apabila ada lebih dari satu kelompok, maka siswa diminta bermusyawarah untuk menentukan urutan penyajian • Siswa diminta membuat kesimpulan tentang contoh-contoh proses komunikais bisnis • Siswa diminta mengerjakan latihan soal 	
□	Kegiatan Penutup		

	<ul style="list-style-type: none"> • Guru bersama siswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung • Siswa mendengarkan arahan guru untuk materi pada pertemuan berikutnya 	15 menit
--	---	----------

REFLEKSI GURU

<input type="checkbox"/> Apakah pembelajaran yang saya lakukan sudah sesuai dengan apa yang saya rencanakan?
<input type="checkbox"/> Bagian rencana pembelajaran manakah yang sulit dilakukan?
<input type="checkbox"/> Apa yang dapat saya lakukan untuk mengatasi hal tersebut?
<input type="checkbox"/> Berapa persen siswa yang berhasil mencapai tujuan pembelajaran?
<input type="checkbox"/> Apa kesulitan yang dialami oleh siswa yang belum mencapai tujuan pembelajaran?
<input type="checkbox"/> Apa yang akan saya lakukan untuk membantu mereka?

REFLEKSI SISWA

<input type="checkbox"/> Apakah kalian memahami konsep materi yang dipelajari hari ini?
<input type="checkbox"/> Pada bagian mana yang belum kalian pahami?
<input type="checkbox"/> Apakah LKS membantu kalian memahami materi hari ini?

KOMUNIKASI BISNIS

Pengertian Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah proses pertukaran pesan antar individu atau kelompok melalui media tertentu yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Isi dari pesan dalam komunikasi bisnis bisa berupa pendapat, ide, gagasan, atau informasi. Melalui komunikasi bisnis dapat membangun dan mengembangkan hubungan baik dengan rekan bisnis, atasan, maupun bawahan, demi mencapai tujuan bisnis yang telah direncanakan bersama.

Unsur-unsur Komunikasi Bisnis



Tujuan Komunikasi Bisnis

1. Memberikan Informasi (*Informing*)

Tujuan komunikasi bisnis yang pertama yaitu untuk **memberikan informasi kepada pihak lain tentang hal yang berkaitan dengan bisnis**. Pihak lainnya bisa berupa pelanggan dan rekan bisnis. Informasi untuk pelanggan bisa berupa informasi diskon, produk baru, atau perubahan jam operasional. Sedangkan informasi untuk rekan bisnis, bisa berupa perjanjian kerjasama, perkembangan bisnis terbaru, atau peraturan perusahaan.

2. Memberikan Persuasi (*Persuading*)

Tujuan berikutnya adalah untuk memberikan persuasi yaitu **menyampaikan pesan dengan cara yang membuat orang lain terpengaruh untuk setuju dengan pilihan yang ditawarkan**. Kegiatan persuasi biasa dilakukan ketika meminta konfirmasi pelanggan atau bernegosiasi dengan pelanggan.

3. Melakukan Kolaborasi (*Collaboration*)

Tujuan yang terakhir adalah untuk **melakukan kolaborasi atau kerjasama**

bisnis dengan orang lain, kelompok, maupun organisasi. Kolaborasi bisa dilakukan melalui telepon, email, dan aplikasi pesan singkat. Contohnya, kita bisa berkolaborasi dengan perusahaan pengiriman barang supaya produk kita bisa menjangkau pelanggan di seluruh daerah.

Manfaat Komunikasi Bisnis

1. Manfaat Internal

Manfaat internal berarti **manfaat yang bisa dirasakan oleh komponen dalam perusahaan.** Contohnya, ketika karyawan di suatu perusahaan dapat menjaga komunikasi bisnis yang baik dengan karyawan lainnya, maka pekerjaan pun bisa dikerjakan dengan baik pula. Untuk membangun komunikasi bisnis yang baik, dibutuhkan partisipasi dari seluruh karyawan untuk saling menyampaikan ide, kendala, dan pendapat masing-masing.

2. Manfaat Eksternal

Manfaat eksternal berarti **manfaat yang timbul akibat komunikasi bisnis yang dilakukan dengan pihak ketiga.** Komunikasi bisnis dengan pihak ketiga dapat membawa dampak positif bagi keberhasilan bisnis dan upaya membangun citra perusahaan. Contohnya yaitu komunikasi dengan investor, pelanggan, *client*, dan media.

Jenis-Jenis Komunikasi Bisnis



BERKOMUNIKASI DENGAN TARGET PELANGGAN

Tahukah Kalian Pada saat ini perkembangan teknologi cukup pesat kemajuannya, sehingga macam-macam jenis produk yang diinginkan sangat cepat didapatkan oleh konsumen. Berbagai adanya dengan macam-macam produk menyebabkan konsumen atau pembeli harus berfikir panjang untuk menentukan suatu pilihan produknya, sehingga setiap toko atau outlet berusaha bersaing untuk memperkenalkan produknya agar bisa merebut hati pembeli, pangsa ataupun pelanggan tetap di pasar, dengan cara yang lebih cepat atau agresif dengan melakukan berbagai macam strategi salah satunya adalah komunikasi.

Komunikasi memegang peranan penting dalam dunia marketing, bisa dibayangkan apabila seorang marketing tidak bisa berkomunikasi dengan baik. Bagaimana dia dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan ke konsumen mengenai produk yang akan di jual.

A PENGERTIAN KOMUNIKASI

Komunikasi atau dalam bahasa inggris communication berasal dari kata lain communication dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Komunikasi adalah kunci dalam semua bisnis.

Perusahaan akan tumbuh apabila komunikasi internal maupun eksternal terjalin dengan baik dan menciptakan hubungan positif di dalamnya. Seperti hubungan antara pimpinan dengan manager, manager dengan tim, antar tim/departemen dan lain sebagainya. Selain komunikasi internal, komunikasi yang krusial dan harus dibangun oleh perusahaan adalah komunikasi dengan para pelanggan-pelanggannya.

Berikut Pengertian Komunikasi Menurut Para Ahli

- a. Menurut Everett M. Rogers, pengertian komunikasi adalah proses pengalihan ide dari satu sumber ke satu penerima atau lebih dengan tujuan agar mengubah tingkah laku.
- b. James A.F Stoner Menurut James A. F. Stoner, pengertian komunikasi adalah suatu proses pada seseorang yang berusaha untuk memberikan pengertian dan informasi dengan cara menyampaikan pesan kepada orang lain.

1. Unsur pokok dalam komunikasi

Terdapat 6 unsur pokok dalam komunikasi yaitu:

- 1) Mempunyai tujuan, dalam artian bahwa komunikasi bisnis harus mempunyai tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya yang sejalan dengan tujuan Organisasi
- 2) Pertukaran, dalam hal ini yaitu melibatkan paling tidak dua orang atau

lebih yaitu komunikator dan komunikan.

3) Gagasan, informasi, opini dan instruksi merupakan isi dari pesan yang bentuknya sangat beragam tergantung situasi, kondisi dan tujuan.

4) Menggunakan saluran personal ataupun interpersonal yang mungkin bersifat tatap muka, memakai media tertentu ataupun melalui media yang menjangkau jutaan orang diluar sana secara bersamaan.

5) Menggunakan sinyal atau simbol yang merupakan alat atau metode yang bisa dimengerti ataupun dipahami oleh penerima pesan.

6) Pencapaian tujuan organisasi. Salah satu karakteristik (ciri khas) yang membedakan organisasi atau lembaga formal dari informasi ialah adanya tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh manajemen.

2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi bisnis ini mempunyai beberapa fungsi antara lain: Informative, regulatory, persuasive, dan integrative. Untuk lebih jelasnya perhatikan berikut ini;

1) Informative

Fungsi informative ini sangat diperlukan oleh manajer maupun karyawan guna menyelesaikan tugas-tugasnya secara efisien. Informasi yang dibutuhkan mengenai:

- Ø Sesuatu yang ada kaitannya dengan pekerjaan seperti: Tujuan perusahaan, prosedur, aturan-aturan yang berlaku
- Ø Keberhasilan yang dicapai oleh perusahaan.
- Ø Sosio emotional perusahaan secara keseluruhan.

2) Regulatory

Komunikasi dalam berbisnis juga berfungsi sebagai pengendali dan pengatur perusahaan. Komunikasi tersebut berupa perintah dan laporan.

3) Persuasive

Fungsi ini tercermin dalam interaksi antar karyawan, di mana seorang karyawan berupaya agar orang yang diajak berkomunikasi menerima ide dan jalan pikirannya.

4) Integrative

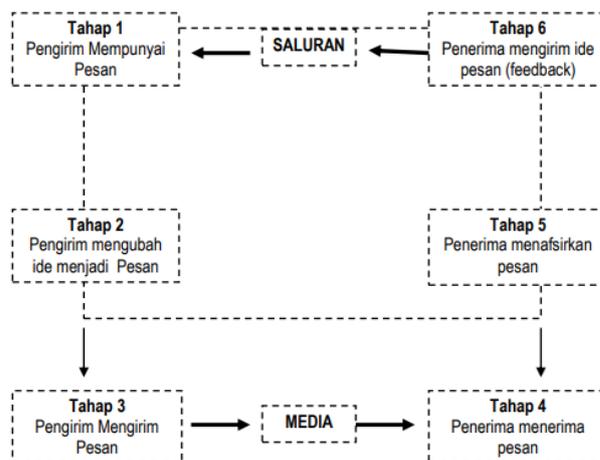
Integratif berfungsi menjadikan organisasi atau perusahaan dapat beroperasi secara utuh dan terpadu, termasuk di dalamnya fungsi koordinasi dan penjadwalan aktivitas, penetapan saluran informasi dan otoritas, serta menarik dan melatih para karyawan.

3 Proses komunikasi

Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Penegasan tentang unsur

unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut :

- a. Sender: Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang
- b. Encoding: Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang
- c. Message: Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator
- d. Media: Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator ke pada komunikan
- e. Decoding: Pengawasandian, yaitu proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya
- f. Receiver: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator
- g. Response: Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterima pesan
- h. Feedback: Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator
- i. Noise: Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya Secara garis besar proses komunikasi terlihat pada gambar dibawah ini.



4 Syarat komunikasi

Suatu pesan atau informasi yang disampaikan hendaknya memenuhi 7 syarat atau dikenal juga dengan 7 C, yaitu:

1). Completeness (Lengkap)

Suatu pesan atau informasi dapat dikatakan lengkap, bila berisi semua materi yang diperlukan agar penerima pesan dapat memberikan tanggapan yang sesuai dengan harapan pengirim pesan

2). Conciseness (Singkat)

Suatu pesan dikatakan concise bila dapat mengutarakan gagasannya dalam jumlah kata sekecil mungkin (singkat, padat tetapi jelas) tanpa mengurangi makna, namun tetap menonjolkan

3). Consideration (Pertimbangan)

Penyampaian pesan, hendaknya menerapkan empati dengan mempertimbangkan dan mengutamakan penerima pesan.

4). Concreteness (konkrit)

Penyampaian pesan hendaknya disampaikan dengan bahasa yang gamblang, pasti dan jelas

5). Clarity (Kejelasan)

Pesan hendaknya disampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti dan mudah diinterpretasikan serta memiliki makna yang jelas.

6). Courtesy (Kesopanan)

Pesan disampaikan dengan gaya bahasa dan nada yang sopan, akan memupuk hubungan baik dalam komunikasi bisnis.

7). Correctness (ketelitian)

Pesan hendaknya dibuat dengan teliti, dan menggunakan tata bahasa, tanda baca dan ejaan dengan benar (formal atau resmi).

5 Pola Komunikasi

Pada dasarnya ada dua bentuk saluran komunikasi yang lazim digunakan dalam praktek dunia bisnis yaitu:

a. Saluran Komunikasi Formal

Dalam struktur organisasi, garis, fungsional, maupun matriks, akan tampak berbagai macam posisi atau kedudukan masing-masing sesuai dengan batas tanggung jawab dan wewenangnya. Dalam kaitannya dengan proses penyampaian informasi dari manajer kepada bawahan, pola transformasi informasinya dapat berbentuk 3 pola yaitu:

1) Komunikasi dari atas ke bawah Komunikasi dari atas ke bawah (top-down) merupakan jalur komunikasi yang berasal dari atas (manajer) ke bawah (karyawan) merupakan penyampaian pesan yang dapat berbentuk perintah, instruksi, maupun prosedur untuk dijalankan para bawahan dengan sebaik-baiknya.

2) Komunikasi dari bawah ke atas Atau disebut buttom-up communicatin berarti alur pesan yang disampaikan berasal dari bawah (karyawan) menuju ke atas (manajer). Pesan mula-mula berasal dari para karyawan yang selanjutnya disampaikan ke jalur yang lebih tinggi.

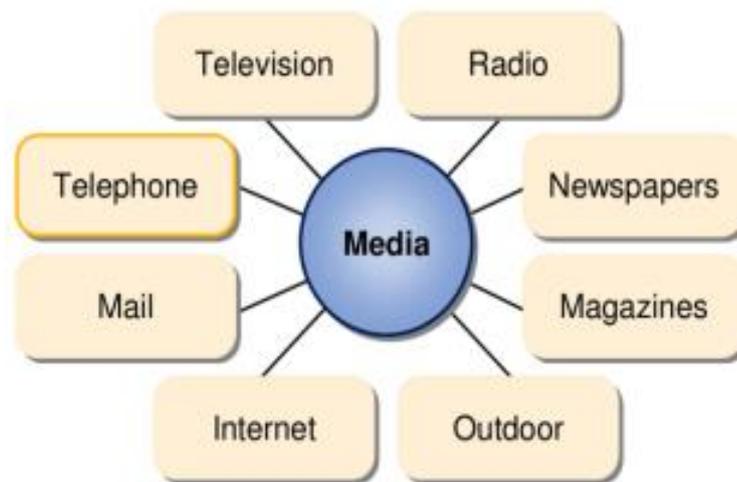
3) Komunikasi Horizontal Atau horizontal communication atau sering disebut komunikasi lateral (lateral communication) adalah komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar atau sederajat

dalam suatu organisasi.

4) Komunikasi Diagonal Atau diagonal communication melibatkan komunikasi antara dua tingkat (level) organisasi yang berbeda. Contohnya adalah komunikasi formal antara manager pemasaran dengan bagian pabrik, antara manager produksi dengan bagian promosi, dan lain sebagainya.

b Saluran Komunikasi Informal

Dalam jaringan komunikasi informal, orang-orang yang ada dalam suatu organisasi, tanpa mempedulikan jenjang hierarki, pangkat, dan kedudukan atau jabatan, dapat berkomunikasi secara luas.



7 Media Komunikasi

Media berasal dari bahasa Latin yaitu kata Medium (media, jamak; medium, tunggal), artinya secara harfiah ialah perantara, penyampai, atau penyalur. Dalam berkomunikasi manusia mempunyai banyak media untuk saling menyampaikan informasi dan mendapatkan informasi atau pesan yang diinginkan Berdasarkan penggunaannya ada tiga macam media komunikasi yaitu:

- 1) Audial, yaitu alat komunikasi yang dapat didengar oleh indera pendengaran.
- 2) Visual, yaitu alat komunikasi yang dapat dilihat oleh indera penglihatan.
- 3) Audiovisual, yaitu alat komunikasi yang dapat dilihat dan didengar oleh indera penglihatan dan didengar oleh indera pendengaran

Aktivitas Kelompok 5.1

No	Langkah-langkah kegiatan	Target Hasil
1	Amatilah kasus (berupa video) yang diberikan oleh guru yang berkaitan dengan komunikasi	Ada Hasil kerja

2	Diskusikanlah dengan kelompokmu Rumuskan hasil diskusi kelompokmu dan presentasikan didepan kelas!	Ada laporan individu dan laporan kelompok
3	Mintalah kelompok yang lain untuk menanggapinya!	Ada tanggapan dari masing-masing kelompok

B KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL

Dalam dunia bisnis terdapat 2 istilah komunikasi yang biasa digunakan yaitu komunikasi verbal dan nonverbal, berikut penjelasannya.

1 Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal ini terdapat 2 tipe yang berbeda berdasarkan aktif atau pasifnya peserta komunikasi dalam proses komunikasi. Dimana komunikasi verbal bisa bertindak sebagai komunikator atau pengirim pesan bisa juga bertindak sebagai audience. Berkomunikasi secara verbal dibutuhkan juga persiapan apa yang ingin diungkapkan menyusun dalam suatu pola yang berarti, baik dalam bentuk tulisan atau lisan seperti:

- a. Berbicara dan Menulis Suatu pesan penting dan kompleks, akan lebih baik apabila disampaikan dengan menggunakan tulisan, seperti surat, memo, dan laporan.
- b. Mendengarkan dan Menulis Guna mendapatkan komunikasi yang efektif, maka diperlukan komunikasi 2 arah di mana orang-orang yang terlibat di dalamnya memerlukan keterampilan mendengarkan dan membaca.

Bentuk komunikasi verbal selain berbicara atau komunikasi lisan dapat dilakukan dengan cara lain seperti dibawah ini :

- 1) Membuat dan mengirim surat klaim
- 2) Membuat dan mengirim surat penawaran harga kepada pihak lain
- 3) Membuat dan mengirim surat pemesanan barang kepada pihak lain
- 4) Membuat dan mengirim surat konfirmasi kepada pelanggan
- 5) Membuat dan mengirim surat kontrak kerja kepada pihak lain
- 6) Memberi informasi kepada pelanggan yang meminta informasi tentang produk-produk baru
- 7) Berdiskusi dalam suatu tim kerja (team work)
- 8) Melakukan wawancara kerja dengan para pelamar kerja di suatu perusahaan
- 9) Mengadakan briefing dengan staf karyawan
- 10) Mengadakan pelatihan manajemen kepada para manajer operasional/lini bawah
- 11) Melakukan teleconference dengan pihak lain.
- 12) Melalui komunikasi lisan dan tulisan, diharapkan orang dapat memahami apa yang disampaikan oleh pengirim pesan dengan baik.

2 Komunikasi Non-Verbal

Bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam komunikasi bisnis adalah komunikasi nonverbal. Komunikasi non-verbal juga dibagi lagi menjadi dua:

- a. Komunikasi non-verbal menggunakan vocal: desah, jeritan, menggumam, menggerutu, kualitas vocal, gaya bicara, intonasi.
- b. Komunikasi non-verbal non-vocal: gerakan, penampilan, ekspresi wajah, bahasa isyarat, bahasa tubuh (body language), gerak anggota badan (gesture), ekspresi wajah, kontak mata; pakaian, potongan rambut. Komunikasi non verbal dapat tercermin dari perilaku atau tingkah laku seperti dibawah ini:
 - 1) Menggerakkan gigi untuk menunjukkan kemarahan
 - 2) Mengerutkan dahi untuk menunjukkan seseorang sedang serius/ berfikir
 - 3) Tersenyum dan berjabat tangan dengan orang lain untuk mewujudkan rasa senang, simpati dan penghormatan
 - 4) Membuang muka untuk menunjukkan sikap tidak senang atau antipati terhadap orang lain
 - 5) Menggelengkan kepala untuk menunjukkan sikap menolak
 - 6) Mengirimkan bunga sebagai tanda kesuksesan, cinta atau duka cita

C ETIKA DAN ETIKET KOMUNIKASI

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang berarti karakter, watak kesusilaan atau adat kebiasaan, di mana etika berhubungan erat dengan konsep individu atau kelompok sebagai alat penilai kebenaran atau evaluasi terhadap sesuatu yang telah dilakukan, Etiket dikenal juga sebagai tata krama, yang mengatur sikap dan tindakan manusia dalam bergaul dengan manusia lain berdasarkan standar sopan santun dan adab. Etiket hanya berlaku dalam pergaulan sosial. Selain itu, etiket juga selalu berhubungan dengan sopan santun. Terdapat tiga prinsip untuk menjalankan etiket:

- a. Respect atau biasa disebut dengan rasa hormat, menghargai, peduli, dan dapat memahami kepentingan orang lain.
- b. Empati, yakni dasar dari seluruh interaksi hubungan antar manusia. Mampu merasakan kondisi emosional orang lain. Empati yaitu kondisi kita untuk mampu mengontrol sikap, perilaku, dan perkataan kita. Dengan bersikap empati, maka manusia akan menjadi lebih bijaksana dalam bersikap dalam kehidupan sehari-hari.
- c. Jujur, merupakan kunci sukses dalam menjalin sebuah hubungan baik adalah dengan bersikap jujur.

1. Manfaat Etika Komunikasi.

Dalam pergaulan bermasyarakat, etika komunikasi mempunyai manfaat yaitu:

- 1) melancarkan komunikasi dengan orang lain, sehingga hubungan yang sudah terjalin akan semakin erat.
- 2) memahami apa yang dikomunikasikan oleh orang lain, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.
- 3) menumbuhkan rasa saling menghargai di antara anggota masyarakat.
- 4) mencegah individu atau kelompok untuk tidak bertindak atau berperilaku sembarangan atau seenaknya sendiri dalam berkomunikasi.
- 5) memperlambat hubungan dengan orang lain. Berikut adalah contoh dari etiket komunikasi:

- a) Penggunaan bahasa yang baik dan intonasi yang sesuai.
- b) Mengucapkan permissi ketika lewat di depan orang lain.
- c) Mengucapkan tolong ketika minta bantuan.
- d) Mengucapkan terima kasih ketika mendapat bantuan.
- e) Mengucapkan maaf ketika melakukan kesalahan.
- f) Menghormati orang-orang yang lebih tua.
- g) Mengurangi kebiasaan menyela ucapan orang lain.

Beberapa tujuan menjalankan etika yakni

- a. Untuk persahabatan dan pergaulan, yakni artinya etiket dapat meningkatkan keakraban dengan customer atau tamu.
- b. Menyenangkan orang lain.
- c. Membujuk customer agar customer yakin dengan produk kita.
- d. Mempertahankan customer agar mereka tetap menjadi pelanggan tetap perusahaan kita.
- e. Membina dan menjaga hubungan agar kita dapat memahami kebutuhan customer.

D TEKNIK KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN

Pelanggan merupakan aset bagi sebuah bisnis atau perusahaan. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah cara berkomunikasi yang efektif dan efisien untuk dapat berkomunikasi dengan pelanggan.

1 Katagori Pelanggan

Dalam kegiatan bisnis pelanggan dibedakan dalam 3 (Tiga) kategori jenis pelanggan, yaitu:

- a. Pelanggan Internal Pelanggan internal
Merupakan pelanggan yang tidak mengonsumsi suatu barang ataupun jasa secara langsung. Pelanggan tipe ini membeli barang ataupun jasa untuk dijual kembali oleh orang lain. Pelanggan jenis ini dapat berupa produsen suatu barang ataupun agen penjualan yang bekerja sama dengan perusahaan penyedia barang ataupun jasa.
- b. Pelanggan Eksternal Pelanggan eksternal
Merupakan pelanggan yang secara aktif langsung mengonsumsi barang ataupun jasa yang mereka beli. Pelanggan jenis ini sering juga disebut sebagai konsumen akhir. Pelanggan Antara Pelanggan Antara Merupakan kelompok atau orang yang bertindak sebagai perantara produk, akan tetapi bukan sebagai pemakai akhir dari produk perusahaan. Misalnya seperti agen perjalanan yang bertindak sebagai pemesan kamar penginapan untuk para pemakai akhir (konsumen) atau seperti distributor yang bertindak dalam mendistribusikan produk-produk milik perusahaan kepada para pengecer.

2 Karakteristik hubungan yang harus dibangun antara perusahaan dan pelanggan

Adapun karakteristik hubungan yang harus dibangun antara perusahaan dan pelanggan diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Interaksi

Hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggan terbentuk karena adanya interaksi diantara keduanya, dimana interaksi tersebut akan menghasilkan pertukaran informasi. Informasi yang telah dihasilkan dikelola dan menjadi sumber

data dalam membangun dan membina hubungan.

2) Saling Menguntungkan

Hubungan yang terjadi antara perusahaan dan pelanggan adalah menghasilkan keuntungan bagi keduanya. Perusahaan akan memperoleh kepercayaan serta loyalitas dari pelanggan sebaliknya pelanggan akan mendapatkan kepuasan terhadap layanan perusahaan.

3) Tumbuh dan Berkembang

Hubungan antara perusahaan dan pelanggan tumbuh dan berkembang karena adanya interaksi yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan yang berkelanjutan.

4) Manfaat Jangka Panjang

Hubungan antara perusahaan dan pelanggan akan memberikan manfaat baik disaat ini yang sedang berjalan ataupun dimasa yang akan mendatang, terlebih jika hubungan tersebut dilandasi rasa sama- sama susah dan sama- sama senang sehingga ketika terjadi permasalahan dapat dicarikan jalan pemecahan bersama-sama

5) Hubungan bersifat personal

Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan bersifat personal. Perusahaan harus mampu memahami tipe-tipe pelanggannya. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menerapkan pola interaksi dan komunikasi yang berbeda-beda kepada pelanggannya.

6) Kepercayaan

Hubungan yang baik membutuhkan kepercayaan. Jika pelanggan cenderung menjalin hubungan yang intens dengan perusahaan, maka pelanggan telah memberikan kepercayaan yang baik kepada perusahaan.

3 Relationship marketing

Kegiatan Relationship marketing, relationship marketing adalah pendekatan pemasaran kepada pelanggannya untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang perusahaan dan juga untuk mencapai kepuasan maksimum pelanggan. Dalam relationship, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu

a. Customer Service

Dalam hal ini, customer Service bisa diartikan sebagai pelayanan tambahan untuk mendukung produk utama. Customer Service ini sangat diperlukan untuk membina hubungan jangka panjang antara produsen (penjual) dengan pelanggan. Customer Service terbagi menjadi dua macam yaitu reactive dan proactive service. Reactive service adalah pelayanan tambahan yang diberikan ketika pelanggan menemukan masalah dengan produk yang kita jual, misalnya dengan melayani klaim garansi, pengembalian barang, dan masih banyak lagi. Sementara proactive service adalah pelayanan tambahan yang diberikan tanpa harus menunggu terjadi sesuatu terhadap produk yang kita jual.

b. Community Building

Community Building ini ditujukan untuk membuat komunikasi yang efektif antara

penjual dengan pelanggan. Komunikasi ini perlu dilakukan terutama untuk meyakinkan kualitas produk/jasa kita kepada pelanggan.



4 Teknik-teknik komunikasi yang dilakukan kepada pelanggan

Adapun teknik-teknik komunikasi yang dilakukan kepada pelanggan, yaitu:

1) Negosiasi

Dalam bahasa sehari-hari negosiasi sepadan dengan istilah berunding, bermusyawarah atau bermufakat. Orang yang mengadakan perundingan disebut negosiator. Jenis-jenis teks negosiasi dapat dibedakan berdasarkan untung rugi, situasi dan juga jumlah negosiator. Jenis negosiasi diantaranya Negosiasi, Negosiasi Kolaborasi (win-win), Negosiasi Dominasi (win-lose), Negosiasi Akomodasi (lose-win) negosiasi menghindari Konflik (lose-lose) Tahapan komunikasi dalam proses negosiasi dapat dirincin sebagai berikut:

a. Eksplorasi atau penggalan data

Eksplorasi dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan menganalisa masalah secara terperinci, kemudian dianalisa sehingga didapatkan kesimpulan beserta solusinya.

b. Tawar Menawar

Tawar menawar dilakukan dengan cara melakukan diskusi dan perundingan untuk mencapai kesepakatan antara perusahaan dengan pelanggan. Dalam proses ini perusahaan maupun pelanggan dapat menyampaikan ide-idenya sehingga kesepakatan dapat di capai.

c. Legalisasi

Merupakan pengesahan hasil kesepakatan negosiasi antara perusahaan dengan pelanggan yang dicantumkan secara tertulis dalam sebuah dokumen kesepakatan yang dapat berupa terbitnya surat pesanan atau terjadinya perjanjian yang sering disebut dengan MoU (Memorandum of Understanding).

2) Lobi

Lobi merupakan tindakan informal yang sistematis yang dilakukan oleh perusahaan distribusi dalam rangka menciptakan hubungan dalam jangka panjang dan saling menguntungkan dengan pelanggannya. Aktivitas ini sering dilakukan oleh tim penjualan, Dalam prakteknya lobi memiliki sejumlah fungsi yang sangat penting bagi perusahaan. Adapun fungsi lobi diantaranya:

a) Mempengaruhi perusahaan dan pelanggan agar keputusan yang diambil tidak merugikan kedua belah pihak.

- b) Memprediksi berbagai kemungkinan yang dapat terjadi ketika sebuah kebijakan dan keputusan diambil, baik oleh perusahaan maupun pelanggan.
- c) Sebagai sumber informasi tentang kondisi yang dapat terjadi ketika sebuah kebijakan diambil oleh perusahaan atau pelanggan.
- d) Memberi keyakinan kepada perusahaan atau pelanggan, bahwa pelaksanaan suatu kebijakan membutuhkan waktu dan momentum yang tepat.

3) Presentasi Bisnis

Dalam dunia bisnis, kegiatan presentasi atas berbagai peristiwa penting seperti pengajuan usulan proyek baru, pengembangan produk baru, perluasan pasar, dan lain-lain, bukanlah hal baru. Presentasi bisnis yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi lembaga atau institusi. Presentasi kepada pelanggan dilakukan untuk memberikan informasi kepada pelanggan mengenai data penjualan pelanggan, aktual program promosi yang sedang berjalan, serta permasalahan lain yang berkaitan dengan pelanggan sehingga menghasilkan transaksi kepada perusahaan dan dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan



RANGKUMAN

- Komunikasi beberapa fungsi antara lain: Informative, regulatory, persuasive, dan integrative
- Dalam dunia bisnis terdapat 2 istilah komunikasi yang biasa digunakan yaitu komunikasi verbal dan nonverbal
- Etika komunikasi menilai mana yang tindakan komunikasi yang baik dan buruk berdasarkan standar yang berlaku.
- komunikasi pelanggan adalah suatu aktivitas menyampaikan informasi dari penjual/ pemasar ke pelanggan dalam rangka menjaga hubungan yang telah terjalin

REFLEKSI

Isilah penilaian diri ini dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan perasaan kalian Ketika mengerjakan bahan materi ini!

1. Apa yang sudah kalian pelajari?

2. Apa yang kalian kuasai dari materi ini?

3. Apa upaya kalian untuk menguasai materi yang belum kalian kuasai?

4. Dari semua materi yang sudah dijelaskan tentang berkomunikasi dengan target pelanggan, mana yang menurut kalian paling sulit dipahami? Mengapa?

TEST FORMATIF

A PILIHAN GANDA Berilah tanda silang (X) pada salah satu huruf : A, B, C, D dan E, di depan jawaban yang menurut anda paling benar !

1 Proses komunikasi adalah proses penyampaian dari komunikator kepada komunikan dan dimaksudkan agar isi pesan yang dikirimkan itu

- A. sama dengan yang diterima
- B. berbeda dengan yang diterima.
- C. sama dengan dikirim.
- D. dapat diterima walau berbeda isi.
- E. bisa diterima dengan baik.

2 Komunikasi yang berlangsung antar personal disebut

- A. kecakapan berkomunikasi.
- B. sistem sosial.
- C. perilaku
- D. kebudayaan
- E. komunikasi perorangan

3. Sebagai sumber komunikasi diperlukan persyaratan

- A. kecakapan berkomunikasi.
- B. perilaku dan pengetahuan.
- C. kecakapan berkomunikasi, sistem sosial dan kebudayaan.
- D. sistem sosial.

4 Merupakan salah satu bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui tulisan dan tulisan. Seperti contoh ketika kita membaca surat kabar atau majalah, presentasi dan sebagainya disebut

- A. komunikasi bisnis
- B. komunikasi masa
- C. komunikasi verbal
- D. komunikasi non verbal
- E. komunikasi berbasis masyarakat

5. - Membuat dan mengirim surat klaim - Membuat dan mengirim surat penawaran harga kepada pihak lain - Mengirim surat pemesanan barang kepada pihak lain Keterangan diatas termasuk komunikasi...

- A. komunikasi bisnis
- B. komunikasi masa
- C. komunikasi verbal
- D. komunikasi non verbal
- E. komunikasi berbasis masyarakat

6 Tersenyum dan berjabat tangan dengan orang lain untuk mewujudkan rasa senang, simpati dan penghormatan, adalah termasuk komunikasi....

- A. komunikasi bisnis
- B. komunikasi masa
- C. komunikasi verbal
- D. komunikasi publik
- E. komunikasi non verbal

7 Komunikasi nonverbal memiliki beberapa tujuan penting seperti contoh dibawah ini antara lain: sebagai berikut,kecuali....

- A. mengendalikan atau mempengaruhi orang lain
- B. menyediakan atau memberikan informasi
- C. mempermudah tugas-tugas khusus
- D. mengatur alur suatu percakapan
- E. mengendalikan emosi

8 Merupakan jalur komunikasi yang berasal dari atas (manajer) ke bawah (karyawan) disebut

- A. komunikasi dari atas ke bawah (top-down)
- B. bottom-up communication
- C. horizontal communication
- D. diagonal communication
- E. komunikasi non verbal

9 Komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar atau sederajat dalam suatu organisasi.yaitu....

- A. komunikasi dari atas ke bawah (top-down)
- B. bottom-up communication
- C. horizontal communication
- D. diagonal communication
- E. komunikasi non verbal

10 Contohnya adalah komunikasi formal antara manager pemasaran dengan bagian pabrik, antara manager produksi dengan bagian promosi disebut

- A. komunikasi dari atas ke bawah (top-down)
- B. bottom-up communication
- C. horizontal communication
- D. diagonal communication
- E. komunikasi non verbal

REMIDIAL

Isilah titik-titik dibawah ini dengan jawaban yang tepat !

1. Terdapat 6 unsur pokok dalam komunikasi yaitu....
2. Faktor hambatan yang biasanya terjadi dalam proses komunikasi, dapat dibagi ...
3. Bentuk komunikasi verbal selain berbicara atau komunikasi lisan dapat dilakukan dengan cara lain yaitu...
4. Adapun karakteristik hubungan yang harus dibangun antara perusahaan dan pelanggan diantaranya adalah
5. Dalam prakteknya lobi memiliki sejumlah fungsi yang sangat penting bagi perusahaan. Adapun fungsi lobi diantaranya..

PENGAYAAAN

Petunjuk:

1. Bentuk kelompok diskusi
2. Setiap kelompok terdiri dari maksimum 5 siswa
3. Setiap kelompok membuat makalah (pilih salah satu)
 - 1) proses komunikasi dalam kegiatan bisnis
 - 2) Komunikasi verbal dalam kegiatan bisnis
 - 3) Faktor-faktor penghambat komunikasi
4. Tugas diselesaikan dalam waktu 2 minggu terhitung mulai diberikan oleh Guru
5. Siswa diwajibkan presentasi makalah di depan kelas

ALUR TUJUAN PEMBELAJARAN

Mata Pelajaran/Program Keahlian	: Dasar-dasar Pemasaran	Pemasaran/
Fase yang diampu	: E	
Elemen/domain yang dipilih	: Pelayanan Penjualan	
Capaian Pembelajaran	: Pada akhir fase E, peserta didik mampu melakukan komunikasi aktif dan interaktif dalam melaksanakan pelayanan penjualan baik komunikasi verbal maupun nonverbal, menerapkan konsep pelayanan prima dengan perhatian yang detail, melaksanakan kerjasama tim pemasaran, dan mengimplementasikan alat pemasaran yang digunakan.	

Materi	Tujuan Pembelajaran	Modul	JP
A.1 (Komunikasi Aktif dan Interaktif dalam Pelayanan Penjualan)	Peserta didik mampu mengidentifikasi pelanggan dengan baik	1	2
A.2 (Komunikasi Aktif dan Interaktif dalam Pelayanan Penjualan)	Peserta didik mampu menjelaskan jenis-jenis pelanggan	1	2
A.3 (Komunikasi Aktif dan Interaktif dalam Pelayanan Penjualan)	Peserta didik mampu menjelaskan cara berkomunikasi dengan berbagai macam pelanggan	1	3
A.4 (Komunikasi Aktif dan Interaktif dalam	Peserta didik mampu menyebutkan hal-hal yang perlu dilakukan dan hal-hal yang tidak dilakukan kepada konsumen	1	3

Pelayanan Penjualan)			
A.5 (Komunikasi Aktif dan Interaktif dalam Pelayanan Penjualan)	Peserta didik mampu mendefinisikan komunikasi nonverbal dengan pelanggan	1	3
A.6 (Komunikasi Aktif dan Interaktif dalam Pelayanan Penjualan)	Peserta didik mampu menyebutkan tujuan komunikasi nonverbal dengan pelanggan	1	3
A.7 (Komunikasi Aktif dan Interaktif dalam Pelayanan Penjualan)	Peserta didik mampu menerapkan membangun relasi dengan pelanggan	1	4
Total			20

Materi	Tujuan Pembelajaran	Modul	JP
B.1 (Konsep Pelayanan Prima)	Peserta didik mampu menjelaskan tentang pengertian pelayanan	1	2
B.2 (Konsep Pelayanan Prima)	Peserta didik mampu menyebutkan tentang jenis-jenis pelayanan	1	4
B.3 (Konsep Pelayanan Prima)	Peserta didik mampu menerapkan tentang dimensi kualitas pelayanan	1	4
Total			10

Dalam Tujuan Pembelajaran harus terdiri:

Variasi : penggunaan keterampilan berpikir kreatif, kritis, dan tingkat tinggi

Konten

: materi yang dipelajari

Kompetensi

: Kata kerja yang menunjukkan keterampilan/ aksi

P3

: beriman, bertakwa kepada Tuhan Yang Maha esa dan berakhlak mulia, mandiri, bergotong-royong, berkebinekaan global, bernalar kritis, kreatif.

Bagian I. Identitas dan Informasi mengenai Modul

Kode Modul Ajar	
Kode ATP Acuan	10.9
Nama Penyusun/Institusi/Tahun	Anjani Nur Fitria / SMKS Muhammadiyah 2 Malang / 2021
Jenjang Sekolah	SMK
Fase/Kelas	E / 10
Domain/Topik	Pengetahuan Dasar Pemasaran
Kata Kunci	Pelayanan, pelanggan
Pengetahuan/Keterampilan Prasyarat	Proses berkomunikasi dengan pelanggan
Alokasi waktu (menit)	540 menit
Jumlah Pertemuan (JP)	12 JP
Moda Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> • Tatap Muka (TM) • Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ Synchronous) • Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ Asynchronous) • <i>Blended Learning</i> (Paduan Tatap Muka dan PJJ)
Metode Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> • Discovery Learning • Problem-Based Learning
Sarana Prasarana	<ul style="list-style-type: none"> • Papan tulis • Kapur/Spidol • Komputer/Laptop • Jaringan Internet • LCD Proyektor
Target Peserta Didik	<ul style="list-style-type: none"> •X Regular/tipikal • Hambatan Belajar • Cerdas Istimewa Berbakat Istimewa
Karakteristik Peserta Didik	---
Daftar Pustaka	M. gage, Susan. (2011). Strategi Pelayanan Pelanggan. Jakarta:Erlangga.

Referensi Lain	Kemendikbud. Dasar-dasar Pemasaran / Kementrian Pendidikan, Kebudayaan Riset dan Teknologi. Jakarta: 2021.
----------------	--

Gambaran Umum Modul (rasionalisasi, urutan materi pembelajaran, rencana asesmen):

<p>Rasionalisasi</p> <p>Pemasaran sebagaimana diketahui, adalah inti dari sebuah usaha. Tanpa pemasaran tidak adayang namanya perusahaan. Dimana proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan keinginan dengan berkomunikasi dengan pihak lain. Banyak yang menganggap bidang ini identik dengan bidang penjualan.</p> <p>Di dalam modul ini pada pertemuan awal peserta didik akan mempelajari tujuan pelayanan pelanggan ,kemudian peserta didik mampu berkomunikasi aktif dan interaktif dalam melaksanakan pelayanan penjualan, menerapkan onsep pelayanan prima dan mengunplementasikan alat pemasaranyang digunakan.</p>

<p>Urutan Materi Pembelajaran</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan dan jenis-jenis pelanggan 2. Cara berkomunikasi dengan pelanggan 3. Komunikasi nonverbal dan tujuannya 4. Playanan dan jenis-jenisnya 5. Kualitas pelayanan

<p>Rencana Asesmen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Asesmen kelompok : Praktik Penerapan Pelayanan pelanggan dalam bentuknegosiasi perusahaan 2. Asesmen individu : Mengerjakan LKS (Soal bentuk uraian)
--

Bagian II. Langkah-Langkah Pembelajaran

Topik	Pengetahuan Dasar Pemasaran
-------	-----------------------------

Tujuan Pembelajaran	<p>P.1 Menjelaskan tentang pelanggan dan jenis-jenis pelanggan</p> <p>P.2 Memberikan contoh cara berkomunikasi dengan bermacam pelanggan</p> <p>P.3 Komunikasi nonverbal dengan pelanggan beserta tujuannya dan membangun relasi dengan pelanggan</p> <p>P.4 Mengidentifikasi pelayan, jenis-jenis pelayanan dan kualitas pelayanan</p>
Pemahaman Bermakna	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan pelanggan adalah suatu tindakan, perbuatan atau aktivitas seseorang atau suatu organisasi dalam upaya pemenuhan kebutuhan atau keinginan pelanggan yang dilakukan melalui interaksi dan komunikasi yang baik dengan pelanggan, sesama karyawan dan juga pimpinan guna memenuhi harapan, kepuasan dan pemecahan permasalahan. • Pelayanan pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan. Pelanggan membutuhkan informasi yang lengkap dan jelas, pelayanan yang lebih cepat, kenyamanan pelayanan, dan lain-lain. Pelayanan pelanggan disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan
Pertanyaan Pemantik	<ul style="list-style-type: none"> • Apakah yang dimaksud dengan pelayanan pelanggan? • Mengapa pelayanan sangat penting dalam mengembangkan bisnis? • Apakah dalam kehidupan di dunia bisnis terdapat masalah yang menghambat kegiatan pelayanan?
Profil Pelajar Pancasila	<ul style="list-style-type: none"> • Beriman & Bertakwa terhadap Tuhan YME • Berkebhinekaan Global • Bernalar Kritis • Kreatif • Bergotong royong • Mandiri

Urutan Kegiatan Pembelajaran

Pertemuan Pertama

□ Kegiatan Pendahuluan			
	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius • Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin • Siswa mencermati informasi tentang manfaat mempelajari Bisnis dan Pemasaran dalam lingkup pemasaran • Siswa diberikan beberapa video tentang studi kasus sebagai materi prasyarat mempelajari pelayanan pelanggan. • Siswa mencermati informasi tentang tujuan pembelajaran yang akan dicapai yaitu menentukan pola dari suatu pelayanan pelanggan. • Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen individu • Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang Bisnis ○ Membentuk kelompok diskusi @ 3 - 4 orang ○ Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-1 ○ Menyiapkan laporan hasil diskusi ○ Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi ○ Menyimpulkan pengertian bisnis dan pemasaran ○ Mengerjakan latihan soal ○ Mengerjakan kuis 	15 menit	
□ Kegiatan inti			
	<p><u>Fase 1:</u> Orientasi siswa pada masalah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa memperhatikan beberapa contoh masalah tentang Pelayanan pelanggan yang disajikan guru menggunakan 	60 menit

		<p>bantuan <i>power point</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • siswa mengamati dan memahami masalah secara individu dan mengajukan hal-hal yang belum dipahami terkait masalah yang disajikan. 	
	<p><u>Fase 2:</u> Mengorganisasikan siswabelajar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa dikelompokkan dengan anggota 3 – 4 siswa dengan mempertimbangkan sisi kemampuan, gender, budaya, maupun agama sesuai pembagian kelompok yang telah direncanakan oleh guru. • Siswa menerima Lembar Kegiatan Siswa (LKS) yang dibagikan oleh guru 	
		<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Siswa diminta berdiskusi dalam kelompok untuk menyelesaikan masalah 1 dalam Pelayanan pelanggan <input type="checkbox"/> Siswa yang mengalami kesulitan dalam memahami materi diberi kesempatan bertanya pada guru. <input type="checkbox"/> Siswa diberi bantuan berkaitan dengan kesulitan yang dialami siswa secara individu, kelompok, atau klasikal. <input type="checkbox"/> Siswa diminta bekerja sama untuk menganalisis lingkup pemasaran dari masalah 1 dan strategi pemecahan masalah. 	

	<p><u>Fase 3:</u> Membimbing penyebatangan individu dan kelompok</p>	<ul style="list-style-type: none"> • siswa diminta mengamati hubungan/pola/aturan tertentu pada setiap masalah yang diajukan, jika perlu diberikan stimulasi pertanyaan, contoh pertanyaan : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pada setiap masalah pengamatan siswa yang terjadi di lingkup bisnis? • Siswa diminta mendiskusikan cara yang digunakan untuk menemukan semua kemungkinan dari masalah yang ada dalam lembar kegiatan siswa. 	
	<p><u>Fase 4:</u> Mengembangkan dan menyajikan hasil karya</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ Siswa diminta menyiapkan laporan hasil diskusi kelompok (Guru berkeliling mencermati siswa bekerja menyusun laporan hasil diskusi, dan memberi bantuan, bila diperlukan) □ Siswa diminta menentukan perwakilan kelompok secara musyawarah untuk menyajikan (mempresentasikan) laporan di depan kelas. 	

	<p><u>Fase 5: Menganalisa dan mengevaluasi proses pemecahan masalah</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa yang lain didorong untuk responsif dengan memberikan tanggapan secara kritis • Siswa dilibatkan untuk mengevaluasi laporan kelompok penyaji serta masukan dari siswa yang lain dan membuat kesepakatan, bila jawaban yang disampaikan siswa sudah benar • Siswa dari kelompok lain yang mempunyai jawaban berbeda dari kelompok penyaji diberi kesempatan untuk mengkomunikasikan hasil diskusi kelompoknya secara runtut, dan sopan. Apabila ada lebih dari satu kelompok, maka siswa diminta bermusyawarah untuk menentukan urutan penyajian • Siswa diminta membuat kesimpulan tentang pengertian Pelayanan pelanggan • Siswa diminta mengerjakan latihan soal 	
<p>□ Kegiatan Penutup</p>			
	<ul style="list-style-type: none"> • Guru bersama siswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung • Guru memberikan kesimpulan terkait Pelayanan pelanggan, dan berbagai macam cara berkomunikasi dengan pelanggan • Siswa mendengarkan arahan guru untuk tetap semangat dalam belajar serta membaca materi pada pertemuan berikutnya, yaitu berkomunikasi dengan baik 	<p>15 menit</p>	

Pertemuan Kedua

□ Kegiatan Pendahuluan		
	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius • Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin • Siswa mencermati informasi tentang pelanggan dan jenis-jenis pelanggan • Siswa diberikan beberapa soal sederhana tentang studi kasus sebagai materi prasyarat mempelajari berkomunikasi dengan pelanggan • Siswa mencermati informasi tentang tujuan pembelajaran yang akan dicapai yaitu menentukan hal-hal yang perlu dan tidak perlu dilakukan kepada pelanggan. • Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen kelompok • Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang berkomunikasi dengan pelanggan ○ Membentuk kelompok diskusi @ 3 - 4 orang ○ Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-2 ○ Menyiapkan laporan hasil diskusi ○ Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi ○ Menyimpulkan jenis-jenis pemasaran ○ Mengerjakan latihan soal 	10 menit
□ Kegiatan inti		
	<p><u>Fase 1: Stimulation</u> (Memberi Stimulus)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siswa diminta untuk mengamati <i>powerpoint</i> yang menampilkan contoh masalah kehidupan sehari-hari yang terkait dengan tentang berkomunikasi dengan pelanggan 	65 menit

		<ul style="list-style-type: none"> • Guru memberikan pertanyaan pem buka “Apakah masalah tersebut dapat diselesaikan berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan ?” • Siswa diminta mengamati permasalahan serupa yang ada di LKS-2 	
	<u>Fase 2:</u> Problem Statement 1 st (mengidentifikasi masalah)	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa dibagi ke dalam kelompok dimana setiap kelompok terdiri atas 3 - 4 siswa • Siswa mengidentifikasi masalah 1 dan masalah 2 yang ada pada LKS-2 	
	<u>Fase 3:</u> Data Collecting (mengumpulkan data)	<ul style="list-style-type: none"> • Berdiskusi dengan rekan sekelompok untuk mengumpulkan informasi yang terkait dengan masalah 1 dan masalah 2 contohnya mencari selisih antara jenis-jenis bisnis pemasaran 	
	<u>Fase 4:</u> Data Processing (mengolah data)	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa mengolah informasi yang didapat pada tahap sebelumnya yaitu lingkup pemasaran yang sama dari kedua masalah tersebut 	
	<u>Fase 5:</u> Verification (memverifikasi)	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa secara bergantian memberikan contoh berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan • Siswa lain dengan aktif dan kritis menanggapi presentasi tersebut 	
	<u>Fase 6 :</u> Generalization (menyimpulkan)	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa mengerjakan kuis preview materi secara individu 	

□ Kegiatan Penutup		
	<ul style="list-style-type: none"> • Gurubersamasiswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung • Siswa mendengarkan arahan guru untuk materi pada pertemuan berikutnya, komunikasi nonverbal kepada pelanggan 	15 menit

Pertemuan Ketiga

□ Kegiatan Pendahuluan		
	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius • Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin • Siswa mencermati informasi komunikasi nonverbal kepada pelanggan dan tujuannya • Siswa diingatkan tentang contoh berkomunikasi kepada pelanggan dengan baik • Siswa mencermati informasi tentang tujuan pembelajaran yang akan dicapai • Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen kelompok dan asesmen individu • Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang komunikasi nonverbal ○ Membentuk kelompok diskusi @ 3 - 4 orang ○ Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-3 ○ Menyiapkan laporan hasil diskusi ○ Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi ○ Menyimpulkan pengertian lingkup pemasaran ○ Mengerjakan latihan soal 	10 menit
□ Kegiatan inti		
	<p><u>Fase 1:</u> Stimulation (Memberi Stimulus)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siswa mengamati video pembelajaran mengenai komunikasi nonverbal • Siswa mengamati masalah 1 yang terdapat pada LKS-3 	65 menit

	<p><u>Fase 2:</u> Problem Statement (mengidentifikasi masalah)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa dibagi ke dalam kelompok dimanasetiap kelompok terdiri atas 3 - 4 siswa • Siswa mengidentifikasi bagaimana cara yang paling efisien untuk menyelesaikan masalah 1 yang ada pada LKS-3 	
	<p><u>Fase 3:</u> Data Collecting (mengumpulkan data)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa mengumpulkan data dengan cara menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada pada LKS-3 	
	<p><u>Fase 4:</u> Data Processing (mengolah data)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa mengolah informasi yang didapat pada tahap sebelumnya 	
	<p><u>Fase 5: Verification</u> (memverifikasi)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa membandingkan hasil diskusi antar kelompok untuk memverifikasi penyelesaian masalah. • Perwakilan siswa mempresentasikan hasil diskusi, siswa lain dengan aktif dan kritis menanggapi presentasi tersebut 	
	<p><u>Fase 6 :</u> Generalization (menyimpulkan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa menyimpulkan tujuan adanya komunikasi non verbal kepada pelanggan • Siswa mengerjakan masalah 2 dan 3 • Siswa mengerjakan latihan soal 	
□	Kegiatan Penutup		

	<ul style="list-style-type: none"> • Guru bersama siswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung • Siswa mendengarkan arahan guru untuk materi pada pertemuan berikutnya, yaitu pelayanan beserta jenis dan kualitas pelayanan 	15 menit
--	---	----------

Pertemuan Keempat

□	Kegiatan Pendahuluan	
	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu siswa (ketua kelas) memimpin berdoa untuk menumbuhkan perilaku religius • Salah satu siswa (ketua kelas) melaporkan kehadiran siswa lain sebagai pembiasaan perilaku jujur dan disiplin • Siswa mencermati informasi manfaat mempelajari contoh-contoh pelayanan pelanggan dalam perusahaan • Siswa diingatkan tentang bisnis dan pemasaran, misalkan dengan pertanyaan Kalian masih ingat komunikasi nonverbal dengan pelanggan? Apa itu Pelayanan pelanggan? Bagaimana cara berkomunikasi dengan baik? • Siswa mencermati informasi tentang asesmen yang dilakukan yaitu asesmen asesmen kelompok • Siswa mencermati informasi tentang prosedur pembelajaran, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Memperhatikan penjelasan awal dari guru tentang contoh pelayanan pelanggan dalam perusahaan ○ Membentuk kelompok diskusi @ 3-4 orang ○ Mendiskusikan masalah yang ada pada LKS-4 ○ Menyiapkan laporan hasil diskusi ○ Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil diskusi dan siswa lain menanggapi 	10 menit
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Menyimpulkan jenis-jenis pelayanan dan kualitas pelayanan ○ Mengerjakan latihan soal ○ Mengerjakan kuis 	
□	Kegiatan inti	

	<p><u>Fase 1:</u> Orientasi siswa pada masalah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa memperhatikan contoh proses dan jenis-jenis pelayanan pelanggan • siswa mengamati dan memahami masalah secara individu dan mengajukan hal-hal yang belum dipahami terkait masalah yang disajikan. 	<p>65 menit</p>
	<p><u>Fase 2:</u> Mengorganisasikan siswa belajar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa dikelompokkan dengan anggota 3 – 4 siswa dengan mempertimbangkan sisi kemampuan, gender, budaya, maupun agama sesuai pembagian kelompok yang telah direncanakan oleh guru. • Siswa menerima Lembar Kegiatan Siswa-4 (LKS) yang dibagikan oleh guru • Siswa diminta berdiskusi dalam kelompok untuk melakukan aktivitas-1 dan aktivitas-2 • Siswa yang mengalami kesulitan dalam memahami materi diberi kesempatan bertanya pada guru. • Siswa diberi bantuan berkaitan dengan kesulitan yang dialami siswa secara individu, kelompok, atau klasikal. 	

	<p><u>Fase 3:</u> Membimbing penyelidikan individu dan kelompok</p>	<ul style="list-style-type: none"> • siswa diminta mengamati hubungan/pola/aturan tertentu pada setiap aktivitas-1, • Setelah selesai melakukan aktivitas-1. Siswa diminta melakukan aktivitas-2 • Siswa diminta membandingkan kedua aktivitastersebut. Hubungan apa yang diperoleh? • Siswadiminta menemukan contoh-contoh proses bisnis dalam bidang pemasaran 	
	<p><u>Fase 4:</u> Mengembangkan dan menyajikan hasil karya</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ Siswa diminta menyiapkan laporan hasil diskusi kelompok (Guru berkeliling mencermati siswa bekerja menyusun laporan hasil diskusi, dan memberi bantuan, bila diperlukan) □ Siswa diminta menentukan perwakilan kelompok secara musyawarah untuk menyajikan (mempresentasikan) laporan di depan kelas. 	
	<p><u>Fase 5:</u> Menganalisa dan mengevaluasi proses pemecahan masalah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa yang lain didorong untuk responsif dengan memberikan tanggapan secara kritis • Siswa dilibatkan untuk mengevaluasi laporan kelompok penyaji serta masukan dari siswa yang lain dan membuat kesepakatan, bila jawaban yang disampaikan siswa sudah benar • Siswa dari kelompok lain yang mempunyai jawaban berbeda dari kelompok penyaji diberi kesempatan untuk mengkomunikasikan hasil diskusikelompoknya 	

		<p>secara runtut, dan sopan. Apabila ada lebih dari satu kelompok, maka siswa diminta bermusyawarah untuk menentukan urutan penyajian</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siswa diminta membuat kesimpulan tentang contoh-contoh proses komunikasi bisnis • Siswa diminta mengerjakan latihan soal 	
□ Kegiatan Penutup			
	<ul style="list-style-type: none"> • Guru bersama siswa melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kegiatan pembelajaran serta manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung • Siswa mendengarkan arahan guru untuk materi pada pertemuan berikutnya 		15 menit

Apakah pembelajaran yang saya lakukan sudah sesuai dengan apa yang saya rencanakan?
Bagian rencana pembelajaran manakah yang sulit dilakukan?
Apa yang dapat saya lakukan untuk mengatasi hal tersebut?
Berapa persen siswa yang berhasil mencapai tujuan pembelajaran?
Apa kesulitan yang dialami oleh siswa yang belum mencapai tujuan pembelajaran?

Apa yang akan saya lakukan untuk membantu mereka?

Pada bagian mana yang belum kalian pahami?

Apakah LKS membantu kalian memahami materi hari ini?

URAIAN MATERI

PELAYANAN PELANGGAN

A. Definisi Pelayanan Pelanggan

Pelayanan pelanggan adalah suatu tindakan, perbuatan atau aktivitas seseorang atau suatu organisasi dalam upaya pemenuhan kebutuhan atau keinginan pelanggan yang dilakukan melalui interaksi dan komunikasi yang baik dengan pelanggan, sesama karyawan dan juga pimpinan guna memenuhi harapan, kepuasan dan pemecahan permasalahan.

Pelayanan pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan. Pelanggan membutuhkan informasi yang lengkap dan jelas, pelayanan yang lebih cepat, kenyamanan pelayanan, dan lain-lain. Pelayanan pelanggan disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan

Pengertian Pelayanan Pelanggan menurut para ahli:

- Menurut Tjiptono (2005), pelayanan pelanggan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.
- Menurut Kasmir (2017), pelayanan pelanggan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan.
- Menurut Sinambela (2008), pelayanan pelanggan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.
- Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006), pelayanan pelanggan adalah berbagai aktivitas di seluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan mulai dari pemesanan, pemrosesan, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerja sama

dengan konsumen.

- Menurut Ratminto dan Winarsih (2005), pelayanan pelanggan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan pelanggan.

B. Aspek Pelayanan Pelanggan

Menurut Rangkuti (2010), pelayanan terhadap pelanggan memiliki tiga aspek utama, yaitu sebagai berikut:

- 1. Personalized.** Memberikan pelayanan dengan sepenuh hati kepada pelanggan secara personal, yaitu dengan cara menyebut nama pelanggan pada waktu berhubungan sambil tersenyum.
- 2. Memorable.** Memberikan pelayanan yang akan selalu dikenang oleh pelanggan. Misalnya dengan cepat tanggap membantu permasalahan pelanggan. Memberikan pelayanan yang akan selalu dikenang tidak harus mahal, bisa berupa pelayanan kecil tetapi memberikan makna yang sangat besar. Misalnya, memberi perhatian secara khusus kepada pelanggan tersebut.
- 3. Timely.** Saat ini bukan zaman memberikan pelayanan yang lambat kepada pelanggan. Pelanggan yang menggunakan produk atau jasa perusahaan adalah pelanggan yang sibuk dan istimewa. Jadi perusahaan sudah seharusnya memberikan pelayanan yang terbaik dan secepat mungkin kepada orang-orang yang istimewa tersebut.

C. Karakteristik Pelanggan

Menurut Fitzsimmons (2006), pelayanan pelanggan memiliki beberapa ciri atau karakteristik, antara lain yaitu sebagai berikut:

- 1. Partisipasi pelanggan dalam proses pelayanan.** Kehadiran pelanggan sebagai partisipan dalam proses pelayanan membutuhkan sebuah perhatian untuk mendesain fasilitas. Kondisi yang demikian tidak ditemukan pada perusahaan manufaktur yang tradisional. Kehadiran secara fisik pelanggan disekitar fasilitas pelayanan tidak dibutuhkan oleh

perusahaan-perusahaan manufaktur.

- 2.** Kejadian pada waktu yang bersamaan (simultaneity). Fakta bahwa pelayanan dibuat untuk digunakan secara bersamaan, sehingga pelayanan tidak disimpan. Ketidakmampuan untuk menyimpan pelayanan ini menghalangi penggunaan strategi manufaktur tradisional dalam melakukan penyimpanan untuk mengantisipasi fluktuasi permintaan.
- 3.** Pelayanan langsung digunakan dan habis (service perishability). Pelayanan merupakan komoditas yang cepat habis. Hal ini dapat dilihat pada tempat duduk pesawat yang habis, tidak muat nyaruarangan rumah sakit atau hotel. Pada masing-masing kasus telah menyebabkan kehilangan peluang.
- 4.** Tidak berwujud (intangibility). Pelayanan adalah produk pikiran yang berupa ide dan konsep. Oleh karena itu, inovasi pelayanan tidak bisa dipatenkan. Untuk mempertahankan keuntungan dari konsep pelayanan yang baru, perusahaan harus melakukan perluasan secepatnya dan mendahului pesaing.
- 5.** Beragam (heterogenity). Kombinasi dari sifat tidak berwujud pelayanan dan pelanggan sebagai partisipan dalam penyampaian sistem pelayanan menghasilkan pelayanan yang beragam dari konsumen ke konsumen. Interaksi antara konsumen dan pegawai yang memberikan pelayanan menciptakan kemungkinan pengalaman kerja manusia yang lebih lengkap.

D. Indikator Pelayanan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006), kualitas pelayanan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu sebagai berikut:

a. Bukti fisik (tangible)

Bukti fisik (tangible) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan, sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik seperti transportasi (armada), Perlengkapan dan peralatan yang digunakan

(teknologi), serta penampilan pegawai. Fasilitas fisik yang lengkap dan memadai akan membuat pelanggan merasa puas dan nyaman dalam menggunakan pelayanan tersebut.

b. Empati (emphaty)

Empati (emphaty) dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan untuk memenuhi kebutuhan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Apabila penilaian pelanggan untuk perhatian dari perusahaan sangat baik maka akan berdampak pada kepuasan pelanggan setelah menggunakan jasa yang diberikan.

c. Keandalan (reliability)

Keandalan (reliability) yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan dan sikap yang simpatik. Keandalan juga merupakan salah satu elemen yang harus diperhatikan, karena kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik akan membuat pelanggan merasa puas dengan kinerja perusahaan.

d. Daya tanggap (responsiveness)

Daya tanggap (responsiveness) suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan menyampaikan informasi yang jelas sehingga responsiveness dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Daya tanggap/ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Dalam implementasinya daya tanggap meliputi kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan cepat dan tanggap dalam menangani transaksi serta penanganan keluhan pelanggan.

e. Laminan (assurance)

laminan (assurance) adalah pengetahuan, kesopanan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya

para konsumen kepada perusahaan. Pengetahuan, kesopan-santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dapat menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. *laminan* atau *assurance* merupakan pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam membeli jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu *assurance* sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidak-pastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa.

E. Manfaat Pelayanan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2012), pelayanan pelanggan memberikan dampak langsung terhadap kepuasan konsumen. Adapun beberapa manfaat dari pelayanan pelanggan terhadap kepuasan konsumen antara lain yaitu sebagai berikut:

- 1.** Pelanggan akan setia. Konsumen akan setia kepada perusahaan karena konsumen merasa pelayanan perusahaan sangat baik, pelanggan bisa jadi akan menjadi pelanggan tetap perusahaan tersebut.
- 2.** Pelanggan bisa menjadi media iklan. Pelanggan bisa menjadi media iklan gratis dengan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan, pelanggan bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.
- 3.** Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin. Dengan semakin banyaknya pelanggan tetap perusahaan, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapatkan pelanggan, karena sudah adanya para pelanggan tetap tersebut.
- 4.** Pelanggan tidak akan mempermasalahkan mengenai harga karena rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, maka pelanggan tidak akan mempermasalahkan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan.
- 5.** Pelanggan merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi. Kebutuhan pelanggan bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan perusahaan. Dengan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.

6. Nama baik perusahaan meningkat. hal ini dikarenakan semakin banyaknya pelanggan yang merasa puas dan menjadi pelanggan yang setia sehingga nama baik perusahaan meningkat di mata semua pelanggan
7. Unggul dalam persaingan bisnis. perusahaan bisa dikatakan satu langkah di depan perusahaan lainnya dalam bersaing karena pelanggan telah mempercayai baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk perusahaan tersebut.

II. PELAYANAN PRIMA

Excellent service atau disebut juga pelayanan prima merupakan melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada para pelanggan, sehingga pelanggan menjadi merasa puas. Atau definisi pelayanan prima yakni melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada para pelanggan atau konsumen sehingga menimbulkan rasa yang puas. Secara umum tujuan pelayanan prima yakni memberikan pelayanan sehingga bisa memenuhi dan memuaskan para pelanggan sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

a. Tujuan Pelayanan Prima

- Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggannya.
- Membantu pelanggan untuk mengambil keputusan supaya membelibarangatau jasa yang ditawarkan.
- Menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap barang ataupun jasa yang ditawarkan penjual.
- Menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan kepada para pelanggan.
- Untuk menghindari terjadinya berbagai macam tuntutan atau aduan dari pelanggan kepada penjual terhadap produk atau jasa yang dijualnya.
- Supaya konsumen atau pelanggan merasa diperhatikan dan merasa diperlakukan secara baik.
- Untuk menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas konsumen, supaya tetap membeli barang atau jasa yang dijual.

b. Fungsi Pelayanan Prima

- Adapun beberapa fungsi pelayanan prima diantaranya sebagai berikut ini:
- Untuk melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat sehingga pelanggan merasa puas.
- Untuk menciptakan suasana dimana konsumen merasa diperhatikan dan dianggap sangat penting bagi perusahaan.
- Untuk menciptakan pangsa pasar yang lebih baik lagi terhadap produk atau jasa yang dijual.
- Untuk memuaskan pelanggan supaya tetap menggunakan produk maupun jasa perusahaan.
- Untuk menempatkan para pelanggan sebagai mitra bisnis. Untuk dapat memenangkan persaingan pasar.
- Dan untuk memberikan keuntungan yang maksimal.

C. Konsep Pelayanan Prima

Konsep pelayanan prima ada 3 (tiga) macam, berikut ini penjelasan singkatnya:

Konsep Sikap / Attitude

Sikap yang harus dimiliki diantaranya sikap yang ramah, penuh perhatian, dan memiliki rasa bangga terhadap perusahaan. Diharapkan para pegawai pada suatu perusahaan harus mencerminkan perusahaan itu sendiri. Karena para pegawai yang melayani konsumen akan mencerminkan citra perusahaan. Para konsumen atau pelanggan akan memberikan kesan pertama saat berhubungan langsung dengan orang yang terlibat dalam perusahaan tersebut salah satunya yaitu pegawainya yang memberikan pelayanan. Kesuksesan suatu perusahaan jasa pelayanan akan sangat tergantung pada orang-orang yang terlibat dalam menjalankan perusahaan tersebut. Beberapa sikap yang diharapkan seperti sikap yang memiliki rasa bangga terhadap pekerjaan yang dilakukan, mengabdikan diri kepada pekerjaan yang dilakukan, selalu menjaga citra baik perusahaan dan lain-lain.

Tentunya pada konsep sikap ini pegawai pelayanan harus memiliki

pengetahuan yang berhubungan dengan pekerjaannya, memiliki kemampuan atau keterampilan yang sesuai dengan pekerjaannya, dan bisa berkomunikasi dengan baik. Dan yang harus diperhatikan juga pegawai harus berpenampilan menarik dan sopan sesuai peraturan perusahaan.

- **Konsep Tindakan / Action**

Dalam konsep tindakan, misalnya seorang pegawai pada bagian pelayanan harus selalu memperhatikan dan mencermati apa yang menjadi keinginan konsumen. Jika pelanggan sudah menunjukkan minat untuk membeli produk, maka segera layani pelanggan tersebut dan tawarkan bantuan yang mungkin dia butuhkan supaya pelanggan merasa puas terhadap pelayanan tersebut. Beberapa bentuk pelayanan pada konsep ini misalnya seperti mencatat pesanan yang diinginkan pelanggan, menegaskan atau mengecek kembali yang di pesan pelanggan, menyelesaikan transaksi pesanan pelanggan, dan biasanya jika sudah melayani mengucapkan terimakasih kepada pelanggan.

d. Contoh Pelayanan Prima

Beberapa contoh pelayanan prima misalnya seperti yang dilakukan oleh bank saat kita memasuki bank biasanya satpam akan menyapa dan bertanya, lalu satpam akan menunjukkan kita ke pelayanan yang kita butuhkan, biasanya saat kita ke teller bank, pihak teller akan menyapa kembali dan memberikan pelayanan, setelah pelayanan selesai pihak teller akan bertanya kembali "apa ada yang biasanya saya bantu lagi pak..??"

Contoh selanjutnya pada supermarket misalnya kita berkunjung ke supermarket hendak membeli sesuatu, biasanya saat kita masuk ke supermarket kasir atau pegawai akan mengucapkan selamat datang sambil tersenyum dan saat kita hendak membayar belanjaan pegawai kasir akan memberikan penawaran lain kepada kita sambil tersenyum, dan terakhir selalu mengucapkan terimakasih. Itulah contoh pelayanan yang maksimal yang dilakukan oleh bank untuk memberikan rasa puas kepada para nasabahnya.

EVALUASI

I. PILIHAN GANDA

1. Arti kata hygiene yaitu?
 - a. kebersihan
 - b. sehat
 - c. racun
 - d. kesehatan

2. Pengertian dari personal hygiene, adalah?
 - a. pribadi yang kuat
 - b. kesehatan pribadi
 - c. pribadi handal
 - d. pribadi tangguh

3. Personal hygiene yang berkaitan dengan kesehatan ialah..
 - a. tidak baubadan
 - b. tidak memakai aksesoris berlebihan
 - c. kuku tidak panjang
 - d. rambut harus bersih

4. Di bawah ini adalah hal yang harus di perhatikan dalam presentasi pribadi, kecuali..
 - a. undangan
 - b. tempat
 - c. alat bantu
 - d. peserta

5. Berikut ini adalah kegiatan yang sebaiknya tidak dilakukan pada saat presentasi, kecuali..
 - a. menyapa peserta dengan pandangan mata
 - b. membelakangi peserta
 - c. memainkan barang sekitar
 - d. memainkan tangan

6. Cara menghadapirasa takut pada saat berbicara dihadapan orang banyak adalah..
 - a. mencobaberani
 - b. menyuruh orang lain
 - c. meminta penundaan waktu

- d. tidak bisa berbicara kepada org banyak
7. Rambut yang bersih,kecuali...
- a. berketombe
 - b. kotor
 - c. tidakdikeramas
 - d. a,b,c,benar
8. Maksud dari behavior,adalah?
- a. kebiasaan
 - b. karakter
 - c. nilai
 - d. sikap
9. Apa arti kataattitude?
- a. nilai
 - b. sikap
 - c. karakter
 - d. kebiasaan
10. Prinsip pelayanan prima berdasarkan konsep A3, yaitu..
- a. perhatian – sikap – kepribadian|
 - b. sikap – perhatian – tindakan
 - c. sikap – tindakan – pemantauan
 - d. sikap – perhatian – terobosan
11. Apa arti kata dari character ?
- a. karakter
 - b. nilai
 - c. sikap
 - d. baik
12. Kepribadian yang diperoleh sejak lahir adalah..
- a. bakat
 - b. pendidikan
 - c. ganda
 - d. baik
13. Orang yang melepas sesuatunya berupa barang produksi di
kegiatannya

- a. penjual
- b. admin
- c. personalia
- d. tataniaga

14. Pemberian pelayanan barang, jasa dengan baik kepada pembeli disebut?

- a. pelayanan purna jual
- b. pelayanan prima
- c. pelayanan kepada masyarakat
- d. siklus pelanggan

15. Pemberian pelayanan yang baik berdasar konsep A3 ..

- a. attitude
- b. action
- c. attitude, action, attention
- d. attitude, action, akuntabilitas

ESSAY

1. Apa pengertian etiket?
2. Tujuan dari etiket?
3. Yang perlu di perhatikan dalam etiket adalah?
4. Sebutkan hal yang harus di perhatikan dalam berbicara?
5. Sebutkan hal yang harus di perhatikan untuk hindari pada berbicara
6. Sebutkan hal yang di takuti seorang pada saat bicara
7. Yang harus di lakukan utk tampil lebih baik
8. Sebutkan cara berjalan
9. Cara duduk yang tidak sesuai ada 3, sebutkan?
10. Sebutkan yang perlu di sampaikan pada saat ada diminta bicara mendadak



PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
PIMPINAN DAERAH MUHAMMADIYAH KOTA MALANG
SMK MUHAMMADIYAH 2 MALANG
STATUS "TERAKREDITASI"

Jl. Baiduri Sepah No. 27, Telepon (0341) 552857, Faximile (0341) 552857 Kota Malang 65144
E-mail : smkm2_mlg@yahoo.co.id Website : http://www.smkm2malang.sch.id

B. Hasil Penilaian Siswa

NILAI ASESMEN FORMATIF HARIAN KELAS X BDP

NAMA PESERTA DIDIK	ASESMEN FORMATIF																			
	TOPIK/MATERI 1					RATA-RATA TOPIK 1	TOPIK/MATERI 2					RATA-RATA TOPIK 2	TOPIK/MATERI 3					RATA-RATA TOPIK 3	NILAI UTS GENAP	RATA-RATA ASESMEN FORMATIF
	Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5		Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5		Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5			
Afrizal Dwi Anugerah	90	75	70	80	80	79	88	80	80	79	80	81	80	80	81	82	83	81	78	80
Aldin Nur Prasetyo	90	75	70	80	80	79	96	80	80	81	82	84	70	80	83	84	85	80	76	80
Anggi Kurniawan	80	80	100	80	80	84	100	80	85	84	83	86	80	80	82	81	80	81	93	86
Anisa Viola Febryan	80	85	80	80	80	81	88	80	80	89	78	83	70	80	81	81	81	79	77	80
Ariel Kurniawan Putra Herdiansyah	80	75	75	80	80	78	75	85	88	88	100	87	95	90	88	90	88	90	63	80
Ariel Putra Firmansyah	100	100	100	100	100	100	70	70	70	70	70	70	70	70	70	80	80	89	87	87
Aviandi Ramadani	90	85	95	95	95	92	92	100	70	80	80	84	80	80	90	85	90	85	81	86
Ayu Khusnul Khotimah	90	80	90	80	80	84	88	100	100	80	80	90	70	100	80	80	75	81	94	87
Dandi Wahyu Adi	80	75	70	80	80	77	100	80	80	85	90	87	70	80	90	95	100	87	73	81



PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
PIMPINAN DAERAH MUHAMMADIYAH KOTA MALANG
SMK MUHAMMADIYAH 2 MALANG
STATUS "TERAKREDITASI"

Jl. Baiduri Sepah No. 27, Telepon (0341) 552857, Faximile (0341) 552857 Kota Malang 65144
E-mail : smkm2_mlg@yahoo.co.id Website : <http://www.smkm2malang.sch.id>

Wijaya																					
Dhea Ayu Fernanda	90	95	95	100	90	94	98	100	100	85	90	95	80	90	95	90	95	90	80	90	
Egik Audiyanti	90	85	100	80	80	87	98	90	90	95	90	93	80	90	95	100	85	90	86	89	
Eva Puspita Sari	80	80	70	80	80	78	100	80	80	85	90	87	70	80	95	100	95	88	66	80	
Fatma Umbarwati	80	75	70	80	80	77	88	80	80	85	90	85	70	80	95	100	75	84	98	86	
Firdha Dhea Anjari	80	85	80	80	80	81	88	80	80	85	85	84	80	80	80	80	80	80	74	80	
Galih Sadya Nohan Ardani	80	85	100	80	80	85	88	80	80	80	80	82	70	80	80	80	80	78	74	80	
Ike Ameliasari	80	80	100	80	80	84	88	80	80	80	80	82	70	80	80	80	80	78	75	80	
Indri Novia Putri	90	80	100	80	80	86	92	100	100	80	80	90	70	80	80	80	80	78	87	85	
Jihan Salma Astianudin	90	80	100	80	80	86	100	100	100	90	90	96	80	100	90	90	90	90	100	93	
Liya Mardiyana	100	90	100	100	100	98	100	98	98	98	98	98	90	90	90	90	90	90	65	88	
Melisa Yudista Ananda	100	90	100	90	90	94	92	100	100	90	90	80	90	90	90	90	90	90	77	85	
Mochamad Husni Al Habsyi	100	100	90	90	90	94	100	100	100	90	90	96	100	100	97	90	90	95	49	84	
Mohamad Lendra Rizki Mahardika	80	75	70	80	80	77	100	90	80	80	80	86	70	80	80	80	80	78	87	82	
Muchammad Vicky Putra Pratama	90	85	80	80	90	85	88	80	80	90	90	86	80	90	90	90	80	86	59	79	



PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
 PIMPINAN DAERAH MUHAMMADIYAH KOTA MALANG
SMK MUHAMMADIYAH 2 MALANG
STATUS "TERAKREDITASI"

Jl. Baiduri Sepah No. 27, Telepon (0341) 552857, Faximile (0341) 552857 Kota Malang 65144
 E-mail : smkm2_mlg@yahoo.co.id Website : <http://www.smkm2malang.sch.id>

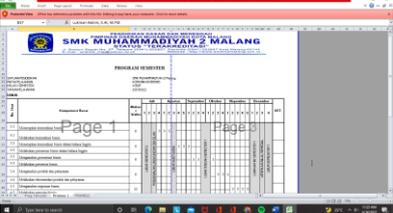
Muhamad Alfarizy Maulana	100	95	90	100	100	97	100	100	100	95	100	99	80	90	95	90	90	89	60	86
Muhammad Rafli Chandra Wibowo	80	80	100	80	80	84	92	100	100	95	90	95	80	80	85	90	95	86	96	90
Ofa Nesa Ameliya	90	80	100	80	80	86	96	80	80	80	80	83	70	80	85	85	85	81	90	85
Rian Halayuda	80	80	70	80	80	78	96	80	80	85	90	86	70	80	95	100	85	86	59	77
Salwa Nazharatul Wardani	90	80	100	80	80	86	92	100	100	95	90	95	70	80	85	80	75	78	98	89
Syahwa Fajri Putri Anandra	90	75	70	80	80	79	96	80	80	85	80	84	70	80	75	80	85	78	83	81
Vina Ulan Darri	90	80	100	80	80	86	96	100	100	80	85	92	80	100	80	85	90	87	93	90

LOG AKTIVITAS ASISTENSI MENGAJAR

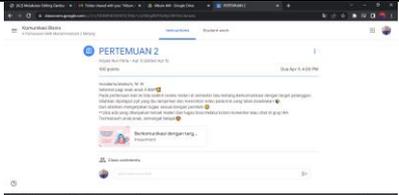
Nama Mahasiswa : Anjani Nur Fitria
NIM : 190411630464
Prodi : S1 Pendidikan Tata Niaga

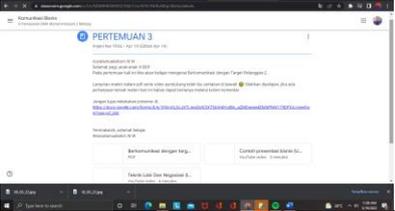
No	Tanggal	Program kegiatan	Bentuk Kegiatan	Unggah Bukti	Paraf guru	Paraf dosen
1	18 Februari 2022	Pengenalan sekolah	Observasi dan presentasi oleh pihak sekolah kepada Mahasiswa	 		
2	23 Februari 2022	Pengantaran Mahasiswa	Pengantaran mahasiswa oleh dosen pembimbing			
3	7 Maret 2022	Pengenalan sekolah lanjutan	Pengenalan kurikulum dan sistem pembelajaran sekolah, SMK Muhammadiyah 2 Malang			
4	10 Maret 2022	Forum Group Discussion	Seminar perencanaan kegiatan Asistensi Mengajar Universitas Negeri Malang 2021/2022			

						
5	14 Maret 2022	Kegiatan Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama Menjadi pengawas UTS			
6	15 Maret 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan bertugas piket mini office	 		
7	16 Maret 2022	Kegiatan Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama Menjadi pengawas UTS	 		
8	17 Maret 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama, Menjadi pengawas UTS dan piket mini office			

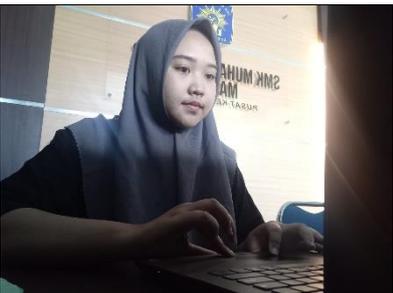
						
9	18 Maret 2022	Kegiatan Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama Menjadi pengawas UTS			
10	21 Maret 2022	Kegiatan Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan penyusunan perangkat belajar			
11	22 Maret 2022	Kegiatan Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan penyusunan perangkat belajar			
12	23 Maret 2022	Kegiatan Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan membantu produksi sekolah			
13	24 Maret 2022	Kegiatan nonakademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama, dan piket mini office			

14	25 Maret 2022	Kegiatan akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan membantu produksi sekolah			
15	28 Maret 2022	Kegiatan akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan membantu produksi sekolah			
16	29 Maret 2022	Kegiatan akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan persiapan logistic untuk PPDB			
17	30 Maret 2022	Kegiatan akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan persiapan logistic untuk PPDB			
18	31 Maret 2022	Kegiatan nonAkademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan piket mini office			
19	4 April 2022	Kegiatan Non akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan kegiatan Darul Arqam			

20	5 April 2022	Kegiatan Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan kegiatan pembelajaran secara daring asinkronus			
21	6 April 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama kegiatan produksi produk sekolah (jahe bubuk)			
22	7 April 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan piket mini office			
23	8 April 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan kegiatan produksi produk sekolah (packaging kunyit asam)			
24	11 April 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan Produksi produk sekolah (packaging kopi)			

25	12 April 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan produksi produk sekolah (jahe bubuk)			
26	13 April 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan kegiatan produksi produk sekolah (packing kuniyt asam)			
27	14 April 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan piket mini office			
28	18 April 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan membantu produksi sekolah			
29	19 April 2022	Kegiatan Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan kegiatan pembelajaran secara daring asinkronus			
30	20 April 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan membantu penataan produk Smud's Mart			

31	21 April 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan piket mini office	 		
32	22 April 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan kegiatan evaluasi Bersama guru pamong			
33	9 Mei 2022	Kegiatan Non Akademik	Halal bihalal			
34	10 Mei 2022	Kegiatan Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan kegiatan pembelajaran secara luring			
35	11 Mei 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan bertugas sebagai guru piket			

						
36	12 Mei 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarrus Al-Qur'an Bersama dan piket mini office			
37	13 Mei 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan pengerjaan proposal program kerja			
38	17 Mei 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan pengerjaan proposal program kerja			
39	18 Mei 2022	Kegiatan Non Akademik	Pengerjaan program kerja Perpustakaan			
40	19 Mei 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama dan pengerjaan proposal program kerja			

41	20 Mei 2022	Kegiatan Non Akademik	Pengerjaan program kerja Perpustakaan			
42	23 Mei 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama, pengerjaan proposal program kerja dan evaluasi Asistensi Mengajar Bersama guru koordinator			
43	24 Mei 2022	Kegiatan Akademik dan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an Bersama, Kegiatan Entrepreneurship Program untuk siswa X BDP dalam mata pelajaran komunikasi bisnis dan rapat pelaksanaan program kerja			
44	25 Mei 2022	Kegiatan Non akademik	Tadarus Al-qur'an dan piket mini office			
45	27 Mei 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an dan kegiatan keputrian			
46	30 Mei 2022	-	Izin tidak hadir			

47	31 Mei 2022	Kegiatan Akademik dan Non Akademik	Tadarus Al-qur'an dan kegiatan Entrepreneurship program untuk kelas X BDP			
48	2 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-qur'an dan piket mini office			
49	3 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an			
50	6 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an dan menjaga Siswa UAS			
51	7 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an dan menjaga Siswa UAS			
52	8 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an dan menjaga Siswa UAS			
53	9 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an, menjaga Siswa UAS dan mentoring Lomba Speech Ekstrakurikuler English Club			

						
54	10 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an dan menjaga Siswa UAS			
55	13 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an dan menjaga Siswa UAS			
56	14 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an dan menjaga Siswa UAS			
57	15 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Tadarus Al-Qur'an dan menjaga Siswa UAS			
58	16 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Pengolahan Nilai siswa			
59	17 Juni 2022	Kegiatan Non akademik	Pengolahan nilai siswa dan rapat persiapan Seminar Motivasi			

60	20 Juni 2022	Kegiatan non akademik	Persiapan dan gladi bersih Seminar Motivasi			
61	21 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Kegiatan Seminar Motivasi			
62	22 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Latihan English club dan pengerjaan laporan Asistensi Mengajar			
63	23 Juni 2022	Kegiatan Non Akademik	Kegiatan class meeting			
64	24 Juni 2022	Kegiatan Non akademik	Penyerahan hadiah kepada pemenang Entrepreneurship program			
65	28 Juni 2022	Kegiatan Non akademik	Kegiatan workshop untuk guru SMK Muhammadiyah 2 Malang			

