

PAKET
KREDENSIAL MIKRO GURU SMK
DIKLAT DIGITAL MARKETING
KODE PAKET :

BBPPMPV BISNIS DAN PARIWISATA
JALAN RAYA PARUNG KM. 22-23 BOJONGSARI, DEPOK, JAWA BARAT
2025

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
PAKET KREDENSIAL MIKRO	1
1. Nama Paket	1
2. Kode Paket	1
3. Kualifikasi/Jenjang	1
4. Tujuan Pelatihan	1
5. Unit Kompetensi yang ditempuh	1
6. Perkiraan Waktu Pelatihan	2
7. Persyaratan Peserta Pelatihan	2
8. Persyaratan Instruktur	2
KURIKULUM PELATIHAN BERBASIS KOMPETENSI	
I. Kelompok Unit Kompetensi	3
II. Praktek/Magang	
SILABUS PELATIHAN BERBASIS KOMPETENSI	
I. Kelompok Unit Kompetensi Teknis	
II. Praktek/Magang	

PROGRAM PELATIHAN BERBASIS KOMPETENSI

1. Nama Pelatihan : Diklat Digital Marketing
2. Kode Program Pelatihan :
3. Jenjang Program Pelatihan : -
4. Tujuan Pelatihan : Meningkatkan kompetensi bisnis digital dan daya saing Guru SMK di bidang Pemasaran
5. Unit Kompetensi yang ditempuh :

Kode Unit Kompetensi	Unit Kompetensi
M.70MKT00.013.1	Melaksanakan Kegiatan Analisis di Media Sosial dan Media Bisnis Digital
M.73ADV00.021.1	Menyusun Strategi Konten Iklan
M.73ADV00.024.1	Membuat Materi Konten Iklan
G.46RIT00.053.1	Memberdayakan Media Sosial untuk Menarik Pelanggan Ritel
G.46RIT00.055.1	Melakukan Aktivitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel

6. Perkiraan Waktu Pelatihan : 50 JP Luring
7. Persyaratan Peserta Pelatihan :
 - a. Pendidikan : S1 (Strata 1)
 - b. Pelatihan : -
 - c. Pengalaman Kerja : Mengajar di SMK
 - d. Jenis Kelamin : -
 - e. Umur : Maksimal 50 tahun
 - f. Kesehatan : Sehat jasmani dan rohani
 - g. Persyaratan Khusus : -
8. Persyaratan Instruktur
 - a. Pendidikan Formal : Minimal S2
 - b. Kompetensi Teknis : Menguasai Digital Marketing
 - c. Pengalaman Kerja : Minimal 1 tahun
 - d. Kesehatan : Sehat jasmani dan rohani
 - e. Persyaratan khusus : Menguasai Digital Marketing

KURIKULUM PELATIHAN BERBASISI KOMPETENSI

	MATERI PELATIHAN	KODE UNIT	PERKIRAAN WAKTU PELATIHAN (JP)		
			PENGETAHUAN	KETERAMPILAN (Praktik)	JUMLAH
1	Kegiatan Analisis di Media Sosial dan Media Bisnis Digital	M.70MKT00.013.1	2	3	5
2	Penyusunan Strategi Konten Iklan	M.73ADV00.021.1	3	7	10
3	Pembuatan Materi Konten Iklan	M.73ADV00.024.1	3	7	10
4	Pemberdayaan Media Sosial untuk Menarik Pelanggan Ritel	G.46RIT00.053.1	2	4	6
5	Aktivitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel	G.46RIT00.055.1	2	3	5
6	Assesmen				5
7	Nara Sumber Industri (Tik Tok)				2
	JUMLAH				43

SILABUS PELATIHAN BERBASIS KOMPETENSI

Unit Kompetensi : Melaksanakan Kegiatan Analisis di Media Sosial dan Media Bisnis Digital

Kode Unit : M.70MKT00.013.1

Perkiraan Waktu Pelatihan : 5 JP

Elemen Kompetensi	Kriteria Unjuk Kerja	Indikator Unjuk Kerja	Materi pelatihan	Perkiraan Waktu pelatihan (JP)	
				Pengetahuan	keterampilan
1. Mengidentifikasi alat analisis (analytical tools) dan fungsinya	1.1 Informasi alat analisis pada media sosial didapatkan yang sesuai dengan tujuan pemasaran. 1.2 Ketersediaan alat analisis eksternal diidentifikasi berdasarkan kebutuhan komunikasi pemasaran. 1.3 Tipe data dan fungsi diidentifikasi untuk membantu analisis. 1.4 Acuan data ditentukan untuk mengukur dan meningkatkan keterikatan pelanggan (customer engagement).	Ketepatan menentukan kebutuhan analisis data,serta memilih alat analisis dan data yang relevan dengan tujuan pemasaran	Kegiatan Analisis di Media Sosial dan Media Bisnis Digital	2	3
2. Mengumpulkan dan menganalisis data	2.1 Kebutuhan analisis data ditentukan, serta alat analisis dan data dipilih yang relevan dengan tujuan pemasaran. 2.2 Kualitas data dipilih untuk memastikan relevansinya dengan analisis. 2.3 Kinerja kegiatan diidentifikasi melalui analisis statistik secara kuantitatif. 2.4 Data kualitatif untuk identifikasi tren dan pola dievaluasi sesuai tujuan pemasaran. 2.5 Performa media sosial dan kehadiran daring (online presence				
3. Mengevaluasi pencapaian	3.1 Data kualitatif dan kuantitatif dinilai dengan platform daring. 3.2 Keberhasilan dari kehadiran secara daring (online presence) ditentukan dalam keterikatan pelanggan (customer engagement) dan target lainnya				

	3.3 Laporan dan evaluasi analisis data dibuat dan dilaporkan, termasuk rekomendasi untuk pengembangan selanjutnya. 3.4 Laporan untuk melindungi informasi sensitif pelanggan dibuat sesuai prosedur organisasi.				
--	--	--	--	--	--

Unit Kompetensi : Meyusun Strategi Konten Iklan

Kode Unit : M.73ADV00.021.1

Perkiraan Waktu Pelatihan : 10 JP

Elemen Kompetensi	Kriteria Unjuk Kerja	Indikator Unjuk Kerja	Materi pelatihan	Perkiraan Waktu pelatihan (JP)	
				Pengetahuan	keterampilan
1. Menentukan target audiens	1.1 Sasaran audiens diidentifikasi sesuai rancangan strategi. 1.2 Sasaran audiens ditetapkan sesuai rancangan strategi konten iklan.	Kemampuan mengidentifikasi sasaran audiens sesuai rancangan strategi konten iklan	Penyusunan Strategi Konten Iklan	3	7
2. Merumuskan pesan- pesan kunci	2.1 Alternatif pesan kunci dirumuskan sesuai rancangan strategi konten dan brand personality klien. 2.2 Pesan kunci ditetapkan sesuai rancangan strategi konten				
3. Menetapkan media dan saluran	3.1 Alternatif media dan saluran dirumuskan sesuai rancangan strategi konten. 3.2 Media dan saluran ditetapkan sesuai rancangan strategi konten iklan.				

Unit Kompetensi : Membuat Materi Konten Iklan

Kode Unit : M.73ADV00.024.1

Perkiraan Waktu Pelatihan : 10 JP

Elemen Kompetensi	Kriteria Unjuk Kerja	Indikator Unjuk Kerja	Materi pelatihan	Perkiraan Waktu pelatihan (JP)	
				Pengetahuan	keterampilan
1. Menyiapkan pembuatan materi konten iklan	1.1 Riset pembuatan materi konten iklan dilakukan sesuai content plan. 1.2 Hasil riset disusun sesuai kebutuhan content plan.	Kreativitas dalam membuat konten iklan sesuai content plan	Pembuatan Materi Konten Iklan	3	7
2. Membuat materi konten iklan	2.1 Rancangan konten iklan dibuat sesuai content plan. 2.2 Konten iklan dibuat sesuai content plan.				
3. Mengedit materi konten iklan	3.1 Konten iklan diedit sesuai rancangan strategi konten iklan. 3.2 Konten iklan hasil editing didistribusikan pada media dan saluran sesuai rancangan strategi konten iklan.				

SILABUS PELATIHAN BERBASIS KOMPETENSI

Unit Kompetensi : Memberdayakan Media Sosial untuk Menarik Pelanggan Ritel
Kode Unit : G.46RIT00.053.1
Perkiraan Waktu Pelatihan : 6 JP @ 45 menit

Elemen Kompetensi	Kriteria Unjuk Kerja	Indikator Unjuk Kerja	Materi pelatihan			Perkiraan Waktu pelatihan (JP)	
			Pengetahuan	keterampilan	Sikap	Pengetahuan	keterampilan
1. Menyiapkan hal-hal yang dibutuhkan untuk menggunakan media sosial	1.1 Persyaratan, kebijakan serta prosedur media sosial organisasi ditinjau 1.2 Penelitian atas berbagai platform media sosial serta analisis perbandingan jumlah akun, fungsi dan jangkauan pengunjung dilakukan 1.3 Penelitian terhadap tren baru penggunaan platform media sosial dilakuak 1.4 Platform media sosial yang sesuai dengan kebutuhan merek dagang dan targer pelanggan tertentu dipilih 1.5 Inforamsi dan konten dari sumber internal	Kecermatan melakukan Analisa untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi pengguna media sosial	- Platform media sosial - Pembuatan konten media sosial	Melakukan Analisa untuk mengetahui kebutuhan	- Kritis saat melakukan Analisa dan evaluasi pemberdayaan media sosial - Komunikatif saat berkomunikasi dengan seluruh pemangku kepentingan (stakeholders) terkait pemberdayaan media sosial untuk menarik pelanggan ritel	2 JP	4 JP

	ataupun eksternal mengenai platform media sosial didapatkan 1.6 Konten media sosial dibuat sesuai dengan target pengunjung, nilai-nilai budaya merek, dan persyaratan media sosial. 1.7 Kalender media sosial dibuat.						
2. Menggunakan media sosial untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan ritel	2.1 Peluang-peluang untun mendapatkan konten dari pengguna media sosial diciptakan 2.2 Respon diberikan kepada pelanggan pada waktu yang tepat untuk mengarahkan mereka kepada informasi yang relevan 2.3 Potensi kehancuran merek dikenali agar dapat mengambil Tindakan pencegahan secepat mungkin 2.4 keluhan dan masalah pelanggan ditindak lanjuti berdasarkan kebijakan dan prosedur media sosial	Ketepatan memilih strategi pemberdayaan media sosial untuk menarik pelanggan ritel	• Pengelolaan akun media sosial yang menarik pengunjung • Pemasaran digital • Perangkat lunak terbaru untuk mendukung media sosial	• Mengoperasikan alat pengolahan data dan perangkat lunak yang sesuai dengan kebutuhan bisnis ritel • Menggunakan media sosial untuk mendapatkan pelanggan ritel daring secara optimal • Melakukan komunikasi efektif untuk menarik pelanggan ritel • Membuat perencanaan dan laporan pemberdayaan	• Teliti Ketika membuat perencanaan dan laporan pemberdayaan media sosial untuk menarik pelanggan ritel • Kreatif menghasilkan ide-ide pemberdayaan media sosial untuk menarik pelanggan ritel		

	2.5 hukum dan etika penggunaan media sosial dipatuhi			media sosial untuk menarik pelanggan ritel			
3. mempromosikan produk dan pelayanan ritel di media sosial	3.1 Peluang untuk pemasaran dan menulis konten di sosial media diidentifikasi 3.2 Konten untuk promosi produk dan pelayanan di media sosial disiapkan berdasarkan peluang yang ada 3.3 Konten media sosial ditayangkan menurut kebijakan dan prosedur media sosial 3.4 Media sosial diberdayakan untuk mempromosikan penawaran khusus dan promosi lainnya sebagaimana diperlukan	Keberhasilan membuat konten media sosial yang disukai pengunjung dalam jangka waktu tertentu	• Komunikasi yang efektif • Strategi pemasaran untuk media sosial	• Melakukan komunikasi efektif untuk menarik pelanggan ritel	• Patuh terhadap SOP, peraturan dan ketentuan yang berlaku • Aktif bekerjasama dengan seluruh pemangku kepentingan (stakeholders) terkait pemberdayaan media sosial untuk menarik pelanggan ritel		
4. meninjau penggunaan media sosial	4.1 Aktivitas media sosial dipantau dengan perangkat monitoring yang tepat 4.2 Peluang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan diidentifikasi untuk diteruskan ke pelanggan oleh personel yang relevan	Keberhasilan menambah jumlah pengunjung akun media sosial gerai ritel dalam jangka waktu tertentu	Pembuatan iklan dan promosi di media sosial	• Membuat perencanaan dan laporan pemberdayaan media sosial untuk menarik pelanggan ritel	• mandiri ketika mempelajari pemberdayaan media sosial untuk menarik pelanggan ritel		

	4.3 Aktivitas media sosial dipantau dengan perangkat monitoring yang tepat 4.4 Peluang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan diidentifikasi untuk diteruskan ke pelanggan oleh personel yang relevan 4.5 Tampilan dan gaya akun media sosial diperbaharui secara berkala untuk memaksimalkan efektifitas 4.6 Efektifitas penggunaan media sosial dilaporkan kepada personel yang relevan						
--	--	--	--	--	--	--	--

Mengetahui ,

Koordinator /PJ Kredensial Mikro



Zulfikar, S.T., M.KKK.
NIP. 197612062002121004

SILABUS PELATIHAN BERBASIS KOMPETENSI

Unit Kompetensi

: Melakukan Aktivitas Pemasaran Digital untuk Bisnis Ritel

Kode Unit

: G.46RIT00.055.1

Perkiraan Waktu Pelatihan

: 5 JP @ 45 menit

Elemen Kompetensi	Kriteria Unjuk Kerja	Indikator Unjuk Kerja	Materi pelatihan			Perkiraan Waktu pelatihan (JP)	
			Pengetahuan	keterampilan	Sikap	Pengetahuan	keterampilan
1. Melakukan riset pasar dan tren pemasaran digital	1.1 Riset pasar dari sumber-sumber terpercaya untuk menentukan kebutuhan pelanggan dilakukan 1.2 Tren perkembangan pemasaran digital dan manfaat penggunaannya bagi bisnis ritel diidentifikasi 1.3 Hasil penelitian disesuaikan dengan kebijakan dan prosedur perusahaan	Ketepatan memilih perangkat dan aktivitas pemasaran digital bisnis ritel	- Analisis SWOT - Segmentasi, targeting, dan positioning produk pemasaran digital	- Mengoperasikan alat pengolah data dan perangkat lunak yang sesuai dengan kebutuhan - Mengevaluasi dan menafsirkan analisis pemasaran	- Kritis saat melakukan Analisa dan evaluasi aktivitas pemasaran digital bisnis ritel - Komunikatif saat berkomunikasi dengan seluruh pemangku kepentingan (stakeholders) terkait pemasaran digital bisnis ritel	2	3
2. Melakukan aktivitas pemasaran digital	2.1 Rencana pemasaran digital disesuaikan dengan prosedur yang relevan dalam perusahaan 2.2 Rencana pemasaran digital diterapkan 2.3 Kegiatan pemasaran digital dipastikan patuh pada prosedur,	Ketepatan merencanakan dan menerapkan pemasaran digital bisnis ritel	- Bauran pemasaran - Perangkat daring untuk pemasaran digital	- Menggunakan perangkat daring untuk pemasaran digital - Melakukan komunikasi efektif untuk mendiskusikan perangkat daring dan aktivitas pemasaran digital yang tepat	- Teliti Ketika menghasilkan dokumen dan laporan pemasaran digital bisnis ritel yang paling tepat digunakan - Kreatif menghasilkan ide-ide untuk		

	kebijakan perusahaan dan aspek hukum yang berlaku 2.4 Perangkat daring digunakan untuk meningkatkan sasaran aktivitas pemasaran digital 2.5 Aktivitas pemasaran digital dipantau untuk mendapatkan rekomendasi perluasan rencana pemasaran digital				keberhasilan pemasaran digital bisnis ritel • Patuh terhadap SOP, peraturan dan ketentuan yang berlaku		
3. Meninjau aktivitas pemasaran digital	3.1 Hasil dari aktivitas pemasaran digital dievaluasi 3.2 Hasil dari aktifitas pemasaran digital ditinjau 3.3 Laporan hasil pemasaran digital disiapkan untuk dilanjutkan kepada personel relevan	Keberhasilan menyiapkan dokumen dan laporan terkait pemasaran digital bisnis ritel	• Aktivitas pemasaran digital • Strategi pemasaran digital	• Membuat dokumen dan laporan perangkat daring dan aktivitas pemasaran digital yang tepat digunakan	• Aktif bekerjasama dengan seluruh pemangku kepentingan (stakeholders) terkait pemasaran digital bisnis ritel • Mandiri Ketika mempelajari digital bisnis ritel		

Mengetahui ,

Koordinator /PJ Kredensial Mikro



Zulfikar, S.T., M.KKK.
NIP. 197612062002121004