Modul

Membangun Kapasitas Individu untuk Reintegrasi Sosial

KECAKAPAN SOSIAL

The Habibie Center 2025

Tentang The Habibie Center

The Habibie Center didirikan oleh Bacharuddin Jusuf Habibie pada tahun 1999 sebagai organisasi independen, nonpemerintah dan nonprofit. The Habibie Center memiliki visi untuk memajukan upaya modernisasi dan demokratisasi di Indonesia yang didasarkan pada moralitas dan integritas budaya, serta nilai-nilai agama.

> The Habibie Center memiliki misi, yang pertama menciptakan masyarakat demokratis secara kultural dan struktural yang mengakui, menghormati, dan menjunjung tinggi hak asasi manusia, serta mengkaji dan mengangkat isu-isu perkembangan demokrasi dan hak asasi manusia. Kedua adalah memajukan dan meningkatkan pengelolaan sumber daya manusia dan usaha sosialisasi teknologi.

Tim Penyusun Modul

Imron Rasyid

Johari Efendi

Salsabila A. Wilinia

Sopar Peranto

Susi Nurlianti

Firda Safhira

facebook.com/habibiecenter
@habibiecenter
@habibicenter
The Habibie Center
The Habibie Center
www.habibiecenter.or.id

Modul

Membangun Kapasitas Individu untuk Reintegrasi Sosial (Kecakapan Sosial)

The Habibie Center

2025

Daftar Isi

I ..... **Tentang Modul**
IV ..... **Pokok Bahasan dan Sesi-Sesi Modul Pelatihan**
VII ..... **Cara Menggunakan Buku Modul**
IX ..... **Petunjuk Praktis untuk Fasilitator**
XI ..... **Petunjuk untuk Panitia Penyelenggara**

01 ..... **Pokok Bahasan I - Komunikasi Positif**
02 ..... Sesi 1: Alur, Alat Penyampaian, dan Konteks Komunikasi
08 ..... Sesi 2: Pendengar Aktif
11 ..... Sesi 3: Mendorong Komunikasi Positif

14 ..... **Pokok Bahasan II - Dialog**
15 ..... Sesi 1: Dialog

20 ..... **Pokok Bahasan III - Literasi Keuangan Dasar**
21 ..... Sesi 1: Menghitung Biaya Produksi
26 ..... Sesi 2: Strategi Efisiensi Biaya Produksi
28 ..... Sesi 3: Pemisahan Keuangan Bisnis dan Keluarga

32 ..... **Pokok Bahasan IV - Pengenalan Dasar Negosiasi**
33 ..... Sesi 1: Pendekatan Negosiasi
40 ..... Sesi 2: Membedakan Posisi dan Kepentingan
45 ..... Sesi 3: Alat Bayar

48 ..... **Pokok Bahasan V - Pemasaran di Media Sosial**
49 ..... Sesi 1: Pengantar Pemasaran Konvensional dan Tantangannya
52 ..... Sesi 2: Strategi Pemasaran di Media Sosial
55 ..... Sesi 3: Praktik Pemasaran di Media Sosial

Tentang Modul

Buku modul ini oleh tim penyusun diberi judul ***Kecakapan Sosial untuk Membangun Kapasitas Individu untuk Reintegrasi Sosial (Materi Tambahan***) – disebut ***Modul Kecakapan Sosial***. Pertanyaan awal yang muncul adalah apa dan mengapa modul dengan materi kecakapan sosial disusun, dan apa hubungannya dengan materi yang ada dalam ***Modul Membangun Kapasitas Individu untuk Reintegrasi Sosial (Pendekatan Psikososial)*** – disebut ***Modul Psikososial ?***

Modul Kecakapan Sosial merupakan materi tambahan untuk mendukung implementasi dan praktik lebih lanjut dari Modul Psikososial. Jika Modul Psikososial lebih berfokus pada pembangunan kapasitas melalui perspektif kognitif dan sosiokultural—dengan asumsi bahwa perubahan individu berawal dari pola pikir dan lingkungan—maka Modul Kecakapan Sosial hadir untuk meningkatkan keterampilan teknis dalam membangun hubungan sosial. Secara substantif, modul ini menawarkan lebih banyak keterampilan praktis sebagai pelengkap dari materi yang terdapat dalam Modul Psikososial.

Pada prinsipnya, modul ini merupakan pelengkap bagi Modul Pendekatan Psikososial. Meski demikian, keduanya harus dipahami secara menyeluruh sebagai satu kesatuan yang utuh. Materi pelengkap ini sangat krusial dan tidak dapat dikesampingkan karena berfungsi untuk memenuhi kebutuhan praktis dalam mencapai tujuan reintegrasi sosial bagi mantan narapidana terorisme (mantan napiter) di masyarakat.

Seperti halnya dengan penyusunan Modul Psikososial, materi dalam modul ini dirancang melalui proses yang panjang. Tim penyusun mengawali penyusunan dengan melakukan asesmen lapangan di Kota Bima melalui wawancara mendalam bersama para mantan napiter, keluarga mereka, serta pimpinan wilayah, tokoh agama, tokoh masyarakat, dan unsur pemerintah daerah. Selain itu, kunjungan lapangan juga dilakukan untuk meninjau langsung usaha ekonomi milik para mantan napiter.

Hasil asesmen tersebut memetakan berbagai aspek krusial mengenai realitas lapangan untuk memperkuat pendekatan psikososial dalam proses reintegrasi mantan napiter. Beberapa kompetensi utama yang perlu ditingkatkan meliputi: keterampilan komunikasi, kemampuan menerima serta menghadapi perbedaan, literasi keuangan (financial literacy), hingga kemampuan membangun jejaring yang lebih luas di luar kelompok asal, termasuk adaptasi pemasaran yang relevan dengan perkembangan zaman.

Hasil asesmen tersebut memetakan berbagai aspek krusial mengenai realitas

lapangan untuk memperkuat pendekatan psikososial dalam proses reintegrasi mantan napiter. Beberapa kompetensi utama yang perlu ditingkatkan meliputi: keterampilan komunikasi, kemampuan menerima serta menghadapi perbedaan, literasi keuangan (financial literacy), hingga kemampuan membangun jejaring yang lebih luas di luar kelompok asal, termasuk adaptasi pemasaran yang relevan dengan perkembangan zaman.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa proses reintegrasi masih menghadapi tantangan kompleks. Di satu sisi, sebagian mantan napiter masih memiliki pemikiran yang belum sepenuhnya terbuka serta kurangnya rasa percaya diri untuk berbaur. Di sisi lain, masyarakat juga belum sepenuhnya dapat menerima kehadiran mereka kembali akibat stigma negatif yang masih melekat. Kondisi ini berdampak nyata pada sektor ekonomi; mantan napiter sering kali kesulitan memperoleh mata pencaharian formal, baik di lembaga pemerintah maupun swasta. Akibatnya, mereka cenderung menciptakan lapangan kerja mandiri (self-employment) dengan menjadi petani, nelayan, atau mengelola usaha mikro dan kecil.

Sebenarnya, temuan di lapangan menunjukkan bahwa para mantan napiter sudah banyak memperoleh program pemberdayaan ekonomi dan *livelihood* dari berbagai pihak. Namun, pemberdayaan ekonomi yang dilakukan belum berjalan berkelanjutan karena masih ada aspek yang belum selesai atau belum sesuai di level kecakapan psikososial maupun sosial. Sehingga kedua modul ini, jika meminjam perkataan Mantan Deputi Bidang Kerja Sama Internasional BNPT, Andhika Chrisnayudhanto, dibutuhkan sebagai penguatan "*soft skill*". Aspek psikologi menyiapkan dan memberi penguatan pola pikir serta kepercayaan dalam diri peserta untuk melangkah menjadi pribadi yang baru di masa depan. Kecakapan psikososial dan sosial dapat menopang untuk menyukseskan langkah proses reintegrasi di masyarakat.

Fakta inilah yang mendasari tim penyusun untuk mengembangkan modul yang mampu menjawab kendala yang dihadapi langsung para mantan napiter, termasuk di sektor ekonomi, dengan mengintegrasikan materi inti mengenai perubahan pola pikir dan hubungan sosial. Melalui pendekatan ini, aspek psikososial dapat diterapkan secara praktis, termasuk dalam merespons tantangan ekonomi. Dengan demikian, materi dalam Modul Psikososial dan Modul Kecakapan Sosial diharapkan lebih mudah diterima serta dapat diimplementasikan langsung dalam kehidupan bermasyarakat.

Fakta inilah yang mendasari tim penyusun untuk mengembangkan modul yang mampu menjawab kendala yang dihadapi langsung para mantan napiter, termasuk di sektor ekonomi, dengan mengintegrasikan materi inti mengenai perubahan pola pikir dan hubungan sosial. Melalui pendekatan ini, aspek psikososial dapat diterapkan secara praktis, termasuk dalam merespons tantangan ekonomi. Dengan demikian, materi dalam Modul Psikososial dan Modul Kecakapan Sosial diharapkan lebih mudah

diterima serta dapat diimplementasikan langsung dalam kehidupan bermasyarakat.

Merespons hasil asesmen lapangan di atas, tim penyusun juga melakukan studi literatur dan diskusi mendalam melibatkan ahli untuk merumuskan materi yang sesuai dengan konteks lapangan. Diskusi dilakukan dengan Tony Tri Yulianto dari Pelatihan Perencanaan Keuangan Masyarakat (PPKM) ALPHA-I untuk materi Perencanaan Keuangan *(Financial Literacy)* bagi usaha mikro dan kecil.

Secara praktis, implementasi kedua modul ini—psikososial dan kecakapan sosial—mungkin tampak seperti upaya pemberdayaan ekonomi bagi mantan napiter pada umumnya. Namun, fokus utamanya adalah memperkuat kecakapan psikososial dan sosial dengan memanfaatkan aspek ekonomi sebagai instrumen perubahan nyata di masyarakat. Dengan demikian, kompetensi yang diperoleh dalam pelatihan ini dapat langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk untuk memperkuat sektor ekonomi yang sedang ditekuni oleh para mantan napiter.

Materi dalam Modul Kecakapan Sosial berkaitan erat dan tidak terpisahkan dari Modul Psikososial. Keduanya merupakan satu kesatuan utuh; tidak ada materi dalam kecakapan sosial yang hanya berdiri sendiri atau hanya terkait pada aspek psikososial tertentu. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, materi psikososial berfokus pada transformasi kesadaran dan pola pikir. Sementara itu, kecapakan sosial berfungsi sebagai instrumen atau jembatan untuk mewujudkan perubahan perilaku tersebut ke dalam praktik kehidupan ekonomi dan sosial. Jika perubahan pola pikir tidak disertai dengan keterampilan (skill) pendukung, maka perubahan tersebut hanya akan berhenti pada level kognitif tanpa menyentuh realitas proses reintegrasi yang sesungguhnya. Modul ini hadir untuk mengatasi tantangan tersulit dalam pendekatan psikososial, yaitu memanifestasikan pemahaman menjadi perubahan perilaku nyata yang dapat diamati di tengah masyarakat.

Tim Penyusun

Pokok Bahasan dan Sesi-Sesi Modul Pelatihan

Modul ini disusun untuk melengkapi dan menyempurnakan implementasi Modul Psikososial dalam proses reintegrasi atau re-engagement di masyarakat. Melalui Kecakapan Sosial ini, peserta diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, kesadaran, serta keahlian teknis guna menjawab kebutuhan riil di lapangan. Fokus utama pengembangan kapasitas ini meliputi: **keterampilan komunikasi, kemampuan menerima serta menghadapi perbedaan, literasi keuangan (*financial literacy*), hingga kemampuan membangun jejaring yang lebih luas di luar kelompok asal** melalui adaptasi pemasaran yang relevan dengan perkembangan zaman.

Dengan mempertimbangkan korelasi yang dekat dengan materi yang ada dalam *Modul Psikososial*, materi dalam modul ini disusun secara bertingkat dari kecakapan yang fundamental dan sifatnya mendesak untuk segera dimiliki sebagai langkah awal reintegrasi. Pokok bahasan dalam modul ini dimulai dengan Komunikasi Positif, Dialog, Literasi Keuangan Dasar, serta pengenalan dasar Negosiasi. Guna mendorong penerimaan masyarakat yang lebih luas, diberikan materi tentang Pemasaran di Media Sosial.

Pokok bahasan pertama dalam modul ini adalah **KOMUNIKASI POSITIF.** Salah satu instrumen penting kecakapan sosial yang bisa membantu mendorong proses reintegrasi di masyarakat adalah kemampuan teknis komunikasi positif. Dalam kehidupan sosial di masyarakat setiap hari, komunikasi positif menjadi sangat penting. Semua hal di masyarakat berjalan melalui komunikasi. Pokok bahasan Komunikasi Positif diisi dengan beberapa sesi, yaitu *alur, alat penyampaian, dan konteks komunikasi*, *pendengar aktif*, dan diakhiri dengan *mendorong komunikasi positif.*

Pada sesi *alur, alat penyampaian, dan konteks komunikasi*, peserta diberikan pemahaman tentang bagaimana komunikasi sebenarnya berjalan dengan tujuan agar peserta memahami kerangka dasar komunikasi dan tantangan yang ada dalam komunikasi. Komunikasi yang dimaksud di sini tidak hanya verbal, tetapi juga komunikasi nonverbal seperti bahasa tubuh, gaya bicara, dan nada bicara. Peserta juga diharapkan memahami bahwa dalam komunikasi ada pesan dan kesan. Pesan sering disampaikan lewat ucapan. Namun, kita sering melupakan bahwa kesan yang timbul dari komunikasi nonverbal lebih mudah dan lebih cepat ditangkap dibandingkan dengan pesan.

Sesi berikutnya untuk pokok bahasan komunikasi positif adalah *pendengar aktif*. Dalam komunikasi, kemampuan mendengar adalah salah satu skill yang sangat sulit. Menurut Chris Voss, perlu kecerdasan emosional dalam berkomunikasi. Hal ini bisa didapat dengan lebih banyak mendengar daripada berbicara. Melalui sesi pendengar aktif, peserta diharapkan memahami bagaimana menjadi pendengar yang baik dan mengenali ciri-ciri pendengar yang baik maupun tidak baik. Pokok bahasan komunikasi positif ditutup dengan sesi *mendorong komunikasi positif*.

Sesi dilanjutkan dengan pokok bahasan **DIALOG**. Dialog merupakan alat yang penting sebagai kerangka untuk memahami perbedaan, mendorong pemikiran terbuka, dan menerima perbedaan dari orang lain. Setelah memiliki kemampuan dan keahlian berkomunikasi secara positif, peserta kemudian didorong untuk masuk ke ranah lebih toleran, yakni memahami dan menerima berbagai perbedaan yang ada di masyarakat. Bekal komunikasi positif akan mempermudah peserta dalam memahami dialog. Melalui sesi ini, dialog tidak hanya sekadar pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga sesuatu yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Dalam materi dialog ini, diberikan pemahaman tentang perbedaan dialog dan debat, perbedaan persepsi, cara menemukan solusi menggunakan dialog, dan cara berdialog di masyarakat.

Pokok bahasan selanjutnya adalah **LITERASI KEUANGAN DASAR**. Materi ini merupakan penerjemahan dari aspek kemampuan mengalkulasi untung-rugi. Selain itu, materi ini secara langsung bisa membantu peserta mengelola keuangan usaha dan keluarga. Materi ini membantu membiasakan peserta untuk memperhitungkan apakah tindakan yang dilakukan itu berpotensi menguntungkan atau merugikan. Salah satu alat ukur yang bisa dipakai untuk mengukur untung atau ruginya adalah "uang". Peserta diharapkan sadar bahwa tindakan yang akan dilakukan harus mempertimbangkan perhitungan ekonomi/uang. Sesi yang ada dalam pokok bahasan ini adalah *menghitung biaya produksi, strategi efisiensi biaya produksi,* dan diakhiri dengan sesi tentang *pemisahan keuangan bisnis dan keluarga*.

Pokok bahasan yang lebih lanjut adalah **PENGENALAN DASAR NEGOSIASI**. Dari hasil asesmen awal yang dilakukan dalam penyusunan modul, ada fenomena di mana para mantan napiter masih eksklusif, atau cenderung bergaul dengan kelompoknya saja. Ini artinya mereka masih dipengaruhi oleh pola pikir yang belum dapat menerima perbedaan atau disebut pemikiran tanpa kompromi (*non-kompromis)* di mana ada batas imajiner yang tidak bisa dinegosiasikan dengan orang lain atau kelompok lain yang berbeda. *Non-negotiable mind* inilah yang menghambat proses reintegrasi mereka ke masyarakat. Untuk merespons tantangan ini, diberikan pokok bahasan tentang negosiasi. Negosiasi merupakan cara untuk menghadapi perbedaan dan merupakan kebiasaan hidup sehari-hari baik di dalam keluarga, masyarakat, dan

juga dalam bisnis. Negosiasi hanya bisa dilakukan ketika seseorang sudah dapat menerima adanya perbedaan dan memiliki kecakapan komunikasi positif. Melalui pokok bahasan negosiasi, peserta dapat mempraktikkan dan membiasakan pola pikir yang semula tanpa kompromi menjadi kompromis.

Pokok bahasan terakhir dalam modul ini adalah **PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL**. Materi ini disusun sebagai repsons terhadap pentingnya membangun jejaring yang lebih luas di kelompok asal. Melalui materi ini, mantan napiter yang memiliki usaha didorong untuk tidak hanya mengandalkan pemasaran pada lingkaran pertemanan yang sudah ada, tetapi berani memperluas jangkauan pasar demi kemajuan ekonomi mereka. Keberanian dan kemampuan mantan napiter dalam menggunakan media sosial untuk mengembangkan usaha menjadi indikator bahwa mereka mulai terbuka terhadap dunia luar. Akumulasi dari pokok-pokok bahasan sebelumnya diharapkan dapat memperkuat kepercayaan diri peserta untuk memanfaatkan teknologi digital dalam mendukung keberlanjutan usaha mereka.

Cara Menggunakan Buku Modul

Modul ini berisi materi pelengkap sekaligus instrumen praktik dari modul sebelumnya, yaitu Modul Psikososial. Pihak yang menggunakan modul ini sangat disarankan untuk memahami Modul Psikososial dan Modul Kecakapan Sosial secara menyeluruh terlebih dahulu. Pemahaman mendalam terhadap aspek psikososial akan mengoptimalkan penggunaan modul ini sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Sebaliknya, jika hanya mempelajari aspek kecakapan sosial tanpa landasan psikososial, materi dalam modul ini akan terasa seperti materi umum yang berdiri sendiri. Integrasi antara kerangka psikososial dan kecakapan sosial inilah yang ditujukan untuk mendorong keberhasilan proses reintegrasi mantan napiter di tengah masyarakat.

Tim penyusun menyarankan agar modul ini digunakan secara berurutan, mulai dari pokok bahasan pertama hingga terakhir. Urutan materi dalam modul ini telah diselaraskan dengan tahapan yang ada dalam Modul Psikososial. Sebagai contoh, materi komunikasi diletakkan di awal karena kemampuan komunikasi yang baik merupakan penunjang teknis yang krusial di masyarakat. Setelah peserta memperoleh pemahaman dan mengalami perubahan positif pada aspek identitas serta nilai (materi dalam Modul Psikososial), kapasitas komunikasi menjadi sarana untuk menyampaikan perubahan tersebut kepada masyarakat.

Tanpa keterampilan komunikasi yang memadai, perubahan identitas dan nilai yang telah dicapai peserta tidak akan tersampaikan dengan efektif, sehingga berpotensi menghambat proses reintegrasi. Hal ini juga berlaku untuk materi lainnya yang tahapannya telah disesuaikan dengan materi psikososial. Namun, pengguna modul tetap dapat menyesuaikan pemilihan pokok bahasan yang dianggap paling relevan dengan konteks pelatihan di lapangan

Untuk mencapai hasil optimal, penting untuk memberikan materi dalam *Modul Psikososial* terlebih dahulu kepada peserta. Hal ini sesuai dengan fungsi dari modul ini yang menjadi modul tambahan sekaligus instrumen praktik dari *Modul Psikososial*. Materi *Modul Psikososial* dapat dipadu-padankan menjadi satu kali ataupun beberapa kali tahapan kegiatan pelatihan, yang artinya pemberian materi kecakapan sosial juga dapat disesuaikan dengan pemberian materi psikososial. Salah satu contoh penyesuaian seperti dalam uji coba modul di Poso yang dilakukan dengan jadwal berselang-seling antara materi psikososial dan materi kecakapan sosial. Praktik pelatihan di Poso tersebut dilakukan dalam tiga fase pelatihan, dengan detail materi sebagai berikut:

Pelatihan dalam ruangan	Materi Psikososial	Materi Kecakapan Sosial
1	• Identitas • Nilai Dasar	• Komunikasi Positif • Dialog
2	• Apresiasi • Hubungan Pemimpin dan Pengikut	• Literasi Keuangan Dasar • Pengenalan Dasar Negosiasi
3	• Hubungan In-group dan Out-group • Hubungan Interpersonal	• Literasi Keuangan Dasar • Pemasaran di Media Sosial

Pengguna modul ini dapat membuat jadwal tersendiri sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dan dinamika yang dihadapi di lapangan. Pada prinsipnya, penggunaan Modul Kecakapan Sosial ini akan maksimal sebagai materi tambahan sekaligus instrumen praktik dari Modul Psikososial.

Petunjuk untuk Fasilitator

Fasilitator yang akan menggunakan Modul Kecakapan Sosial wajib membaca materi yang tersedia secara cermat hingga memahami isinya secara keseluruhan. Tim Penyusun menyarankan untuk membaca modul ini secara berurutan, mulai dari kata pengantar, pokok bahasan, hingga bagian sesi. Akan lebih baik jika tim fasilitator membaca bersama modul ini dan mendiskusikan materi yang ada di dalamnya. Hal ini bertujuan untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman atau perbedaan tingkat pemahaman terhadap isi modul.

Fasilitator juga harus memahami maksud dan tujuan dari modul ini, serta hubungannya dengan Modul Psikososial. Memahami korelasi antara materi Modul Psikososial dengan materi modul ini akan membantu fasilitator ketika membuat dan mendiskusikan jadwal kegiatan pelatihan bersama dengan panitia penyelenggara. Fasilitator dapat memberikan masukan dengan melihat alokasi waktu, sumber daya yang dimiliki, dan keragaman latar belakang peserta.

Tim Penyusun menyarankan bahwa sebaiknya fasilitator untuk psikososial dan kecakapan sosial adalah tim yang sama. Anggota tim fasilitator yang menggunakan Modul Kecakapan Sosial ini disarankan ikut terlibat dalam proses penggunaan Modul Psikososial. Demikian juga sebaliknya. Jika fasilitator merasa kurang menguasai materi kecakapan sosial, maka perlu ada penambahan fasilitator yang menguasai materi tersebut. Tujuannya agar ketika fasilitator masuk pada sesi materi dalam modul ini, ia dapat menyampaikan dan menghubungkan materi Kecakapan Sosial dengan materi yang ada dalam Modul Psikososial.

Untuk memperkaya pemahaman peserta, fasilitator dapat menghadirkan narasumber yang kompeten di bidangnya, agar dapat berbagi pengalaman dari perspektifnya. Perlu digarisbawahi bahwa narasumber tidak dapat menggantikan peran fasilitator karena fasilitator yang mengetahui arah dan tujuan proses pemberian materi serta menjaga dinamika pelatihan. Fasilitator perlu melakukan diskusi dengan narasumber terlebih dahulu sebelum kegiatan pelatihan dilakukan agar dapat menyepakati poin-poin penting dari narasumber yang sesuai dengan tema pelatihan dan perlu disampaikan kepada peserta. Pelibatan narasumber juga harus didiskusikan sejak awal dengan panitia penyelenggara pelatihan guna memastikan alat peraga dan sumber daya yang dibutuhkan.

Kunci utama keberhasilan pelatihan adalah komunikasi dan koordinasi antara fasilitator dan panitia penyelenggara. Hal tersebut akan membantu proses penentuan tujuan pelatihan, jadwal, peserta, tempat pelatihan, serta berbagai kebutuhan lain seperti alat peraga yang perlu disiapkan. Fasilitator juga harus memahami latar belakang calon peserta pelatihan guna penyesuaian strategi pemberian materi dan

dinamika penciptaan suasana kelas.

Pada akhirnya, jam terbang dan pengalaman fasilitator dalam memfasilitasi pelatihan sangat berpengaruh terhadap penggunaan modul ini. Karenanya, pikiran yang terbuka, keinginan untuk terus belajar dan memperbaiki diri, serta kemampuan untuk menerima berbagai masukan harus ada dalam diri fasilitator yang menggunakan modul ini.

Selamat memfasilitasi.

Petunjuk untuk Panitia Penyelenggara

Dalam menggunakan modul ini, seluruh panitia pelaksanaan pelatihan diharapkan membaca dan juga memahami modul secara menyeluruh, termasuk *Modul Kapasitas Psikososial*. Adanya pemahaman yang sama di antara panitia pelaksana tentang tujuan yang ingin dicapai dari pelatihan akan mendekatkan pada hasil yang diharapkan karena panitia adalah bagian penting dari suksesnya penggunaan buku modul ini.

Dengan pemahaman yang holistik, panitia dapat mempersiapkan berbagai hal yang dibutuhkan untuk mendukung suksesnya pelatihan. Bagi panitia teknis, pemahaman modul ini dapat memberi arah persiapan yang harus dilakukan, penentuan peserta, tempat pelatihan, dan berbagai aspek administrasi yang dibutuhkan. Bagi panitia acara atau substansi, dapat sejak awal merencanakan kebutuhan terkait pelaksanaan pelatihan, pengaturan tempat kegiatan, dan asistensi yang dapat diberikan untuk membantu fasilitator.

Komunikasi antara panitia dan calon peserta pelatihan harus dilakukan secara intensif. Komunikasi panitia dengan peserta harus dapat memberi pemahaman tentang pelatihan yang akan mereka ikuti. Sejak awal, peserta juga mendapatkan informasi tentang maksud dan tujuan pelatihan, alasan atau kriteria yang menjadikan mereka ikut pelatihan, dan gambaran keuntungan dari mengikuti pelatihan. Informasi tentang jadwal pelatihan dan tempat juga harus disampaikan lebih awal kepada peserta. Jika ada kebutuhan akan data atau bahan yang perlu dipersiapkan dan harus dibawa oleh peserta dalam pelatihan, panitia harus memastikan peserta bisa memenuhi dan membawanya dalam pelatihan.

Komunikasi dengan fasilitator juga perlu dilakukan sejak awal, terutama informasi tentang latar belakang peserta pelatihan, demikian juga informasi tentang jadwal dan tempat pelatihan yang akan dilakukan. Semua informasi awal ini akan memberi bekal untuk fasilitator dalam merancang strategi teknis fasilitasi modul nantinya. Komunikasi lebih awal dengan fasilitator juga akan memberi pemahaman pada panitia tentang strategi teknis fasilitasi yang dilakukan oleh fasilitator serta kebutuhan dukungan yang diperlukan, seperti pengaturan tempat, alat peraga, dan lainnya, bisa disiapkan lebih awal.

Panitia juga harus membagi informasi yang jelas kepada peserta, fasilitator, dan narasumber, jika ada hal yang menyangkut pembiayaan dan sumber daya. Informasi ini terlihat ringan, tapi jika tidak terkomunikasikan sejak awal dapat menghasilkan kebingungan dan ketidakpercayaan pada kerja yang dilakukan panitia. Pada akhirnya, hal ini dapat berdampak pada pencapaian tujuan dari pelatihan yang dilakukan.

Diskusi terbuka dan berkelanjutan dengan fasilitator sangat diperlukan bagi panitia sejak proses perencanaan, pelaksanaan, sampai evaluasi pelatihan. Pemahaman panitia atas buku modul ini akan memudahkan proses diskusi dengan fasilitator. Diskusi yang dilakukan akan kaya dengan gagasan dan alternatif solusi jika terdapat gap yang dihadapi antara harapan pelatihan dengan situasi lapangan serta sumber daya yang dimiliki.

Pembagian kerja yang jelas di antara panitia juga sangat diharapkan dilakukan sejak awal. Siapa yang masuk panitia teknis untuk mempersiapkan hal-hal teknis pelatihan administrasi, tempat, penyediaan alat peraga dan lainnya, dan siapa yang masuk panitia acara yang membantu langsung fasilitator dalam pelatihan. Pembagian kerja akan memudahkan panitia agar dapat bekerja maksimal, saling mendukung dan mengingatkan untuk pencapaian tujuan dari pelatihan. Diskusi dan rapat dalam tim panitia harus selalu dilakukan pada setiap tahap kegiatan pelatihan, sejak perencanaan sampai setelah pelatihan.

POKOK BAHASAN I:
KOMUNIKASI POSITIF

Sesi 1
Alur, Alat Penyampaian, dan Konteks Komunikasi

Tujuan sesi:

- Peserta dapat memahami kerangka dasar dan tantangan-tantangan yang ada dalam komunikasi.
- Peserta dapat memahami alat penyampaian komunikasi secara efektif.
- Peserta dapat memahami konteks komunikasi tinggi dan rendah.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Selotip
- Gambar Pesan
- Lembar Baca Alur Komunikasi
- Lembar Baca Konteks Tinggi dan Konteks Rendah

Waktu:

- 1 jam 50 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**

Cerita Singkat - Pengalaman Pertama Pergi ke Malaysia

Bagian Pertama

Sewaktu libur sekolah, Linda pergi ke Kuala Lumpur bersama keluarganya. Linda dan keluarga mengunjungi tempat wisata yang berada di tengah kota Kuala Lumpur. Ketika Linda ingin membeli tiket masuk di loket, pegawai tiketnya menyadari bahwa Linda berasal dari Indonesia. Mengetahui hal itu, pegawai tiketnya bertanya kepada Linda, "*Bila* kamu sampai Malaysia?" Mendengar hal tersebut, Linda bingung dan tidak tahu menjawab apa.

Bagian Kedua

Linda diam dan tidak merespons pertanyaan pegawai tiket. Sampai akhirnya, Linda menceritakan hal tersebut kepada kakak laki-lakinya yang sudah pernah menetap di Malaysia. Kakak laki-lakinya pun memberitahu Linda bahwa "*bila*" berarti "kapan" dalam Bahasa Melayu.

- Mulai bahasan materi *Alur Komunikasi*. **(25')**
  - Bacakan cerita singkat *Pengalaman Pertama Pergi ke Malaysia* bagian pertama. Tanyakan kepada peserta, *"jika mereka adalah Linda dalam situasi tersebut, apa jawaban mereka?"*
  - Lanjutkan cerita singkat bagian kedua.
  - Undang beberapa peserta untuk berbagi pengalaman serupa mengenai kesalahpahaman dalam berkomunikasi di kelompok besar.
  - Gali alasan-alasan yang membuat kesalahpahaman tersebut terjadi.
- Berikan dan jelaskan lembar baca *Alur Komunikasi* kepada peserta. Jika dibutuhkan, berikan juga waktu untuk melakukan tanya jawab. **(10')**
- Akhiri bahasan materi *Alur Komunikasi* dengan membacakan poin-poin penting dalam materi ini, antara lain: **(5')**
  - Pengirim pesan perlu menyadari bahwa suatu pesan dapat dipahami secara berbeda oleh penerima.

    - Dalam proses komunikasi, makna tidak hanya ditentukan oleh maksud pengirim, tetapi juga oleh penafsiran penerima pesan.
- Mulai bahasan materi *Alat Penyampaian* dengan permainan "*Ooo*". **(15')**
    - Bagi peserta ke dalam kelompok kecil (beranggotakan 3-5 orang).
    - Tuliskan kata *"Ooo"* di kertas plano.
    - Minta peserta menggunakan kata *"Ooo"* untuk menyatakan 3 makna yang berbeda dalam berkomunikasi.
    - Minta perwakilan kelompok untuk mempraktikkan 3 makna *"Ooo"* dan mengundang peserta lain untuk menebak maknanya.
    - Konfirmasi kembali jawaban kelompok lain kepada perwakilan kelompok yang mempraktikkannya.
    - Tanyakan kepada peserta pelajaran apa yang bisa diambil dari sesi permainan ini. Co-fasilitator mencatat poin-poin penting dari peserta. **(10')**
    - Tampilkan 3 gambar dan minta peserta untuk mencocokkan gambar tersebut dengan persentase pesan yang dapat diterima. **(5')**
    - Tutup bahasan materi "Alat Penyampaian" dengan menyampaikan poin-poin penting, antara lain: **(5')**
        - Komunikasi terdiri dari tiga unsur penyampaian pesan, yaitu: intonasi, kata, dan bahasa tubuh.
        - Gunakan ketiga unsur tersebut secara selaras supaya pesan diterima dengan benar.
        - Penggunaan unsur penyampaian pesan yang tidak tepat, dapat berpotensi menimbulkan kesalahpahaman.

Cerita Buah Mangga dan Buah Jambu Tetangga

Bagian pertama

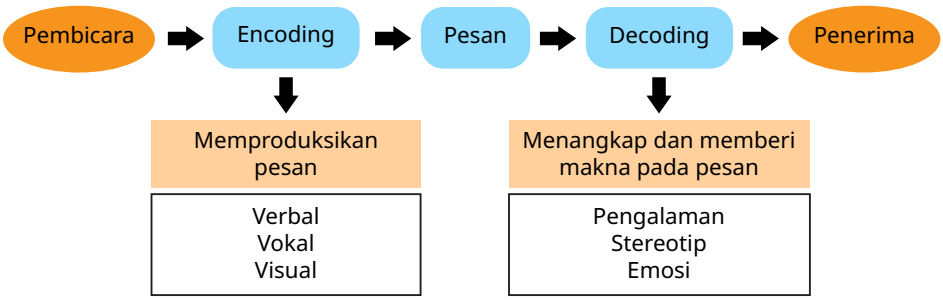
Pak Poltak bertetangga dengan Pak Joko. Suatu hari, Pak Poltak sedang menyapu daun pohon mangga yang ada di pekarangan rumahnya. Pak Joko lalu menghampiri Pak Poltak dan mengatakan, "Wah mangganya kelihatan sudah besar-besar dan manis ya, Pak Poltak. Tampaknya enak sekali." Mendengar hal itu, Pak Poltak pun menjawab sambil mengangguk-angguk, " Iya, ini memang besar-besar dan manis. Sudah waktunya panen."

Bagian kedua

Sebulan kemudian, giliran pohon jambu Pak Joko yang panen. Ketika Pak Joko tengah sibuk memetik jambu-jambu di pekarangan rumahnya, Pak Poltak berjalan mendekati Pak Joko. Pak Poltak lalu bertanya, "Pak Joko, jambunya boleh saya minta, tidak?" Mendengar hal itu, Pak Joko..... (respons Pak Joko ditebak oleh peserta).

- Mulai bahasan materi *Konteks Komunikasi*. **(15')**
  - Bacakan cerita *Buah Mangga dan Buah Jambu Tetangga* bagian pertama. Tanyakan kepada peserta apa maksud dari pernyataan yang diutarakan oleh Pak Poltak dan Pak Joko dan apa yang akan terjadi selanjutnya.
  - Lanjutkan cerita bagian kedua. Minta peserta menebak respons Pak Joko.
  - Gali alasan atas tebakan yang disampaikan oleh peserta dan catat poin-poin penting yang disampaikan peserta. **(5')**
- Bagikan lembar baca *Konteks Tinggi dan Konteks Rendah* dan jelaskan mengenai konteks tinggi dan konteks rendah. **(7')**
- Tutup bahasan materi *Konteks Komunikasi* dengan menyampaikan poin-poin penting, antara lain: **(5')**
  - Penggunaan komunikasi konteks tinggi dan konteks rendah sangat dipengaruhi oleh budaya dan lingkungan.
  - Ketika individu yang berkomunikasi dengan konteks tinggi bertemu dengan individu yang berkomunikasi dengan konteks rendah, pemahaman makna antara individu tersebut dapat berbeda.
  - Untuk mengurangi kesalahpahaman, biasanya didorong untuk menggunakan low-level context dalam berkomunikasi.

LEMBAR BACA
Alur Komunikasi[1]



Model Alur Komunikasi Shannon-Weaver (1950) mengonseptualisasikan komunikasi sebagai suatu proses yang melibatkan pembicara, *encoding*, pesan, *decoding*, dan penerima.

Berikut adalah rincian komponen dari model ini:

1. Pembicara: individu, kelompok, atau pihak yang menyampaikan pesan.
2. Encoding: proses memproduksi pesan yang menerjemahkan pikiran dan ide menjadi bahasa atau kode yang dapat dipahami oleh pembicara dan penerima. Proses ini melibatkan aspek verbal, vokal, dan visual.
3. Pesan: informasi yang diteruskan dari pembicara ke penerima. Penyampaian pesan ini bisa terhambat jika ada kebisingan.
4. Decoding: proses mendengar, memaknai dan mengubah pesan menjadi gambar mental yang mudah dipahami.
5. Penerima: individu, kelompok, atau pihak yang menerima pesan.

Dengan memahami komponen-komponen ini, para pihak yang terlibat dalam komunikasi mengurangi risiko kesalahpahaman dengan:

- Menggunakan kata-kata yang umum saat menyampaikan pesan.
- Mengurangi dampak kebisingan.
- Memberikan kesempatan kepada penerima untuk merespons pesan.
- Memilih saluran komunikasi yang sesuai untuk konteks komunikasi tertentu.

1 Korac-Kakabadse, N., Kouzmin, A., Korac-Kakabadse, A., & Savery, L. (2001). Low-and high-context communication patterns: towards mapping cross-cultural encounters. *Cross cultural management: An international journal*, *8*(2), 3-24.

LEMBAR BACA
Konteks Tinggi dan Rendah

Komunikasi konteks tinggi mengandung pesan implisit yang bergantung pada konteks penyampaiannya. Dalam komunikasi konteks tinggi, makna pesan terinternalisasi dalam diri pembicara, sehingga aspek non-verbal (ekspresi wajah, bahasa tubuh, lokasi interaksi) menjadi lebih dominan[2].

Contoh: "Hari ini baju yang kamu pakai cukup bagus, cuma sepertinya warna biru juga menarik kalau kamu pakai dalam forum ini."

Sedangkan komunikasi konteks rendah adalah komunikasi yang bersifat eksplisit, jelas, dan lugas. Individu cenderung menyampaikan informasi yang spesifik dan tidak memerlukan latar belakang pengetahuan apa pun untuk memahaminya. Komunikasi konteks rendah dapat membantu menghindari kesalahpahaman dan kebingungan.

Contoh: "Saya tidak suka dengan pakaian yang Anda kenakan hari ini."

2 Korac-Kakabadse, N., Kouzmin, A., Korac-Kakabadse, A., & Savery, L. (2001). Low-and high-context communication patterns: towards mapping cross-cultural encounters. Cross cultural management: An international journal, 8(2), 3-24.

Sesi 2
Pendengar Aktif

Tujuan sesi:

- Peserta dapat memahami bagaimana menjadi pendengar aktif.
- Peserta dapat mengetahui syarat-syarat menjadi pendengar aktif.
- Peserta dapat membedakan ciri-ciri pendengar aktif dan pendengar buruk.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Selotip
- Lembar Baca Pendengar Baik dan Pendengar Buruk

Waktu:

- 1 jam

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Mulai permainan tentang *Pendengar Aktif*. **(30')**
  - Bagi peserta ke dalam 2 kelompok: kelompok A dan kelompok B.
  - Arahkan Kelompok A untuk tetap berada di ruangan dan instruksikan mereka untuk menjadi pendengar yang baik.
  - Arahkan Kelompok B ke luar ruangan dan beritahu mereka untuk mempersiapkan cerita mengenai pengalaman terbaik di dalam hidup.
  - Pertemukan peserta kembali di dalam ruangan secara berpasangan ketika peserta sudah siap. Kelompok A menjadi pendengar, sedangkan Kelompok B menjadi pencerita.
  - Hentikan permainan ketika peserta sedang bercerita.
  - Mulai sesi permainan berikutnya dengan mengarahkan kelompok A ke luar ruangan.
  - Beritahu Kelompok A untuk mempersiapkan cerita mengenai pengalaman terbaik di dalam hidup.
  - Masuk ke ruangan kembali dan instruksikan Kelompok B untuk menjadi pendengar yang buruk.
  - Pertemukan peserta kembali di dalam ruangan secara berpasangan ketika peserta sudah siap. Kelompok B menjadi pendengar, sedangkan kelompok A menjadi pencerita.
  - Hentikan permainan ketika peserta sedang bercerita.
- Tanyakan kepada peserta tentang kesan mereka mengikuti permainan: **(10')**
  - Tanyakan kepada Kelompok B bagaimana perasaan mereka ketika bercerita kepada Kelompok A dan bagaimana respons Kelompok A ketika Kelompok B bercerita.
  - Tanyakan kepada Kelompok A bagaimana perasaan mereka ketika bercerita kepada Kelompok B dan bagaimana respons Kelompok B ketika Kelompok A bercerita.
  - Catat poin-poin yang disampaikan oleh peserta.
- Ajukan pertanyaan kepada peserta, "apa saja ciri-ciri pendengar yang baik? (bahasa tubuh, mimik wajah, respons verbal)". **(10')**
- Tutup sesi dengan memberikan lembar baca Pendengar Baik dan Pendengar Buruk dan menjelaskan unsur-unsur mendengar aktif berdasarkan poin-poin yang telah disampaikan oleh peserta. **(5')**

LEMBAR BACA
Pendengar Baik dan Pendengar Buruk[3]

Ciri-ciri Pendengar Baik

- Memberi fokus penuh kepada pembicara
- Melakukan kontak mata dengan lawan bicara
- Bisa berempati dengan cerita yang disampaikan
- Memberi saran hanya jika diminta oleh lawan bicara

Ciri-ciri Pendengar Buruk[4]

- Mendominasi saat berbicara
- Memotong pembicaraan
- Tidak memberikan pembicara perhatian penuh
- Tidak melakukan kontak mata dengan lawan bicara

3 Beatty, J. (1999). Good listening. Educational Theory, 49(3), 281.
4 Nichols, R. G. (1960). The Supervisor's Notebook. Scott: Foresman and Co.

Sesi 3
Mendorong Komunikasi Positif

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mengetahui komunikasi positif.
- Peserta dapat mempraktikkan komunikasi positif.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Selotip

Waktu:

- 1 jam 5 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Mulai sesi permainan *Komunikasi Positif*. **(45')**
  - Tentukan 3 perwakilan untuk memperagakan cara bermain *Komunikasi Positif*.
  - Minta peserta yang lain untuk mengamati permainan.
  - Mulai permainan dengan mendiskusikan tema tertentu seperti tempat wisata yang akan dikunjungi atau lomba yang akan diadakan untuk peringatan 17 Agustus.
  - Permainan 1: Fasilitator mengajukan usulan, namun ditanggapi dengan kata "*tidak...*".
  - Setelah peragaan permainan 1 selesai, bagi peserta ke dalam kelompok beranggotakan 3 orang.
  - Arahkan kelompok untuk menentukan dan membahas satu topik diskusi.
  - Instruksikan salah satu peserta untuk mengajukan usulan dan peserta lain menanggapinya dimulai dengan kata "*tidak...*".
  - Minta peserta untuk terus melanjutkan diskusi dengan selalu memulai tanggapan dengan kata "*tidak...*".
  - Hentikan permainan setelah beberapa saat.
  - Tanyakan kepada peserta, "*bagaimana perasaan mereka ketika mendapat respons yang dimulai dengan kata "tidak..." dari permainan tersebut?*"
  - Hal yang sama dilakukan dalam sesi permainan 2.
  - Arahkan kelompok untuk menentukan dan membahas satu topik diskusi.
  - Instruksikan salah satu peserta untuk mengajukan usulan dan peserta lain menanggapinya dimulai dengan kata "*ya ...tapi...*".
  - Minta peserta untuk terus melanjutkan diskusi dengan selalu memulai tanggapan dengan kata "*ya... tapi...*".
  - Hentikan permainan setelah beberapa saat.
  - Tanyakan kepada peserta, "*bagaimana perasaan mereka ketika mendapat respons yang diawali dengan kata "ya... tapi..." dari permainan tersebut?*"
  - Hal yang sama dilakukan dalam permainan 3, akan tetapi setiap usulan ditanggapi dengan kata "*ya ...dan...".*
  - Minta kelompok untuk menentukan dan membahas satu topik diskusi.
  - Instruksikan salah satu peserta untuk mengajukan usulan dan peserta lain menanggapinya dimulai dengan kata "*ya ...dan...*".
  - Minta peserta untuk terus melanjutkan diskusi dengan selalu memulai tanggapan dengan kata "*ya ...dan...*".

- Hentikan permainan setelah beberapa saat.
- Tanyakan kepada peserta, "*bagaimana perasaan mereka ketika mendapat respons yang diawali dengan kata "ya ...dan..." dari permainan tersebut?*"

- Gali pengalaman peserta mengikuti sesi permainan *komunikasi positif*: **(10')**
  - *Bagaimana perasaan mereka ketika mendapatkan respons "tidak...", "ya ... tapi...", "ya ...dan...".*
  - *Dari ketiga respons tersebut, respons mana yang terbaik dan membuat mereka mau melakukan komunikasi lebih lanjut?*
  - Catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta.
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting, antara lain: **(5')**
  - Penggunaan kata *"Ya"* bukan berarti setuju dengan pendapat, tetapi merupakan ungkapan yang menunjukkan pemahaman.
  - Oleh sebab itu, utamakan menggunakan kata *"Ya"* untuk mulai merespons pendapat orang lain. Kemudian, gunakan kata *"dan"* untuk mengawali penyampaian pendapat kita. Hal tersebut bisa membuat komunikasi berjalan lebih lanjut.
  - Hindari penggunaan kata *"tidak"* karena cenderung akan menciptakan jarak, memicu konfrontasi, dan menghentikan pembicaraan.

POKOK BAHASAN II:
DIALOG

Sesi 1
Dialog

Tujuan sesi:

- Peserta dapat memahami apa yang dimaksud dengan dialog.
- Peserta dapat membedakan antara dialog dan debat.
- Peserta dapat mengetahui syarat dan tata cara melakukan dialog.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Selotip
- Gambar Ilusi
- Keranjang
- Bola plastik
- Speaker
- Lembar Baca Dialog dan Debat
- Lembar Baca Prinsip Berdialog

Waktu:

- 2 jam 20 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Mulai bahasan materi "Perbedaan Dialog dan Debat". **(30')**
  - Bagi peserta ke dalam 4 kelompok.
  - Bagikan tabel *Perbedaan Dialog dan Debat* kepada kelompok dan minta mereka untuk mengisi tabel tersebut.
  - Minta setiap perwakilan kelompok untuk mempresentasikan hasil kerjanya.
  - Berikan dan jelaskan lembar baca terkait *Dialog dan Debat* (apa itu dialog, tata cara berdialog, perbedaannya dengan debat).

- Mulai bahasan materi *Perbedaan Persepsi dan Menemukan Solusi Akhir Menggunakan Dialog dan Debat*.
  - Ajak peserta untuk melihat beberapa gambar ilusi dan minta peserta untuk menebak setiap gambar yang ditampilkan. **(5')**

Catatan untuk Fasilitator:

Apabila fasilitator memerlukan gambar-gambar ilusi tersebut untuk ditampilkan, dapat mengunduhnya di Google Image.

  - Tanyakan kepada peserta pelajaran apa yang didapatkan dari permainan sebelumnya dan catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta. **(5')**
  - Sampaikan kembali poin-poin penting yang didapat dari peserta.
  - Minta peserta untuk kembali bergabung dengan kelompoknya dan mendiskusi jawaban pertanyaan berikut: **(10')**
    - Apa hasil yang diperoleh jika perbedaan persepsi diselesaikan dengan debat? dan apa hasilnya jika perbedaan persepsi tersebut diselesaikan dengan dialog?
    - Menurut Anda, manakah yang lebih baik? Berikan alasannya!
  - Minta masing-masing kelompok untuk mempresentasikan hasil diskusinya di kelompok besar dan catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta. **(15')**
- Tutup bahasan materi dengan menyampaikan poin-poin berikut: (**5')**

- Setiap orang memiliki asumsi dan pengalaman masing-masing yang berbeda.
- Setiap orang cenderung mempertahankan asumsinya sebagai hal yang benar dan menolak asumsi orang lain.
- Dialog dibutuhkan ketika terjadi hambatan komunikasi, adanya perbedaan asumsi/opini yang berbeda, dan pengalaman yang berbeda, yang cenderung mengakibatkan kemungkinan menang sendiri/tidak mau mengalah.

- Mulai latihan *Praktek Dialog*. **(60')**
  - Sampaikan kepada peserta bahwa latihan ini akan dilakukan dengan prinsip komunikasi positif.
  - Bagikan lembar baca *Prinsip Berdialog* kepada peserta untuk dibaca selama 5 menit. Sediakan waktu untuk melakukan tanya jawab dengan peserta.
  - Pilih satu peserta (A) yang akan duduk di tengah secara sukarela.
  - Sampaikan kepada peserta bahwa sesi ini akan dilakukan sesuai dengan prinsip dialog.
  - Minta peserta lain untuk melingkari peserta A.
  - Instruksikan peserta A untuk duduk di tengah dengan membawa keranjang, sedangkan peserta lainnya memegang bola plastik.
  - Minta peserta A untuk bercerita tentang bisnis atau hubungan kemasyarakatan yang dijalaninya.
  - Misalnya tentang bisnis: Peserta A dapat bercerita mengenai bisnis yang dijalankannya, bagaimana pengalaman menjalankan bisnis tersebut, modal yang dikeluarkan, hingga mimpinya ke depan.
  - Setelah peserta A selesai bercerita, berikan waktu maksimal 3 menit kepada masing-masing peserta untuk memberikan komentar atau masukan kepada peserta A secara berurutan. Ketika peserta ingin berbicara, dorong mereka untuk mengawali masukan atau komentar dengan mengatakan, "*menurut saya...*". Setelah itu, peserta diminta untuk memasukkan bola ke dalam keranjang.
  - Minta peserta A untuk membuat rencana usaha/bisnis menurut saran dari peserta lain.

- Akhiri latihan Praktek Dialog dengan memberikan ruang kepada peserta untuk memberikan komentar maupun pertanyaan. **(5')**
- Tutup sesi Dialog.

LEMBAR BACA
Dialog dan Debat

Dialog	Debat
Menemukan makna dari perbedaan dan ketidaksepahaman	Setuju atau tidak setuju
Menjelaskan perspektif	Meyakinkan lawan bicara, benar atau salah
Mengakui dan menghargai perasaan dan hubungan	Mengabaikan perasaan dan hubungan
Setiap orang yang terlibat menang	Ada pihak yang menang dan kalah
Mendengar untuk menemukan solusi	Mendengar untuk membangun argumen

LEMBAR BACA
Prinsip Berdialog

Prinsip berdialog adalah sebagai berikut:

1. Tidak mempertahankan asumsi.
2. Tidak ada agenda dan tujuan.
3. Tidak ada kekuasaan dan hierarki.
4. Tidak ada komitmen untuk menyelesaikan sesuatu.
5. Tidak semua orang harus setuju pada sesuatu.
6. Tidak boleh menilai baik dan buruk.
7. Tidak ada upaya untuk mengubah asumsi orang.
8. Dilakukan berulang-ulang.

POKOK BAHASAN III:
LITERASI KEUANGAN DASAR

Sesi 1
Menghitung Biaya Produksi

Tujuan sesi:

- Peserta dapat memahami cara menghitung biaya produksi dalam bisnis.
- Peserta dapat mengidentifikasi dan menghitung biaya produksi dalam bisnis mereka.
- Peserta dapat menghitung apakah bisnis mereka menguntungkan atau merugikan.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Selotip
- Lembar Studi Kasus Pisang Goreng Bu Bariah
- Lembar Kerja Biaya Produksi

Waktu:

- 1 jam 15 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Minta peserta untuk membaca studi kasus *Pisang Goreng Bu Bariah* bersama-sama. **(5')**
- Instruksikan peserta untuk mengidentifikasi dan menghitung biaya produksi berdasarkan studi kasus *Pisang Goreng Bu Bariah*. **(5')**

Catatan untuk Fasilitator:

Pastikan tidak ada biaya yang terlewat.

- Bagi peserta menjadi 4 kelompok berdasarkan jenis bisnis yang berbeda-beda. **(15')**

Catatan untuk Fasilitator:

Setiap kelompok harus didampingi oleh satu co-fasilitator atau narasumber yang kompeten untuk memastikan materi tentang biaya produksi bisa dipahami oleh peserta.

- Berikan lembar kerja *Biaya Produksi* dan minta peserta untuk mengisi sesuai dengan jenis usaha kelompoknya masing-masing. Biaya yang perlu dihitung, antara lain: **(10')**
  - Bahan baku (*fixed cost* dan *variable cost*)
  - Upah tenaga kerja
  - Biaya *overhead* (sewa tempat, listrik)
  - Modal awal/aset (peralatan)
- Minta perwakilan kelompok mempresentasikan hasil lembar kerja biaya produksi mereka dan mendiskusikan apakah bisnisnya menguntungkan. **(20')**
- Buka sesi tanya jawab. **(10')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin berikut: **(5')**
  - Menghitung biaya produksi bisa mempermudah menemukan harga jual yang sesuai, keuntungan/kerugian, dan lain-lain.
  - Melakukan pencatatan keuangan dapat mendorong kedisiplinan dalam mengurus keuangan.
  - Biaya produksi tidak bersifat tetap. Biaya produksi harus selalu disesuaikan dengan perkembangan bisnis atau situasi.

Pisang Goreng Bu Bariah

Bu Bariah berencana untuk menjual pisang goreng. Ia membeli satu buah kompor seharga Rp250.000, dua buah wadah besar masing-masing seharga Rp25.000, dan satu buah wajan besar seharga Rp75.000.

Sejak awal bulan Oktober, setiap hari Bu Bariah membeli satu tandan pisang seharga Rp75.000; 2 kg tepung terigu seharga Rp15.000 per kilogram; 1 liter minyak goreng seharga Rp20.000; dan 1 tabung gas 3 kilogram seharga Rp35.000. Untuk meningkatkan kualitas, Bu Bariah menambahkan keju pada pisang gorengnya. Setiap hari Bu Bariah membutuhkan 2 pak keju dengan harga Rp10.000 per pak.

Bu Bariah membutuhkan tempat untuk menjual. Dia menyewa sebuah kios di kantin sekolah dengan membayar sewa Rp150.000 pada setiap akhir bulan. Setiap bulan, Bu Bariah hanya berjualan selama 20 hari karena setiap akhir pekan, sekolah libur.

Bu Bariah memiliki target untuk menghasilkan total 200 potong pisang goreng setiap harinya. Untuk pergi berjualan di kantin sekolah yang berjarak 10 km dari rumahnya, Bu Bariah mengeluarkan biaya Rp50.000 per bulan untuk transportasi.

Lembar Kerja Biaya Produksi

Nama : _____

Jenis Usaha : _____

No	**Jenis Biaya Produksi** (Bahan Baku / Upah Tenaga Kerja/ *Biaya Overhead* / Peralatan)	Komponen	Harga per unit	Biaya per jangka waktu (hari/bulan)

No	**Jenis Biaya Produksi** (Bahan Baku / Upah Tenaga Kerja/ *Biaya Overhead* / Peralatan)	Komponen	Harga per unit	Biaya per jangka waktu (hari/bulan)
Total Biaya Produksi				

Sesi 2
Strategi Efisiensi Biaya Produksi

Tujuan sesi:

- Peserta mengetahui strategi produksi yang efektif dan efisien.
- Peserta mampu menerapkan strategi tersebut untuk memperbaiki rancangan biaya produksi yang mereka buat sebelumnya.

Alat yang dibutuhkan:

- Lembar Kerja Biaya Produksi sesi 1
- Proyektor
- Plano
- Alat tulis

Waktu:

- 1 jam 5 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Minta peserta untuk mengeluarkan rancangan lembar kerja biaya produksi yang telah dibuat sebelumnya.
- Bagi peserta ke dalam 4 kelompok dengan komposisi anggota kelompok yang sama dengan sesi pertama. Setiap kelompok harus didampingi oleh co-fasilitator. **(5')**
- Instruksikan peserta untuk mencermati kembali lembar biaya produksi sebelumnya dan melihat potensi untuk meningkatkan efisiensi. Minta anggota lainnya memberikan komentar untuk meningkatkan efisiensi produksi. **(15')**
- Kembalikan peserta ke dalam satu kelompok besar. Buka sesi diskusi dengan meminta perwakilan setiap kelompok untuk mempresentasikan hasil kerjanya, dan minta peserta lain memberikan tanggapan. Catat poin-poin penting yang disebut oleh peserta. **(30')**
- Tutup sesi dengan menjelaskan kepada peserta strategi untuk meningkatkan efisiensi produksi, yaitu: **(10')**

  1. Menjaga kualitas produksi;
  2. Meningkatkan volume untuk menekan biaya produksi;
  3. Meminimalkan waktu dan biaya produksi; dan
  4. Tepat waktu.

Sesi 3
Pemisahan Keuangan Bisnis dan Keluarga

Tujuan sesi:

- Peserta dapat memahami pentingnya pemisahan keuangan.
- Peserta dapat memisahkan keuangan bisnis dan keuangan keluarga.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Lembar Baca Pemisahan Keuangan Bisnis dan Keluarga

Waktu:

- 1 jam 10 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

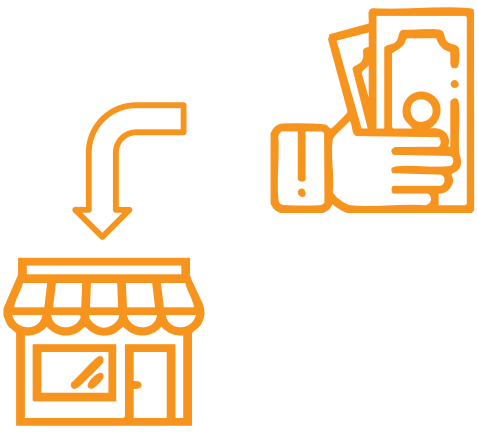
- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Tanyakan kepada peserta praktik pemisahan keuangan yang sudah mereka lakukan dan apa saja tantangan yang dihadapi. **(5')**
- Minta peserta yang berpengalaman memisahkan keuangan untuk membagikan pengalamannya kepada peserta lain. **(15')**
- Awali diskusi dengan menggali alasan-alasan mengapa pemisahan keuangan penting, beserta kesuksesan dan tantangan ketika melakukannya berdasarkan pengalaman peserta. Catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta. **(10')**
- Sampaikan prinsip-prinsip pemisahan keuangan bisnis dan keluarga, yaitu: **(5')**
  - Bisnis menopang keluarga, bukan sebaliknya.
  - Keamanan keuangan keluarga.
  - Kemudahan analisis bisnis (untung/tidak).
  - Kemudahan dalam perencanaan bisnis ke depan (pengembangan, jumlah investasi).
  - Ada kewajiban untuk orang lain dalam bisnis.
- Bagi peserta menjadi 4 kelompok dan minta peserta untuk mendiskusikan apa strategi yang akan mereka lakukan dalam memisahkan keuangan bisnis dan keuangan keluarga. Setiap kelompok harus didampingi oleh satu co-fasilitator. **(10')**
- Kembalikan peserta ke dalam satu kelompok besar dan minta perwakilan kelompok untuk menyampaikan hasil diskusi kelompoknya. Berikan ruang kepada peserta lain untuk memberikan komentar atau masukan. Catat strategi pemisahan keuangan yang disampaikan oleh peserta. **(20')**
- Tutup sesi dengan memberikan dan menjelaskan lembar baca *Pemisahan Keuangan Bisnis dan Keluarga*, dengan poin-poin berikut:
  - Kantong keuangan bisnis:
    - Pada setiap akhir periode penjualan (harian), semua uang hasil transaksi dikumpulkan dan disisihkan sebagian untuk dimasukkan ke kantong biaya produksi.
    - Uang pada kantong ini digunakan untuk membeli/membayar ongkos produksi hari/periode berikutnya, membayar pinjaman, dan membeli peralatan yang harus diganti.

- Kantong keuangan keluarga:
  - Sisa dari biaya produksi pada tiap akhir periode penjualan ditaruh di kantong ini.
  - Secara berkala kantong keluarga bisa digunakan untuk hal hal sebagai berikut:
  - Investasi dalam perluasan atau peningkatan usahanya;
    1. Investasi jenis usaha baru;
    2. Tabungan di bank (misalnya pendidikan anak, investasi masa depan, jaminan hari tua); dan
    3. Konsumsi keluarga.

LEMBAR BACA
Pemisahan Keuangan Bisnis dan Keluarga

Prinsip-Prinsip[5]

- Bisnis menopang keluarga, bukan sebaliknya.
- Keamanan keuangan keluarga.
- Kemudahan analisis bisnis (untung/tidak).
- Kemudahan dalam perencanaan bisnis ke depan (pengembangan, jumlah investasi).
- Ada kewajiban untuk orang lain dalam bisnis.



Kantong Bisnis

Pada setiap akthir periode penjualan (harian), semua uang hasil transaksi dikumpulkan sebagian untuk dimasukkan ke kantong biaya produksi. Digunakan untuk membeli/membayar ongkos produksi harian/periode berikutnya, membayar pinjaman, dan membeli peralatan yang harus diganti.

Kantong Keluarga

Sisa dari biaya produksi dari tiap akhir periode penjualan ditaruh di kantong ini.
Kantong keluarga bisa digunakan untuk hal-hal seperti :

1. Investasi untuk peningkatan usaha
2. Investasi jenis usaha baru
3. Tabungan di bank (jaminan hari tua, pendidikan anak, investasi masa depan
4. Konsumsi keluarga

5 Tim PPKM. Strategi Keuangan untuk Pengusaha Kecil Pelatihan Perencanaan Keuangan Masyarakat. ALPHA-I.

POKOK BAHASAN IV: PENGENALAN DASAR NEGOSIASI

Sesi 1
Pendekatan Negosiasi

Tujuan sesi:

- Peserta mengetahui berbagai pendekatan dan keterampilan dalam negosiasi.
- Peserta dapat menggunakan pendekatan negosiasi secara tepat dan mempraktikkannya dalam bisnis sehari-hari.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Selotip
- Lembar Cerita Berbagi Buah Durian
- Lembar Baca Negosiasi dan Tawar Menawar
- Lembar Baca Pendekatan Negosiasi

Waktu:

- 2 jam 15 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Tanyakan kepada seluruh peserta, "*dalam sebulan terakhir, apakah mereka memiliki pengalaman bernegosiasi baik dalam konteks bisnis, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan pekerjaan?*" **(5')**
  - Akhiri sesi berbagi pengalaman negosiasi dengan menyampaikan poin penting kepada peserta bahwa bernegosiasi adalah bagian dari kehidupan sehari-hari.
- Lanjutkan sesi dengan permainan *Berbagi Buah Durian* dengan langkah sebagai berikut:
  - Fasilitator membuat garis menggunakan tali atau alat lain yang difungsikan untuk membedakan dua kutub.
  - Instruksikan peserta untuk berdiri di atas garis secara berjajar dari kiri ke kanan.
  - Minta peserta mengurutkan umur dari yang paling tua (kiri) hingga yang paling muda (kanan) tanpa keluar dari garis. **(1')**
  - Pastikan urutan sudah benar dengan menanyakan umur peserta satu per satu dari kiri ke kanan. Lakukan perbaikan jika ditemukan kesalahan. **(3')**
  - Pasangkan peserta mulai dari yang paling kiri dengan yang paling kanan. Lanjutkan proses tersebut hingga semua peserta berpasang-pasangan.
  - Minta pasangan peserta untuk berhadapan.
  - Bacakan cerita *Berbagi Buah Durian* kepada peserta. **(5')**
  - Minta peserta memulai *role-play Berbagi Buah Durian*. **(10')**
  - Tanyakan kepada beberapa pasangan peserta mengenai hasil kesepakatan mereka dan catat hal-hal penting yang didapat dari peserta. **(10')**

Catatan untuk Fasilitator:

Gunakan garis, tali, atau alat lain untuk membedakan dua kutub. Kutub A diurutkan sesuai umur yang lebih tua, sedangkan kutub B diurutkan sesuai umur yang paling muda.

- Tanyakan kepada peserta, "*apakah role-play yang mereka lakukan merupakan bentuk negosiasi atau tawar-menawar?*" **(5')**
- Berikan dan jelaskan lembar baca *Negosiasi dan Tawar Menawar* kepada peserta. **(5')**

- Lakukan refleksi dengan menanyakan kembali kepada peserta, "*apakah proses yang dilakukan sebelumnya merupakan tawar-menawar atau negosiasi?*" **(5')**
- Akhiri permainan *Berbagi Buah Durian* dengan menyampaikan poin penting kepada peserta bahwa: **(3')**
  - Tawar-menawar biasanya menghasilkan kesepakatan yang terbatas, sementara negosiasi memungkinkan pembahasan yang lebih luas sehingga hasilnya lebih beragam dan berkelanjutan.
- Lanjutkan sesi dengan memberikan lembar baca *Pendekatan Negosiasi* dan jelaskan bahwa: **(3')**
- Pendekatan negosiasi yang baik diilustrasikan dalam gambar di bawah, yang mana kepentingan menjadi aspek yang paling utama dan penggunaan kekuasaan diperkecil.

- Buka sesi tanya jawab dengan peserta. **(10')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting sesi ini, di antaranya: **(5')**
  - Negosiasi berbeda dengan tawar-menawar.
  - Negosiasi akan berjalan lebih baik jika didasari dengan pendekatan kepentingan.
  - Negosiator yang hebat bisa dilihat dari kemampuannya bertindak luwes dan berpikir kreatif.

Berbagi Buah Durian

Andi dan Budi merupakan tetangga yang sudah bersahabat sejak kecil. mereka juga memiliki satu kesamaan: sama-sama sangat menyukai durian. Bagi keduanya, durian merupakan makanan yang wajib mereka makan setiap musim panennya.

Namun dalam 5 tahun terakhir Sulawesi mengalami gagal panen durian. Akibatnya, tidak ada satu pun orang yang menjual durian sehingga membuatnya menjadi buah yang langka. Sejak saat itu , Andi dan Budi tidak pernah lagi merasakan durian kesukaan mereka.

Suatu hari, Andi dan Budi sedang berjalan di taman kota. Ketika sedang asyik mengobrol, tiba-tiba mereka melihat seorang penjual buah yang menjual durian. Keduanya segera menghampiri penjual tersebut. Namun sayangnya, durian yang tersedia hanya satu buah.

Apabila kalian adalah Andi atau Budi, apa yang akan kalian lakukan dengan buah durian tersebut?

LEMBAR BACA
Negosiasi dan Tawar Menawar

Tawar-Menawar

Dalam Bahasa Inggris, tawar-menawar sering disebut dengan *bargain*. Tawar-menawar terjadi ketika para pihak fokus mengenai **satu aspek tertentu**, misalnya harga barang. Ketika melakukan tawar menawar, cara pandang yang digunakan sering kali bersifat terbatas, seolah-olah barang yang diperebutkan adalah sesuatu yang langka dan tidak bisa dibagi. Akibatnya, interaksi yang terjadi cenderung kompetitif, dengan masing-masing pihak berusaha memperoleh keuntungan lebih besar daripada pihak lainnya.

Tawar-menawar sering disertai perdebatan, saling menyalahkan, atau upaya untuk "menang" atas pihak lain. Proses seperti ini dapat berakhir tanpa kesepakatan karena kedua belah pihak tidak bersedia mengalah. Bahkan ketika kesepakatan tercapai, hasilnya sering kali bersifat *menang–kalah*: satu pihak diuntungkan, sementara pihak lain merasa dirugikan. Selain itu, hubungan jangka panjang kerap terabaikan sehingga peluang kerja sama di masa depan menjadi lebih kecil.

Negosiasi

Berbeda dengan tawar-menawar, negosiasi mencakup lebih dari satu aspek yang dapat dibicarakan dan disepakati bersama. Para pihak tidak semata-mata memandang situasi sebagai sesuatu yang terbatas, tetapi berupaya mencari berbagai kemungkinan yang dapat memberikan manfaat bersama. Misalnya, selain membahas harga, para pihak juga dapat mendiskusikan garansi, biaya pengiriman, atau peluang kerja sama jangka panjang.

Dalam negosiasi, para pihak tidak hanya berfokus pada kemenangan sepihak, melainkan pada proses komunikasi untuk menemukan solusi yang saling menguntungkan. Pada satu aspek, satu pihak mungkin mengalah, tetapi pada aspek lain ia memperoleh keuntungan. Secara keseluruhan, kedua belah pihak dapat merasakan manfaat dari kesepakatan yang dicapai (*menang–menang*). Proses ini juga membantu menjaga bahkan memperkuat hubungan karena komunikasi berlangsung secara lebih terbuka.

LEMBAR BACA
Pendekatan Negosiasi

Pendekatan power/kekuatan

Proses negosiasi ini didasarkan pada kekuatan yang dimiliki satu pihak. Pihak yang merasa lebih kuat akan menggunakan kekuatannya untuk menekan pihak lain agar menyetujui keinginannya*. Contohnya, ketika seseorang berkata: "*Saya lebih tua dari kamu*." atau "*Saya lebih dulu di sini daripada kamu*".

Walaupun dalam kasus tertentu pendekatan ini menghasilkan sebuah kesepakatan, umumnya, pihak yang kalah tidak sepenuhnya rela menerima karena merasa tidak diperlakukan secara adil dalam pengambilan kesepakatan yang ada. Hasil akhirnya biasanya bersifat **menang–kalah**, di mana satu pihak merasa unggul dan pihak lain merasa dirugikan. Implikasinya, kondisi ini sering kali melibatkan penggunaan kekuatan balasan dari pihak yang merasa dirugikan.

Pendekatan Hak

Proses negosiasi dengan pendekatan hak terjadi ketika salah satu pihak mengklaim lebih memiliki hak daripada yang lain*. Klaim hak tersebut biasanya bersumber dari aturan, kebijakan, hukum, keputusan otoritas, perintah, atau izin resmi. Contoh kasusnya: "saya yang berhak berjualan di sini karena saya mempunyai surat izin dari Bupati."

Pendekatan ini sering disertai tindakan saling mengklaim hak masing-masing. Kesepakatan dapat tercapai apabila para pihak mengakui dasar hak yang sama, seperti hukum. Ketika para pihak saling mengklaim hak dengan dasar hukum yang berbeda, proses negosiasi menjadi sulit untuk mencapai kesepakatan. Akhirnya, seperti pendekatan kekuatan, hasilnya sering kali juga bersifat menang–kalah.

Pendekatan Kepentingan

Pendekatan kepentingan lebih menempatkan para pihak pada posisi yang setara dan saling membutuhkan*. Upaya negosiasi ini lebih pada bagaimana menemukan dan memenuhi kepentingan masing-masing pihak. Hal inilah yang memacu kreativitas dalam mencapai kesepakatan yang lebih menguntungkan para pihak. Kesepakatan yang dihasilkan bisa lebih besar dari kepentingan para pihak, atau lebih besar manfaatnya bagi para pihak. Kepentingan para pihak pun tidak harus sama. Bahkan ketika kepentingan berbeda, keduanya tetap dapat dipenuhi secara bersamaan. Ketika kepentingan satu pihak terpenuhi, bukan berarti kepentingan pihak lain tidak tercapai atau dikurangi. Ketika satu pihak merasa menang, tidak harus pihak lain kalah. Bisa jadi pihak satu merasa menang dan pihak lain pun merasa menang. Pendekatan ini menghasilkan hubungan yang baik dan potensi kolaborasi di masa depan.

Sesi 2
Membedakan Posisi dan Kepentingan

Tujuan sesi:

- Peserta dapat membedakan antara posisi dan kepentingan dalam bernegosiasi.
- Peserta dapat mempraktikkan konsep posisi dan kepentingan dalam bernegosiasi.

Alat yang dibutuhkan:

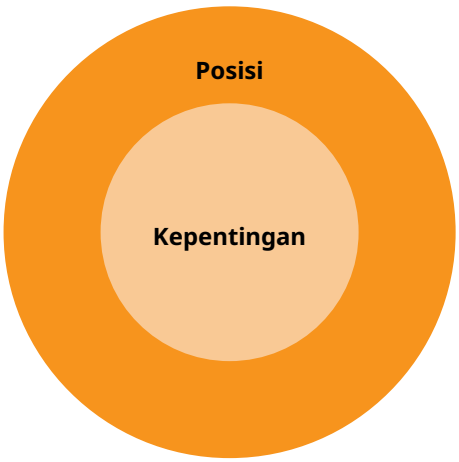
- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Lembar Cerita Jagung A
- Lembar Cerita Jagung B

Waktu:

- 1 jam 10 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Mulai permainan peran negosiasi *Jagung*. **(30')**
  - Bagi peserta ke dalam dua kelompok, A dan B. Pisahkan Kelompok A dan Kelompok B, kemudian berikan lembar cerita *Jagung* sesuai dengan kelompoknya.
  - Setelah itu, minta peserta untuk mencari pasangan dari kelompok yang berbeda.
  - Minta peserta untuk memulai negosiasi dengan pasangannya.
  - Ajukan pertanyaan berikut kepada peserta:
    - Siapa saja yang berhasil membuat kesepakatan?
    - Siapa saja yang tidak sampai membuat kesepakatan?
  - Minta beberapa perwakilan pasangan untuk membacakan hasil kesepakatan mereka dan menceritakan keberhasilan dan hambatan yang mereka hadapi.
  - Ajukan pertanyaan berikut kepada perwakilan yang presentasi:
    - Apakah Anda menemukan kepentingan dan menggunakannya dalam praktik negosiasi tersebut?
- Akhiri permainan peran negosiasi *Jagung* dengan menjelaskan tantangan menemukan kepentingan dalam negosiasi. **(10')**
- Jelaskan diagram tentang posisi dan kepentingan. **(5')**



- **Posisi** adalah apa yang diinginkan, solusi yang diminta/harapkan.

  Contoh: Saya mau jagung 300 kg seharga Rp 5.000/kg.
- **Kepentingan** adalah sesuatu di balik posisi (misalnya: kebutuhan, ketakutan).

  Contoh: Saya butuh kulit jagung untuk obat penyakit gagal jantung.
- Salah satu cara untuk menemukan **kepentingan** adalah menanyakan **posisi** beberapa kali. *Contoh:*
  - » "Kenapa saya mau jagung 200 kg seharga Rp 5.000/kg?"

    "Karena disuruh atasan saya."
  - » "Kenapa atasan saya menyuruh saya untuk mendapatkan jagung 200 kg dengan harga Rp 5.000/kg?"

"Karena perusahaan ingin memproduksi obat untuk penyakit gagal jantung."

.....

Dan seterusnya, sampai menemukan kepentingannya.

- Buka kesempatan melakukan tanya jawab dengan peserta. **(10')**
- Tutup sesi dengan menjelaskan poin-poin berikut: **(10')**
  - Antara posisi dan kepentingan dalam negosiasi, sebaiknya fokus pada kepentingan.
  - Jika hanya fokus pada posisi, hasil akhirnya adalah menang atau kalah.
  - Jika digali kepentingan masing-masing pihak, maka ada kemungkinan kesepakatan bisa dicapai.

Jagung A

Anda bekerja di perusahaan obat terkenal yang memproduksi obat untuk penyakit kanker dari sari pati jagung. Saat ini sedang terjadi permintaan yang tinggi untuk obat penyakit kanker tersebut. Oleh sebab itu, Anda ditugaskan oleh perusahaan untuk mencari pasokan jagung.

Anda diberikan tanggung jawab untuk mendapatkan jagung minimal 100 kg, dengan harga maksimal Rp 5.000 per kilo. Jika Anda bisa mendapatkan jagung lebih dari 100 kg dengan harga yang lebih murah, Anda akan mendapatkan bonus dan kenaikan gaji.

Namun, ternyata hanya ada satu pemasok jagung dengan berat 300 kg. Pemasok hanya akan menjual kepada pembeli dengan harga tawaran tertinggi. Sebagai informasi, harga jagung tahun lalu adalah Rp 4.500. Dan informasi ini diketahui secara umum oleh perusahaan obat lainnya.

Perusahaan Anda adalah perusahaan obat terbesar dengan modal yang sangat besar, karenanya selama ini selalu mendapatkan jagung dari pemasok.

Sebelum Anda bertemu dengan pemasok untuk memastikan jumlah dan harga jagung, Anda ditugasi oleh atasan untuk bernegosiasi dengan wakil dari perusahaan obat lain yang juga ingin membeli jagung.

Jagung B

Anda bekerja di perusahaan obat besar yang memproduksi obat untuk penyakit gagal jantung dari kulit jagung. Saat ini sedang terjadi permintaan yang tinggi untuk obat gagal jantung tersebut. Oleh sebab itu, Anda ditugaskan oleh perusahaan untuk mencari pasokan jagung.

Anda ditugaskan oleh perusahaan untuk mendapatkan minimal 200 kg jagung dengan harga maksimal Rp 5.000 per kilo. Sebagai informasi, harga jagung tahun lalu adalah Rp 4.500. Jika Anda bisa mendapatkan harga lebih murah dan jumlah berat yang lebih banyak, maka perusahaan sudah menjanjikan bonus dan kenaikan gaji bulanan.

Sudah menjadi pengetahuan semua perusahaan obat bahwa hanya ada satu pemasok yang memiliki pasokan jagung sebesar 300 kg. Pemasok hanya akan menjual kepada mereka yang berani membayar mahal.

Sebelum Anda bertemu dengan pemasok untuk memastikan jumlah dan harga jagung, Anda ditugaskan oleh perusahaan untuk bernegosiasi dengan wakil dari perusahaan obat lain yang juga ingin membeli jagung.

Sesi 3
Alat Bayar

Tujuan sesi:

- Peserta dapat membedakan antara uang dan alat bayar (currency).
- Peserta dapat secara kreatif menemukan berbagai macam alat bayar.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Selotip
- HVS warna-warni
- Kaus

Waktu:

- 40 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Bagi peserta secara berpasangan.
- Mulai permainan "Kaus Spesial" dengan panduan berikut: **(5')**
  - Dua orang membeli satu kaus bersama-sama dengan harga 100 ribu. Setiap orang berkontribusi 50 ribu. Kaus hanya boleh dimiliki oleh satu orang.
  - Aturan:
    - Kaus tidak bisa dibagi.
    - Kaus tidak bisa diberikan secara sukarela kepada pihak lain.
    - Kaus tidak boleh dipakai secara bergantian.
    - Kesepakatan harus bisa dicapai dalam pelatihan.
  - Pertanyaan pengarah: "*jika kaus diambil oleh pihak lain, apa yang Anda ingin dapatkan dari pihak lain? Jika Anda mengambil kaus, apa yang ingin Anda berikan kepada pihak lain?*"
- Instruksikan peserta untuk memulai proses negosiasi. **(5')**
- Setelah peserta bernegosiasi, arahkan peserta untuk: **(5')**
  - Menuliskan kesepakatan dalam kertas plano jika tercapai kesepakatan.
  - Menjelaskan kenapa tidak ada kesepakatan jika tidak tercapai.

Catatan untuk Fasilitator:

Contoh kesepakatan: A mendapatkan kaus, sedangkan B diberi sayuran selama satu minggu.

- Minta perwakilan peserta untuk membacakan hasil kesepakatan.
- Berikan waktu kepada peserta untuk bertanya atau meminta klarifikasi. **(5')**
- Lakukan refleksi dengan menyampaikan poin-poin berikut: **(5')**
  - Alat bayar sangat beragam, tidak terbatas hanya pada uang.
  - Apabila ingin menjadi negosiator yang bagus, maka harus bisa menggunakan berbagai macam alat bayar secara strategis.
- Jelaskan keterkaitan antara alat bayar dengan negosiasi, yaitu: **(10')**
  - Dalam negosiasi, ada berbagai aspek yang dirundingkan.

- Semakin banyak ruang atau aspek yang dirundingkan dan semakin banyak alat bayar yang Anda punya, semakin kuat posisi Anda dalam negosiasi.
- Negosiator yang andal bisa menemukan alat bayar yang kurang bernilai baginya, tapi berharga bagi pihak lain.

POKOK BAHASAN V:
PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL

Sesi 1
Pengantar Pemasaran Konvensional dan Tantangannya

Tujuan sesi:

- Peserta dapat memahami pengetahuan dasar tentang pemasaran.
- Peserta dapat memahami kebutuhan dan elemen pemasaran.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Lembar Kerja Elemen Pemasaran

Waktu:

- 35 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Bagikan lembar kerja *Elemen Pemasaran* kepada peserta dan minta mereka mengisi lembar kerja tersebut. **(10')**

No	Elemen Pemasaran	Jawaban
1	Siapa pembeli barang/ pelanggan jasa Anda?	
2	Apakah harganya bersaing dibandingkan dengan yang lain?	
3	Di manakah lokasi menjual Anda? Apakah strategis (dekat dengan pelanggan)?	
4	Bagaimanakah cara Anda menjual dan mempromosikan produk/ jasa Anda?	

- Minta 3 perwakilan peserta untuk mempresentasikan hasil kerja. **(15')**
  - Tanyakan kepada peserta, "*apa saja tantangan yang mereka hadapi dalam membuat strategi pemasaran selama ini?*" Catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta.
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting terkait pengantar pemasaran, yaitu: **(5')**
  - Selama ini, orang melakukan pemasaran melalui cara konvensional.
  - Cara konvensional memiliki jangkauan konsumen yang terbatas.
  - Saat ini, keterbatasan tersebut bisa diatasi dengan menggunakan platform digital, misalnya menggunakan media sosial.

Lembar Kerja Elemen Pemasaran

Nama : _____
Jenis Usaha : _____

No	Elemen Pemasaran	Jawaban
1	Siapa pembeli barang/pelanggan jasa Anda?	
2	Apakah harganya bersaing dibandingkan dengan yang lain?	
3	Di manakah lokasi menjual Anda? Apakah strategis (dekat dengan pelanggan)?	
4	Bagaimanakah cara Anda menjual dan mempromosikan produk/jasa Anda?	

Sesi 2
Strategi Pemasaran di Media Sosial

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mengetahui berbagai media sosial dan karakteristiknya.
- Peserta dapat memahami fungsi dari fitur setiap media sosial untuk usaha/bisnis.
- Peserta dapat mengenali strategi pemasaran: merancang merek produk dan menjual produk atau jasa di media sosial.

Alat yang dibutuhkan:

- Plano
- Metaplan
- Alat tulis
- Laptop
- Proyektor

Waktu:

- 1 jam 17 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Ajukan pertanyaan berikut dan minta peserta untuk menuliskan jawabannya di metaplan: **(10')**
  - Apa saja media sosial yang Anda ketahui?
  - Apa media sosial yang Anda punya?
  - Biasanya media sosial Anda digunakan untuk apa saja?
  - Siapa saja lingkaran pertemanan di media sosial yang Anda gunakan?
- Minta beberapa peserta berbagi pengalaman menggunakan media sosial. **(15')**
- Lanjutkan sesi dengan menjelaskan tentang demografi pengguna media sosial di Indonesia dan perbedaan fitur setiap media sosial (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube). **(15')**

> ***Catatan untuk Fasilitator:***
>
> Materi dapat diunduh di tautan:
>
> https://bit.ly/MateriPemasaranModulTHC

- Sampaikan kepada peserta pentingnya memasarkan bisnis melalui media sosial beserta keuntungan bagi pemilik usaha, di antaranya: **(5')**
  - Membantu pebisnis dalam mengenal target pelanggan dan membantu bisnis menjadi lebih dinamis.
  - Menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan pemasaran tradisional.
- Jelaskan kepada peserta bahwa butuh strategi pemasaran yang baik melalui media sosial agar tercapainya target pemasaran: **(5')**
  - Tentukan target pasar dan pelajari karakteristik pelanggan.
  - Tentukan platform yang sesuai dengan target pasar.
  - Membuat konten yang kreatif dan sesuai dengan *brand image* (citra/persepsi konsumen terhadap merek) bisnis.
  - Jalin komunikasi secara personal dengan pelanggan secara efektif.
  - Bekerja sama dengan pihak yang tepat, seperti *influencer/key opinion leader* (figur dengan banyak pengikut yang bisa memengaruhi niat beli konsumen) sesuai dengan usaha yang dijalankan.

- Tanyakan kepada peserta, "*konten seperti apa yang sering mereka lihat di media sosial*?" **(2')**
- Tampilkan beberapa contoh konten kreatif dan merek yang berhasil memaksimalkan penggunaan media sosial untuk pemasaran bisnisnya. **(5')**
- Berikan kesempatan melakukan tanya jawab kepada peserta untuk memperdalam materi. **(10')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin berikut: **(5')**
  - Setiap media sosial memiliki fitur yang bisa dimanfaatkan untuk pemasaran.
  - Merek produk dapat membangun identitas produk dan membantu pelanggan membedakan produk Anda dari produk lain.
  - Ketika memasarkan dan menjual produk atau jasa, buatlah konten yang menarik dan sesuai dengan produknya.

Sesi 3
Praktik Pemasaran di Media Sosial

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mempraktikan pengetahuan pemasaran di media sosial.
- Peserta dapat memperluas jaringan bisnis mereka melalui media sosial.

Alat yang dibutuhkan:

- Plano
- Alat tulis
- Gawai
- Modem/Koneksi Internet
- Lembar Kerja Profil Bisnis

Waktu:

- 1 jam 10 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Mulai sesi *Membangun Profil Bisnis*. **(45')**
  - Bagi peserta ke dalam 4 kelompok berdasarkan kemiripan bisnisnya.

Catatan untuk Fasilitator:

Setiap kelompok harus didampingi oleh co-fasilitator atau narasumber yang kompeten.

  - Berikan lembar kerja *Profil Bisnis* kepada setiap peserta dan minta mereka untuk mengisinya.
  - Setiap anggota kelompok mempresentasikan profil bisnisnya dan meminta tanggapan atau komentar dari anggota kelompok lain.
  - Minta anggota kelompok untuk memilih salah satu di antara mereka untuk menyempurnakan profil bisnisnya.
  - Lanjutkan sesi dengan meminta anggota kelompok tersebut untuk membuat akun media sosial bisnisnya, sementara peserta yang lain menyimak prosesnya. Pastikan narasumber atau co-fasilitator bisa membantu pembuatan akun tersebut.
- Kumpulkan kembali peserta ke dalam kelompok besar.
- Minta anggota kelompok yang telah didampingi untuk mempresentasikan profil bisnisnya di kelompok besar. Beri kesempatan kepada anggota kelompok lain untuk memberikan tanggapan. **(20')**
- Tutup sesi Praktik Pemasaran di Media Sosial.

Lembar Kerja Profil Bisnis

1. Nama Bisnis

2. Alamat Bisnis

3. Tentang bisnis (minimal 10 kata)

4. Orang yang dapat dihubungi