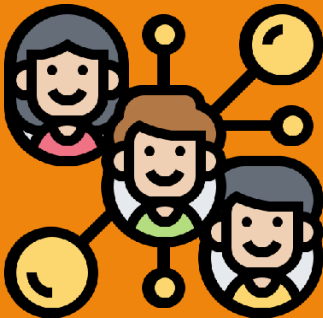


MODUL

Membangun Kapasitas Individu untuk Reintegrasi Sosial

KECAKAPAN SOSIAL



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 usaha modernisasi dan demokratisasi di Indonesia yang didasarkan pada moralitas dan integritas budaya serta nilai-nilai agama.

The Habibie Center memiliki misi, yang pertama yakni 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
Mayka R. Asnawiyah
Salsabila A. Wilinia
Sopar Peranto

Ilustrasi oleh: Nita Darsono

MODUL

Membangun Kapasitas Individu untuk Reintegrasi Sosial

KECAKAPAN SOSIAL

The Habibie Center

Jakarta, Indonesia

Edisi kedua, Februari 2024

Daftar Isi

iv	Daftar Isi
v	Tentang Modul
ix	Susunan Bagian, Pokok Bahasan, dan Sesi-sesi Modul Pelatihan
xi	Cara Menggunakan Buku Modul
xiii	Petunjuk Praktis untuk Fasilitator
xv	Petunjuk untuk Panitia Penyelenggara
01	Pokok Bahasan I: Komunikasi Positif
02	Sesi 1: Alur, Alat Penyampaian, dan Konteks Komunikasi
10	Sesi 2: Pendengar Aktif
13	Sesi 3: Mendorong Komunikasi Positif
21	Pokok Bahasan II: Dialog
22	Sesi: Dialog
33	Pokok Bahasan III: Literasi Keuangan Dasar
34	Sesi 1: Menghitung Biaya Produksi
39	Sesi 2: Strategi Efisiensi Biaya Produksi
41	Sesi 3: Pemisahan Keuangan Bisnis dan Keluarga
49	Pokok Bahasan IV: Pengenalan Dasar Negosiasi
50	Sesi 1: Pendekatan Negosiasi
56	Sesi 2: Membedakan Posisi dan Kepentingan
61	Sesi 3: Alat Bayar
69	Pokok Bahasan V: Pemasaran di Media Sosial
70	Sesi 1: Pengantar Pemasaran Konvensional dan Tantangannya
73	Sesi 2: Strategi Pemasaran di Media Sosial
76	Sesi 3: Praktek Pemasaran di Media Sosial
82	Daftar Pustaka

Tentang Modul

Buku ini diberi judul **Modul Membangun Kapasitas Individu untuk Reintegrasi Sosial (Kecakapan Sosial)** – 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**?

Materi yang ada dalam modul kecakapan sosial adalah materi tambahan untuk implementasi dan praktek lebih lanjut dari modul psikososial. Di dalam modul psikososial, materi berfokus pada membangun kapasitas psikososial dengan perspektif kognitif dan sosiokultural. Asumsinya bahwa perubahan individu bisa dilakukan dengan mengubah pola pikir dan sosiokultural yang ada di sekitarnya. Oleh karenanya, materi yang diberikan lebih menasar ke ranah pengetahuan, kesadaran, perubahan pola pikir, dan sosial budaya.

Sebaliknya, materi yang ada dalam modul kecakapan sosial adalah materi untuk meningkatkan kecakapan teknis dalam membangun hubungan sosial di masyarakat. Materi ini sifatnya lebih banyak kecakapan yang bersifat praktikal dari keseluruhan materi modul psikososial.

Oleh karenanya, isi modul ini pada prinsipnya adalah materi pelengkap dari modul pendekatan psikososial. Walaupun demikian, modul pendekatan psikososial dengan modul kecakapan sosial ini harus dipahami secara menyeluruh sebagai satu kesatuan. Materi yang sifatnya pelengkap ini tidak bisa dikesampingkan, karena justru melengkapi kebutuhan akan tujuan yang ingin dicapai dalam proses reintegrasi sosial bagi para mantan narapidana teroris di masyarakat.

Materi yang disajikan dalam modul ini disusun melalui proses panjang seperti halnya modul psikososial. Untuk sampai pada materi yang tersaji dalam modul ini, tim penyusun lebih dulu melakukan asesmen lapangan di Kabupaten Poso. Tim penyusun melakukan wawancara dengan para mantan narapidana terorisme dan keluarganya. Wawancara juga dilakukan dengan pimpinan kampung, tokoh agama dan tokoh masyarakat, serta berbagai unsur pemerintah daerah. Kunjungan ke lapangan juga dilakukan ke rumah

mantan narapidana terorisme dan meninjau usaha ekonomi yang dilakukan.

Dari asesmen itulah diperoleh beberapa aspek penting tentang realitas lapangan untuk mendukung pendekatan psikososial guna mendukung proses reintegrasi mantan narapidana teroris di masyarakat. Beberapa aspek penting yang perlu ditingkatkan adalah; **komunikasi, kemampuan menerima perbedaan, kemampuan menghadapi perbedaan, kemampuan mengkalkulasi untung-rugi (pengelolaan keuangan/*financial literacy*) dan juga membangun jaringan yang lebih luas keluar dari kelompok atau lingkungannya (membangun jaringan pemasaran yang menyesuaikan zaman).**

Selain itu, fakta di lapangan menunjukkan bahwa para mantan narapidana teroris masih menghadapi banyak kendala dalam reintegrasi dengan masyarakat. Di satu sisi, di kalangan mantan narapidana teroris masih ditemui adanya pemikiran yang belum sepenuhnya terbuka dan kurang percaya diri dalam berintegrasi dengan masyarakat. Di sisi lain, masyarakat juga belum sepenuhnya bisa menerima mantan narapidana terorisme kembali sebagai bagian dari masyarakat karena masih ada stigma negatif yang melekat pada diri mereka. Stigma tersebut berdampak nyata bagi para mantan narapidana teroris, seperti sulitnya memperoleh mata pencaharian, tidak bisa bekerja di bidang formal. Karenanya mereka cenderung mencari penghidupan melalui sektor informal seperti menjadi petani, nelayan, maupun bisnis usaha mikro dan kecil.

Sebenarnya, fakta di lapangan menunjukkan bahwa para mantan narapidana teroris sudah banyak memperoleh program pemberdayaan ekonomi dan *livelihood* dari berbagai pihak. Namun pemberdayaan ekonomi yang dilakukan tidak bisa berjalan berkelanjutan karena kurangnya pemahaman aspek kecakapan psikososial dan sosial. Menurut Deputi Bidang Kerja Sama Internasional BNPT, Andhika Chrisnayudhanto, kedua modul ini merupakan materi penguatan “soft skill” bagi mantan narapidana terorisme. Aspek psikososial menyiapkan dan memberi penguatan pola pikir serta kepercayaan dalam diri peserta untuk melangkah menjadi pribadi yang baru di masa depan. Kecakapan psikososial dan sosial bisa menopang untuk menyukseskan proses reintegrasi di masyarakat.

Fakta inilah yang menjadi dasar tim penyusun membangun modul yang sekaligus menjawab kendala yang dihadapi para mantan narapidana terorisme, termasuk di bidang ekonomi. Modul ini juga mengandung materi utama pentingnya perubahan pola pikir dan sosial kemasyarakatan melalui pendekatan psikososial, sehingga materi psikososial bisa sekaligus diterapkan termasuk dalam merespons kendala ekonomi. Dengan demikian, modul psikososial dan modul kecakapan sosial bisa mudah diterima dan bisa diimplementasikan secara langsung dalam kehidupan di masyarakat.

Merespons hasil asesmen lapangan tersebut, tim penyusun melakukan studi literatur dan diskusi internal untuk merumuskan beberapa materi yang ada di dalam modul. Tim penyusun juga melakukan diskusi dengan Tony Tri Yulianto, seorang fasilitator Pelatihan Perencanaan Keuangan Masyarakat (PPKM) ALPHA-I khusus untuk materi Perencanaan Keuangan (*Financial Literacy*) bagi usaha mikro dan kecil.

Pada prakteknya, kedua modul ini akan cenderung terlihat seperti modul pemberdayaan ekonomi bagi para mantan narapidana teroris. Pada dasarnya, aspek pemberdayaan ekonomi merupakan medium untuk penerapan kecakapan psikososial dan sosial yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat.

Modul kecakapan psikososial berperan mengubah kesadaran dan pola pemikiran, sementara materi kecakapan sosial berperan sebagai instrumen yang mewujudkan perubahan perilaku ke dalam praktek kehidupan ekonomi dan sosial di masyarakat. Proses reintegrasi memerlukan perubahan di tiga aspek tersebut, oleh karena itu, kedua modul ini harus dilaksanakan secara bersamaan untuk memastikan proses reintegrasi berjalan dengan baik.

Jakarta, Februari 2024
Tim Penyusun Modul

Susunan Bab, Pokok Bahasan, dan Sesi-sesi Modul Pelatihan

Modul ini ditulis untuk melengkapi dan menyempurnakan implementasi modul psikososial untuk proses engagement atau reintegrasi di masyarakat. Oleh karenanya, selain materi modul kecakapan sosial ini bisa menambah pengetahuan, kesadaran, dan keahlian teknis untuk menjawab hasil asesmen tentang aspek penting dalam proses reintegrasi, yaitu: **komunikasi, kemampuan menerima perbedaan, kemampuan menghadapi perbedaan, kemampuan mengkalkulasi untung-rugi (pengelolaan keuangan/ *financial literacy*) dan juga membangun jaringan yang lebih luas keluar dari kelompok atau lingkungannya (membangun jaringan pemasaran yang menyesuaikan zaman).**

Dengan mempertimbangkan korelasi yang dekat dengan materi yang ada dalam modul psikososial, maka materi dalam modul ini disusun secara bertingkat dari kecakapan yang fundamental dan harus segera dimiliki untuk langkah awal reintegrasi. Pokok bahasan dalam modul ini dimulai dengan komunikasi positif, dialog, literasi keuangan dasar, serta pengenalan dasar negosiasi. Selain itu, untuk mendorong penerimaan masyarakat yang lebih luas, diberikan materi tentang pemasaran di media sosial.

Modul ini diawali dengan tema Komunikasi Positif. Tema ini merupakan salah satu instrumen penting dari kecakapan sosial yang bisa membantu mendorong proses reintegrasi di masyarakat. Komunikasi positif menjadi sangat penting di kehidupan sosial di masyarakat sehari-hari, karena 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. Tujuan sesi ini adalah agar peserta memahami kerangka dasar komunikasi dan tantangan yang ada dalam komunikasi. Komunikasi yang dimaksud di sini tidak hanya verbal, namun juga komunikasi non-verbal seperti bahasa tubuh, gaya bicara, dan nada bicara. Peserta juga diharapkan memahami bahwa dalam komunikasi ada pesan dan kesan. Pesan sering disampaikan lewat ucapan, sedangkan kesan diterima dengan melihat bahasa tubuh, gaya bicara, dan nada bicara. Namun orang lupa bahwa kesan yang timbul dari komunikasi non-verbal lebih mudah dan lebih cepat ditangkap dibandingkan dengan pesan.

Sesi berikutnya untuk pokok bahasan komunikasi positif adalah “Pendengar Aktif”. Sesi ini dirancang untuk menjawab tantangan dalam berkomunikasi, di mana kemampuan mendengar adalah kemampuan yang sangat sulit dikuasai. Menurut Chris Voss, perlu kecerdasan emosional dalam berkomunikasi, yang bisa diperoleh dengan lebih banyak mendengar daripada berbicara. Melalui sesi pendengar aktif, peserta diharapkan dapat mengetahui ciri-ciri menjadi pendengar yang baik maupun tidak baik, dan memahami bagaimana menjadi pendengar yang baik. Pokok bahasan komunikasi positif ditutup dengan sesi “Mendorong Komunikasi Positif”.

Sesi dilanjutkan dengan pokok bahasan Dialog. Materi komunikasi positif yang telah diberikan sebelumnya akan mempermudah peserta dalam memahami dialog. Dialog merupakan alat penting sebagai kerangka untuk mendorong pemikiran terbuka, memahami dan menerima perbedaan dari orang lain. Pada sesi ini, dialog tidak hanya sekedar pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga kecakapan yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Dalam materi ini, peserta diberikan pemahaman tentang perbedaan dialog dan debat, perbedaan persepsi dan menemukan solusi akhir menggunakan dialog, serta tata cara berdialog di masyarakat.

Pokok bahasan selanjutnya adalah Literasi Keuangan Dasar. Materi ini merupakan penerjemahan dari aspek kemampuan mengkalkulasi untung-rugi. Selain itu, materi ini secara langsung bisa membantu peserta untuk mengelola keuangan usaha dan keluarga. Materi ini membantu membiasakan peserta untuk mengkalkulasi 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 kalkulasi

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 narapidana teroris masih eksklusif, yakni cenderung bergaul dengan kelompoknya saja. Ini artinya mereka masih dipengaruhi pola pikir yang tidak bisa menerima perbedaan atau disebut *unnegotiable mind* di mana ada batas imajiner yang tidak bisa dinegosiasikan dengan orang lain atau kelompok lain yang berbeda. *Unnegotiable mind* inilah yang menghambat proses reintegrasi mereka ke masyarakat. Untuk merespons tantangan ini, peserta diberikan pokok bahasan tentang negosiasi. Negosiasi merupakan cara bagaimana menghadapi perbedaan di dalam keluarga, masyarakat, dan juga dalam bisnis. Negosiasi hanya bisa dilakukan ketika seseorang sudah bisa menerima adanya perbedaan dan memiliki kecakapan komunikasi positif. Melalui pokok bahasan negosiasi, peserta dapat mempraktekkan dan membiasakan pola pikir yang tadinya “*unnegotiable*” menjadi “*negotiable*”.

Pokok bahasan terakhir dalam modul ini adalah Pemasaran di Media Sosial. Materi ini dipakai sebagai respons atas aspek penting membangun jaringan yang lebih luas dari kelompok atau lingkungannya. Melalui pokok bahasan ini, mantan narapidana terorisme yang mempunyai usaha didorong agar tidak hanya memfokuskan pemasaran pada teman atau lingkaran yang dimilikinya, namun memperluas pemasarannya agar usaha ekonominya lebih maju. Ketika para mantan narapidana teroris bisa dan berani menggunakan media sosial untuk mengembangkan pemasaran usahanya, maka mereka sudah mulai terbuka terhadap dunia luar. Penggunaan media sosial dapat lebih efektif apabila peserta sudah memahami seluruh pokok bahasan yang telah disebutkan sebelumnya.

Cara Menggunakan Buku Modul

Modul ini berisikan materi tambahan dari modul psikososial untuk digunakan sebagai praktek psikososial. Penting bagi pihak yang akan menggunakan modul ini untuk dapat memahami terlebih dahulu modul psikososial secara menyeluruh. Pemahaman mendalam tentang modul psikososial akan menjadikan penggunaan modul ini akan mencapai hasil yang lebih maksimal sesuai dengan tujuan modul yang diinginkan. Sebaliknya, jika hanya memahami kecakapan sosial saja tanpa memahami modul psikososial maka materi yang ada dalam modul ini akan menjadi seperti materi umum yang terkesan berdiri sendiri. Pemahaman terhadap modul psikososial yang dilengkapi dengan kecakapan sosial ditujukan untuk mendorong proses reintegrasi mantan narapidana terorisme di masyarakat.

Bagi para pihak disarankan untuk menggunakan modul ini secara berurutan dari pokok bahasan pertama hingga terakhir. Peletakan urutan materi modul ini sudah disesuaikan dengan materi yang ada dalam modul psikososial. Penyusunan materi dalam modul ini dibuat bertahap sesuai tahapan yang ada dalam modul psikososial, contohnya: materi komunikasi, materi ini merupakan materi awal dalam modul ini. Kemampuan komunikasi yang baik menjadi penunjang teknis di tengah masyarakat. Tanpa adanya kapasitas komunikasi yang baik, maka perubahan identitas dan nilai yang ada tidak tersampaikan dengan baik pada masyarakat. Kondisi tersebut bisa menghambat proses reintegrasi. Demikian juga materi lainnya, yang sudah disesuaikan tahapannya dengan materi psikososial. Para pengguna modul juga dapat memanfaatkan pokok-pokok bahasan yang dianggap penting sesuai dengan konteks pelatihan.

Untuk mencapai hasil yang lebih baik, maka penting memberikan materi dalam modul psikososial terlebih dahulu kepada peserta. Hal ini sesuai dengan fungsi modul ini yang menjadi modul tambahan sekaligus praktek dari modul psikososial. Materi modul psikososial dan kecakapan sosial bisa dipadu-padankan menjadi satu kali ataupun beberapa kali tahapan kegiatan pelatihan. Salah satu contohnya dilakukan di Poso, di mana jadwal dirancang berselang-seling antara materi psikososial dengan materi kecakapan sosial. Praktek pelatihan di Poso tersebut dilakukan dalam tiga fase pelatihan, dengan

rincian materi sebagai berikut:

Pelatihan dalam Ruang	Materi Psikososial	Materi Kecakapan Sosial
1	<ul style="list-style-type: none">• Identitas• Perubahan Nilai	<ul style="list-style-type: none">• Komunikasi Positif• Dialog
2	<ul style="list-style-type: none">• Apresiasi• Hubungan Pemimpin dan Pengikut	<ul style="list-style-type: none">• Literasi Keuangan Dasar• Pengenalan Dasar Negosiasi
3	<ul style="list-style-type: none">• Hubungan <i>In-group</i> dan <i>Out-group</i>• Hubungan Interpersonal	<ul style="list-style-type: none">• Literasi Keuangan Dasar• Pemasaran di Media Sosial

Pengguna modul ini bisa membuat jadwal tersendiri sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dan dinamika yang dihadapi di lapangan. Pada prinsipnya, penggunaan modul kecakapan sosial ini akan lebih maksimal sebagai materi tambahan sekaligus praktek dari modul psikososial.

Petunjuk Praktis untuk Fasilitator

Fasilitator yang akan menggunakan modul kecakapan sosial wajib untuk membacanya secara cermat dan 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 kurangnya 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 sangat 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, anggota tim fasilitator yang menggunakan modul psikososial disarankan ikut terlibat dalam proses penggunaan modul kecakapan sosial. Jika fasilitator merasa kurang menguasai materi kecakapan sosial, maka perlu memasukkan fasilitator baru yang menguasai materi tersebut sebagai bagian dari tim fasilitator. Sehingga ketika fasilitator masuk pada sesi materi dalam modul ini bisa menyampaikan dan menghubungkan antara 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 sebelum kegiatan pelatihan dilakukan agar bisa menyepakati poin-poin penting sesuai dengan tema pelatihan yang perlu disampaikan oleh narasumber kepada peserta. Pelibatan narasumber juga harus didiskusikan sejak awal dengan panitia penyelenggara pelatihan guna memastikan tersedianya alat peraga dan sumber daya yang dibutuhkan.

Kunci utama keberhasilan pelatihan adalah komunikasi dan koordinasi antara fasilitator dengan 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 pada penggunaan modul ini. Karenanya, pikiran yang terbuka, keinginan untuk terus belajar, memperbaiki diri, serta bisa menerima berbagai masukan, harus ada dalam diri fasilitator yang menggunakan modul ini.

Selamat memfasilitasi!

Petunjuk untuk Panitia Penyelenggara

Panitia adalah bagian penting dari suksesnya penggunaan buku modul ini. Panitia secara garis besar terdiri dari panitia teknis dan panitia acara. Panitia teknis bertugas untuk mempersiapkan hal-hal teknis pelatihan seperti administrasi, tempat, penyediaan alat peraga dan lainnya. Sedangkan panitia acara bertugas membantu fasilitator dalam pelatihan.

Pembagian kerja yang jelas antar-panitia harus dilakukan sejak persiapan pelatihan. Pembagian kerja akan memudahkan panitia untuk bisa 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, pelaksanaan, hingga pasca pelatihan.

Dalam pelaksanaan pelatihan, penting bagi panitia penyelenggara mempersiapkan ketersediaan sumber daya, baik sumber daya manusia dan keuangan. Segala sumber daya harus diarahkan untuk mendukung pelaksanaan pelatihan agar bisa terselenggara secara baik dan mencapai tujuan yang diinginkan. Selanjutnya, berbagai persiapan terlebih dahulu harus dilakukan, seperti mempelajari buku panduan, menentukan siapa saja yang layak untuk mengikuti pelatihan, dan diskusi dengan semua pihak yang dapat mendukung pelaksanaan kegiatan baik pada tahap persiapan, pelaksanaan maupun pasca pelatihan.

Dalam menggunakan modul ini, seluruh panitia penyelenggara pelatihan diharapkan membaca dan memahami modul secara keseluruhan termasuk modul psikosial. Pemahaman yang sama antar-panitia penyelenggara atas tujuan yang ingin dicapai dari pelatihan akan mempermudah mencapai hasil yang diharapkan. Dengan pemahaman yang holistik, maka panitia bisa mempersiapkan berbagai hal yang dibutuhkan untuk mendukung suksesnya pelatihan.

Bagi panitia teknis, pemahaman terhadap modul ini bisa memberikan arah persiapan yang harus dilakukan, penentuan peserta, tempat pelatihan, dan

berbagai aspek administrasi yang dibutuhkan. Bagi panitia acara, pemahaman modul ini bisa membantu untuk merencanakan kebutuhan terkait pelaksanaan pelatihan, pengaturan tempat kegiatan, dan asistensi yang bisa diberikan untuk membantu fasilitator.

Selain itu, komunikasi antar-panitia dengan calon peserta pelatihan harus dilakukan secara intensif, sehingga peserta dapat memahami pelatihan apa yang akan mereka ikuti. Sejak awal, peserta juga harus diberikan informasi tentang maksud dan tujuan pelatihan, alasan atau kriteria yang menjadikan mereka peserta pelatihan, dan gambaran manfaat dari mengikuti pelatihan. Informasi tentang jadwal dan tempat pelatihan juga harus disampaikan lebih awal pada peserta. Panitia penyelenggara perlu memastikan tempat pelatihan bisa memberi rasa aman bagi peserta, sehingga mereka bisa bebas berbicara dan berpartisipasi aktif selama pelatihan. 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. Informasi tempat pelatihan juga harus dikomunikasikan lebih awal kepada tim fasilitator untuk kepentingan pengaturan ruangan pelatihan dan penyediaan alat-alat peraga pelatihan yang harus disiapkan sesuai dengan fasilitas tempat pelatihan.

Komunikasi panitia acara dengan fasilitator juga perlu dilakukan sejak awal terutama terkait informasi tentang karakteristik peserta, seperti latar belakang pendidikan, demografi peserta, dan kondisi sosial politik di lingkungan peserta. Informasi tersebut dapat membantu fasilitator dalam menyesuaikan modul ini dengan dinamika kontekstual peserta. Komunikasi lebih awal dengan fasilitator juga akan memberi pemahaman pada panitia tentang strategi teknis fasilitasi yang akan dilakukan oleh fasilitator.

Diskusi terbuka dan berkelanjutan dengan fasilitator sangat diperlukan bagi panitia sejak proses perencanaan, pelaksanaan, sampai ke evaluasi pelatihan. Pemahaman panitia atas buku modul ini akan memudahkan proses diskusi dengan fasilitator tersebut. Diskusi yang dilakukan akan kaya dengan gagasan dan alternatif solusi jika terdapat kesenjangan yang dihadapi antara harapan pelatihan dengan situasi lapangan serta sumber daya yang dimiliki. Penyelenggara dan fasilitator perlu meluangkan waktu untuk melakukan refleksi di akhir setiap sesi pelatihan.

Terakhir, panitia harus menyampaikan informasi yang jelas pada peserta, fasilitator, dan narasumber terkait pembiayaan dan sumber daya pelatihan. Informasi ini ringan, tetapi dapat menimbulkan kebingungan dan ketidakpercayaan terhadap panitia jika tidak disampaikan sejak awal. Hal ini bisa sangat berdampak pada pencapaian tujuan pelatihan yang dilakukan.

**POKOK BAHASAN I:
KOMUNIKASI
POSITIF**

SESI 1

Alur, Alat Penyampaian, dan Konteks Komunikasi



TUJUAN

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



PERLENGKAPAN

1. Kertas Metaplan
2. Kertas Plano
3. Gambar “Alat Penyampaian Pesan”
4. Lembar Baca “Alur Komunikasi”
5. Lembar Cerita “Buah Mangga dan Buah Jambu Tetangga”
6. 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 konter, pegawai tiketnya menyadari bahwa Linda berasal dari Indonesia. Mengetahui hal itu, pegawai tiketnya bertanya kepada Linda, "Bila kamu sampai di Malaysia?" Mendengar hal tersebut, Linda bingung dan tidak tahu menjawab apa.

Bagian Kedua

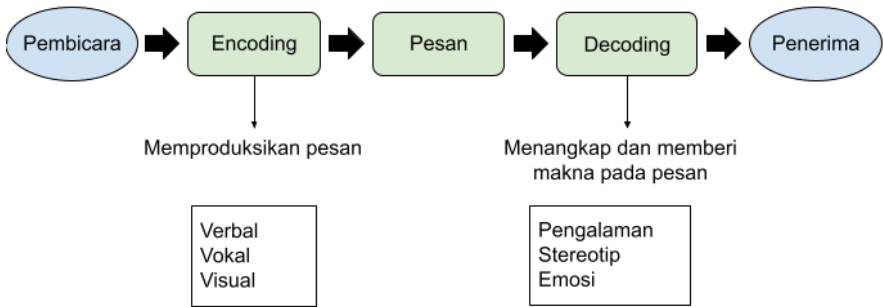
Linda diam dan tidak merespons pertanyaan pegawai tiket. Sampai akhirnya, Linda menceritakan hal tersebut ke kakak laki-lakinya yang sudah pernah menetap di Malaysia. Kakak laki-lakinya pun memberitahu Linda bahwa "bila" berarti "kapan" dalam Bahasa Melayu.

- 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 tanya-jawab. **(10')**
- Akhiri bahasan materi "Alur Komunikasi" dengan membacakan poin-poin penting dalam materi ini, antara lain: **(5')**
 - Pengirim pesan harus selalu sadar mengenai alur komunikasi karena dapat terjadi perubahan makna pada penerima pesan.

- Dalam komunikasi, makna sebenarnya ditentukan oleh 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 mempraktekkan 3 makna “Ooo” dan mengundang peserta lain untuk menebak maknanya.
 - Konfirmasi kembali jawaban kelompok lain kepada perwakilan kelompok yang mempraktekkannya.
- Tanyakan kepada peserta pelajaran apa yang bisa diambil dari sesi permainan ini. Co-fasilitator mencatat poin-poin penting dari peserta. **(10’)**
- Tampilkan 3 gambar pesan dan minta peserta untuk mencocokkan gambar tersebut dengan berapa persen pesan yang bisa diterima. **(5’)**
- Tutup bahasan materi “Alat Penyampaian” dengan menyampaikan poin-poin penting antara lain: **(5’)**
 - (Tambahkan penjelasan berapa persen pesan yang diterima)
 - 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.
- 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 untuk 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 bisa berbeda.
 - Untuk mengurangi kesalahpahaman, biasanya didorong untuk menggunakan konteks rendah dalam berkomunikasi.

LEMBAR BACA "Alur Komunikasi"



Model Alur Komunikasi Shannon-Weaver (1950) mengkonseptualisasikan 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 bisa 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 pesan dan merubahnya 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.

GAMBAR "Alat Penyampaian Pesan"

40% pesan

Intonasi



10% pesan

Kata

50% pesan

Gestur/bahasa tubuh



LEMBAR BACA

“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 Pertama

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*)

LEMBAR BACA

“Konteks Tinggi dan Rendah”

Komunikasi konteks tinggi mengandung pesan implisit dan bergantung pada konteks di mana komunikasi itu disampaikan. Dalam komunikasi konteks tinggi, makna terinternalisasikan pada orang yang bersangkutan dan pesan lebih ditekankan pada aspek non-verbal (ekspresi wajah, bahasa tubuh, lokasi interaksi). Sebagai 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. Sebagai contoh: “Saya tidak suka dengan pakaian yang Anda kenakan hari ini.”

SESI 2

Pendengar Aktif



TUJUAN

1. Peserta dapat memahami bagaimana menjadi pendengar aktif.
2. Peserta dapat mengetahui syarat-syarat menjadi pendengar aktif.
3. Peserta dapat membedakan ciri-ciri pendengar baik dan pendengar buruk.



PERLENGKAPAN

1. Kertas Metaplan
2. Kertas Plano
3. Spidol dan Alat Tulis
4. Lembar Baca “Pendengar Aktif”



WAKTU

58 menit

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.
 - Pertemuan peserta kembali di dalam ruangan secara berpasangan-pasangan 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 dan mempersiapkan cerita mengenai pengalaman terbaik di dalam hidup.
 - Instruksikan kelompok B untuk menjadi pendengar yang buruk.
 - Pertemuan kembali peserta di dalam ruangan secara berpasangan-pasangan 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 tentang ciri-ciri pendengar yang baik (bahasa tubuh, mimik wajah, respons verbal). **(10')**
- Tutup sesi dengan memberikan lembar baca "Pendengar Aktif" dan jelaskan unsur-unsurnya berdasarkan poin-poin yang telah disampaikan oleh peserta. **(5')**

LEMBAR BACA "Pendengar Aktif"

Dalam komunikasi, istilah pendengar aktif (*active listener*) lebih sering dipakai daripada istilah pendengar yang baik, walaupun maknanya relatif sama. Pendengar yang baik adalah pendengar yang aktif, dan pendengar yang aktif adalah pendengar yang baik.

Salah satu alasan mengapa perlu menjadi pendengar aktif adalah karena adanya perbedaan antara kecepatan orang berbicara dan kecepatan otak menangkap informasi. Kecepatan manusia berbicara sekitar 125-150 kata per menit, sedangkan kecepatan otak memproses informasi yang didengar adalah enam kali lebih cepat dari kecepatan orang berbicara. Oleh karenanya, otak masih bisa melayang jauh dari topik yang dibicarakan, melamun, atau memikirkan hal lain. Kondisi tersebut menjadikan mendengar butuh kesabaran, konsentrasi, dan kecerdasan lebih.

Pendengar aktif adalah pendengar yang memiliki kesadaran penuh untuk mencurahkan perhatian dan memahami apa yang disampaikan oleh lawan bicara. Menjadi pendengar aktif menunjukkan ketertarikan pada apa yang dibicarakan oleh lawan bicara.

Beberapa ciri pendengar aktif, antara lain:

- Menunjukkan ketertarikan pada apa yang disampaikan oleh lawan bicara. Hal ini sering ditandai, misalnya dengan: anggukan yang disertai dengan kata "ya" "ooh", kontak mata, dan lain-lain.
- Memberikan perhatian penuh dan tidak menyela atau memotong pembicaraan.
- Bertanya pada lawan bicara jika ada yang kurang jelas. Memberikan pertanyaan akan membuat lawan bicara lebih antusias untuk berbicara.
- Mengklarifikasi informasi yang didengar. Klarifikasi dapat dilakukan dengan memparafrasa kalimat lawan bicara.
- *Mirroring* adalah penyesuaian perasaan, emosi, dan intonasi oleh pendengar terhadap lawan bicara. Misalnya, jika lawan bicara membahas topik yang sedih, pendengar ikut menunjukkan kesedihan.

SESI 3

Mendorong Komunikasi Positif



TUJUAN

1. Peserta dapat mengetahui komunikasi positif.
2. Peserta dapat mempraktekkan komunikasi positif.



PERLENGKAPAN

1. Kertas Metaplan
2. Kertas Plano
3. Spidol dan Alat Tulis
4. Selotip



WAKTU

1 jam 3 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 yang sesuai dengan pengalaman peserta, 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 menanggapi 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 menanggapi 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 menanggapi 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, konfrontatif, dan menghentikan pembicaraan.

**POKOK BAHASAN II:
DIALOG**

SESI

Dialog



TUJUAN

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



PERLENGKAPAN

1. Kertas Metaplan
2. Kertas Plano
3. Alat Tulis
4. Selotip
5. Gambar Ilusi
6. Keranjang
7. Bola plastik
8. Lembar Baca “Perbedaan Dialog dan Debat”
9. Lembar Baca “Prinsip Berdialog”



WAKTU

2 jam 18 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" ke kelompok dan minta mereka untuk mengisi tabel tersebut.
 - Minta setiap perwakilan kelompok untuk mempresentasikan hasil kerjanya.
 - Berikan dan jelaskan lembar baca terkait "Perbedaan 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 dibutuhkan, fasilitator dapat mengunduh gambar-gambar ilusi tersebut 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 mendiskusikan 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 karena terjadinya komunikasi yang sulit, asumsi/opini yang berbeda, dan pengalaman yang berbeda, yang cenderung mengakibatkan kemungkinan mau 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 tanya-jawab untuk 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 bisa bercerita tentang bisnis apa yang dijalaninya, bagaimana pengalamannya menjalankan bisnis tersebut, modalnya, 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 kata "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

“Perbedaan Dialog dan Debat ”

Dialog	Debat
Menemukan makna dari perbedaan dan ketidaksepakatan	Setuju atau tidak setuju
Menjelaskan perspektif	Meyakinkan, 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:

Tidak mempertahankan asumsi.

Tidak ada agenda & tujuan.

Tidak ada kekuasaan dan hirarki.

Tidak ada komitmen untuk menyelesaikan sesuatu.

Tidak semua orang harus setuju pada sesuatu.

Tidak boleh menilai baik dan buruk.

Tidak ada upaya untuk merubah asumsi orang.

Dilakukan berulang-ulang.

**POKOK BAHASAN III:
LITERASI
KEUANGAN
DASAR**

SESI 1

Menghitung Biaya Produksi



TUJUAN

1. Peserta dapat memahami cara menghitung biaya produksi bisnis.
2. Peserta dapat mengidentifikasi dan menghitung biaya produksi bisnis mereka.
3. Peserta dapat menghitung apakah bisnis mereka menguntungkan atau merugikan.



PERLENGKAPAN

1. Kertas Metaplan
2. Kertas Plano
3. Alat Tulis
4. Selotip
5. Lembar Studi Kasus “Pisang Goreng Bu Bariah”
6. Lembar Kerja “Biaya Produksi”



WAKTU

1 jam 13 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. Yang perlu dihitung: **(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.

LEMBAR CERITA "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.

Mulai awal bulan Oktober, setiap hari, ia membeli satu tandan pisang dengan harga Rp75.000; 2 kilogram 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 juga membutuhkan 2 pak keju dengan harga Rp10.000 per pak.

Bu Bariah membutuhkan tempat untuk berjualan. Dia menyewa sebuah kios di kantin sekolah dengan membayar sewa Rp150.000 pada setiap akhir bulan. Untuk pergi berjualan di kantin sekolah yang berjarak 10 km dari rumahnya, Bu Bariah mengeluarkan biaya Rp50.000 per bulan untuk transportasi.

Bu Bariah memiliki target bahwa ia dapat menghasilkan total 200 potong pisang goreng setiap harinya. Setiap bulan, Bu Bariah hanya berjualan selama 20 hari karena pada hari akhir pekan sekolah libur.

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)
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
Total Biaya Produksi				

SESI 2

Strategi Efisiensi Biaya Produksi



TUJUAN

1. Peserta mengetahui strategi produksi secara efektif dan efisien.
2. Peserta mampu menerapkan strategi tersebut untuk memperbaiki rancangan biaya produksi yang mereka rancang sebelumnya.



PERLENGKAPAN

1. Kertas Plano
2. Alat Tulis
3. Proyektor
4. Lembar Kerja “Biaya Produksi” Sesi 1



WAKTU

1 jam 3 menit

Langkah-langkah Memfasilitasi

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Minta peserta untuk mengeluarkan lembar kerja biaya produksi yang telah dirancang 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 peserta lain menanggapi. 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

1. Peserta dapat memahami pentingnya pemisahan keuangan.
2. Peserta dapat memisahkan keuangan bisnis dan keuangan keluarga.



PERLENGKAPAN

1. Kertas Metaplan
2. Kertas Plano
3. Alat Tulis
4. Lembar Baca “Pemisahan Keuangan Bisnis dan Keluarga”



WAKTU

1 jam 8 menit

Langkah-langkah Memfasilitasi

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Tanyakan kepada peserta praktek pemisahan keuangan yang mereka lakukan dan apa saja tantangan yang dihadapi. **(5')**
- Minta peserta yang berpengalaman memisahkan keuangan untuk menyampaikan pengalamannya kepada peserta yang lain. **(15')**
- Awali diskusi dengan menggali alasan-alasan mengapa pemisahan keuangan penting serta kesuksesan dan tantangannya, 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/rugi).
 - Kemudahan dalam perencanaan bisnis ke depan (pengembangan, jumlah investasi).
 - Ada kewajiban untuk orang lain dalam bisnis.
- Bagi peserta menjadi 4 kelompok dan minta mereka untuk mendiskusikan apa strategi yang akan mereka lakukan dalam memisahkan keuangan bisnis dan keuangan keluarga mereka. 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 dalam kantong biaya produksi.
 - Uang pada kantong ini digunakan untuk membeli/membayar ongkos produksi pada hari/periode berikutnya, membayar pinjaman, dan membeli peralatan yang harus diganti.

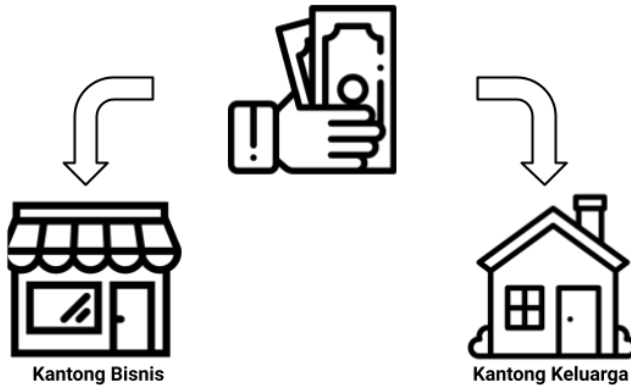
- Kantong keuangan keluarga:
 - Sisa dari biaya produksi dari tiap akhir periode penjualan disimpan di kantong ini.
 - Secara berkala, kantong keluarga bisa digunakan untuk hal-hal sebagai berikut:
 1. Investasi untuk perluasan atau peningkatan usaha,
 2. Investasi jenis usaha baru,
 3. Tabungan (misalnya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

LEMBAR BACA

“Pemisahan Keuangan Bisnis dan Keluarga”

Prinsip-prinsip

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



- Pada setiap akhir periode penjualan (harian), semua uang hasil transaksi dikumpulkan dan disisihkan sebagian untuk dimasukkan ke dalam kantong biaya produksi.
- Digunakan untuk membeli/membayar ongkos produksi harian/periode berikutnya, membayar pinjaman, dan membeli peralatan yang harus diganti.
- Sisa dari biaya produksi dari tiap akhir periode penjualan disimpan di kantong ini.
- Kantong keuntungan bisa digunakan untuk hal-hal seperti:
 - Investasi untuk peningkatan usaha
 - Investasi jenis usaha baru
 - Tabungan (jaminan hari tua, pendidikan anak, investasi masa depan)
 - Konsumsi keluarga

**POKOK BAHASAN IV:
PENGENALAN
DASAR
NEGOSIASI**

SESI 1

Pendekatan Negosiasi



TUJUAN

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



PERLENGKAPAN

1. Kertas Metaplan
2. Kertas Plano
3. Alat Tulis
4. Selotip
5. Lembar Cerita “Berbagi Buah Durian”
6. Lembar Baca “Perbedaan Negosiasi dan Tawar Menawar”
7. Lembar Baca “Pendekatan Negosiasi”



WAKTU

1 jam 13 menit

Langkah-langkah Memfasilitasi

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Tanyakan kepada seluruh peserta apakah mereka memiliki pengalaman bernegosiasi sebulan terakhir (di bisnis, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan pekerjaan). **(5')**
 - Akhiri berbagi pengalaman negosiasi dengan menyampaikan poin penting kepada peserta bahwa bernegosiasi adalah bagian dari hidup sehari-hari.
- Lanjutkan sesi dengan permainan "Berbagi Buah Durian" dengan langkah sebagai berikut:
 - Instruksikan peserta untuk berdiri di atas garis (misalnya tali atau garis lantai) 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 berhadap-hadapan.
 - 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 mereka sampaikan.

(10')



Catatan untuk fasilitator:

Gunakan garis, tali, atau alat lain yang bisa mengurutkan umur peserta dari yang paling muda ke yang paling tua, atau sebaliknya, dari yang paling tua ke yang paling muda.

- Tanyakan kepada peserta apakah yang dilakukan peserta itu merupakan negosiasi atau tawar menawar. **(5')**

- Berikan dan jelaskan lembar baca “Perbedaan Negosiasi dan Tawar Menawar” kepada peserta. **(5’)**
- Lakukan refleksi dengan menanyakan 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’)**
 - Hasil dari proses tawar menawar sangat terbatas, sedangkan negosiasi membuka lebih banyak aspek tawar menawar dan hasil yang dicapai lebih banyak, beragam, dan berkesinambungan.
- Lanjutkan sesi dengan memberikan lembar baca “Pendekatan Negosiasi” dan jelaskan bahwa: **(3’)**
 - Pendekatan negosiasi yang baik diilustrasikan dalam gambar di bawah, di mana pendekatan kepentingan adalah aspek yang paling utama dan penggunaan pendekatan kekuasaan diperkecil.



Gambar Pendekatan Negosiasi yang Baik

- Buka sesi tanya-jawab. **(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.

LEMBAR CERITA "Berbagi Buah Durian"

Andi dan Budi merupakan tetangga yang sudah bersahabat sejak mereka kecil. Tidak hanya itu, mereka juga memiliki kesamaan: yaitu sama-sama memfavoritkan durian. Bagi mereka, durian merupakan makanan yang wajib mereka makan setiap musim panennya.

Namun sudah 5 tahun belakangan ini, di Sulawesi terjadi gagal panen durian. Tidak ada satu pun orang yang menjualnya, dan mengakibatkan durian menjadi buah yang cukup langka. Sejak saat itu pula, Andi dan Budi tidak pernah lagi bisa mencicipi durian.

Suatu hari, Andi dan Budi tengah berjalan di taman kota. Ketika sedang asyik mengobrol, tiba-tiba mereka menemukan satu penjual buah durian. Mereka berdua segera menghampiri penjual tersebut. Namun sayangnya, buah durian yang tersisa hanya satu saja.

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

LEMBAR BACA

“Perbedaan Tawar Menawar dan Negosiasi”

Tawar Menawar

Tawar menawar terjadi ketika para pihak fokus mengenai satu aspek saja, misalnya harga barang. Yang ada dalam pikiran para pihak adalah bagaimana membagi sesuatu yang terbatas dan langka. Karenanya yang akan terjadi persaingan antara para pihak dan bagaimana mendapatkan yang lebih dari pihak lain. Kedua pihak hanya memperhatikan tercapainya tujuan sendiri dan tidak memedulikan pihak lain.

Tawar menawar sering disertai dengan perdebatan dan saling menyalahkan untuk menang sehingga sering berakhir dengan tanpa kesepakatan karena para pihak tidak mau mengalah. Terkadang salah satu pihak mendapat bagian yang lebih dari pihak lain. Ketika salah satu pihak menang atau mendapat lebih, berarti yang lain kalah atau rugi. Dalam tawar menawar para pihak terkadang tidak mempertimbangkan hal lain, seperti hubungan dan relasi jangka panjang antar mereka, sehingga kecil kemungkinan adanya kerja sama lebih lanjut.

Negosiasi

Berbeda dengan tawar menawar, negosiasi menyangkut banyak aspek yang disepakati. Hal ini terjadi karena para pihak berpikir bahwa aspek-aspek yang dibahas tidak terbatas, sehingga para pihak mendapatkan keuntungan lebih banyak. Contohnya, dalam jual beli di mana negosiasi tidak hanya fokus pada harga, tetapi juga garansi, biaya pengiriman, ataupun menjadi pelanggan tetap. Dengan kata lain, dalam bernegosiasi para pihak tidak hanya terpaku pada satu topik, tetapi banyak aspek yang dijadikan fokus untuk topik yang dibahas.

Dalam negosiasi, para pihak tidak hanya berpikir untuk menang, melainkan mereka fokus pada bagaimana para pihak saling berkomunikasi untuk menemukan hasil yang diinginkan. Pada satu aspek, satu pihak mungkin mendapatkan hasil yang kurang diharapkan, namun di aspek lain dia bisa mendapatkan hasil yang lebih dari yang diharapkan. Secara keseluruhan, para pihak menjadi pemenang dalam negosiasi. Komunikasi yang terjalin menjadikan hubungan antara para pihak berjalan lebih baik.

LEMBAR BACA

“Pendekatan Negosiasi”

Pendekatan *power*/kekuatan

Proses negosiasi ini didasari oleh kekuatan. Pihak yang merasa kuat akan menggunakan kekuatannya menekan pihak lain agar terjadi kesepakatan yang diinginkannya. Contohnya, ketika seseorang berkata: “Saya lebih tua dari kamu.” atau “Saya lebih dulu di sini daripada kamu”. Terkadang kekuatan satu pihak akan dibalas dengan kekuatan oleh pihak lain. Walaupun pendekatan ini kadang menghasilkan sebuah kesepakatan, salah satu pihak tidak sepenuhnya rela menerima atau merasa adil atas kesepakatan yang ada. Bisa jadi, satu pihak merasa menang dan pihak lain merasa kalah pada kesepakatan akhir. Oleh karena itu, hubungan antara para pihak bisa jadi memburuk setelah adanya kesepakatan.

Pendekatan Hak

Proses negosiasi dengan pendekatan hak terjadi ketika salah satu pihak merasa lebih berhak daripada yang lain. Hak itu muncul karena aturan, kebijakan, hukum, keputusan penguasa, perintah, ataupun izin. Contohnya: “Saya yang berhak berjualan di sini karena saya mempunyai surat izin dari Bupati.” Pendekatan hak sering disertai tindakan saling mengklaim atas hak yang dimiliki. Kesepakatan dapat tercapai ketika para pihak menyadari dasar hak yang sama, seperti hukum. Namun, jika para pihak saling klaim hak yang didasari hukum yang berbeda, maka sulit untuk mencapai kesepakatan. Akhirnya, satu pihak menang dan pihak lain kalah.

Pendekatan Kepentingan

Proses negosiasi berdasarkan kepentingan lebih menempatkan para pihak pada posisi yang sepadan dan saling membutuhkan satu sama lain. 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. Di samping itu, orang yang berhadapan dalam negosiasi belum tentu memiliki kepentingan yang sama. Ketika kepentingan satu pihak terpenuhi, bukan berarti kepentingan pihak lain tidak tercapai atau dikurangi. Ketika satu pihak merasa menang, pihak lain tidak harus merasa 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

1. Peserta dapat membedakan antara posisi dan kepentingan dalam bernegosiasi.
2. Peserta dapat mempraktekkan konsep posisi dan kepentingan dalam bernegosiasi.



PERLENGKAPAN

1. Kertas Metaplan
2. Kertas Plano
3. Alat Tulis
4. Lembar Cerita “Singkong Mentega A”
5. Lembar Cerita “Singkong Mentega B”



WAKTU

1 jam 8 Menit

Langkah-langkah Memfasilitasi

- Buka sesi dengan memberikan pengantar, maksud, tujuan materi, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Mulai permainan peran negosiasi "Singkong Mentega". **(30')**
 - Bagi peserta ke dalam dua kelompok, A dan B. Pisahkan kelompok A dan kelompok B kemudian berikan lembar cerita "Singkong Mentega" sesuai dengan kelompoknya.
 - Setelah itu, minta peserta untuk mencari pasangannya 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 praktek negosiasi tersebut?
- Akhiri permainan peran negosiasi "Singkong Mentega" dengan menjelaskan tantangan menemukan kepentingan dalam negosiasi. **(10')**
- Jelaskan diagram tentang posisi dan kepentingan. **(5')**

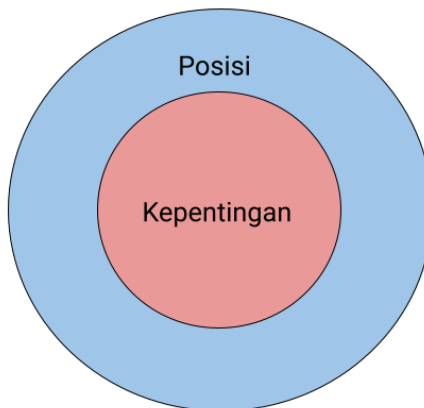


Diagram Posisi dan Kepentingan

- **Posisi** adalah apa yang diinginkan, solusi yang diminta/harapkan.
Contoh: Saya mau singkong mentega 300 kg seharga Rp 5.000/kg.
- **Keperluan** adalah sesuatu di balik posisi. (misalnya: kebutuhan, ketakutan).
Contoh: Saya butuh kulit singkong mentega untuk obat penyakit gagal jantung.
- Salah satu cara untuk menemukan **keperluan** adalah menanyakan **posisi** beberapa kali.
Contoh:
"Kenapa saya mau singkong mentega 300 kg seharga Rp 5.000/kg?"
"Karena disuruh atasan saya."
"Kenapa atasan saya menyuruh saya untuk mendapatkan singkong mentega 200 kg dengan harga Rp 5.000/kg?"
"Karena perusahaan ingin memproduksi obat penyakit gagal jantung."
.....
Dan seterusnya, sampai menemukan keperluannya.

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

LEMBAR CERITA "Singkong Mentega A"

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

Anda ditugaskan untuk mendapatkan singkong mentega minimal 100 kilogram, dengan harga maksimal Rp5.000 per kilogram. Jika Anda bisa mendapatkan singkong mentega lebih dari 100 kilogram dengan harga yang lebih murah, Anda akan mendapatkan bonus dan kenaikan gaji.

Namun ternyata hanya ada satu pemasok singkong mentega dengan jumlah berat 300 kilogram. Pemasok hanya akan menjual pada pembeli dengan harga tawaran tertinggi. Sebagai informasi, harga singkong mentega tahun lalu adalah Rp4.500. 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 singkong mentega dari pemasok.

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

LEMBAR CERITA "Singkong Mentega B"

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

Anda ditugaskan oleh perusahaan Anda untuk mendapatkan minimal 200 kilogram singkong mentega dengan harga maksimal Rp5.000 per kilogram. Sebagai informasi, harga singkong mentega tahun lalu adalah Rp4.500. Jika Anda bisa mendapatkan harga lebih murah dan jumlah berat yang lebih banyak, maka perusahaan sudah menjanjikan bonus dan kenaikan gaji bulanan di perusahaan Anda.

Sudah menjadi pengetahuan semua perusahaan obat bahwa hanya ada satu pemasok yang memiliki pasokan jumlah singkong mentega sebesar 300 kilogram. Pemasok hanya akan menjual pada mereka yang berani membayar mahal.

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

SESI 3

Alat Bayar



TUJUAN

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



PERLENGKAPAN

1. Kertas Metaplan
2. Kertas Plano
3. Selotip
4. HVS warna-warni
5. Kaus



WAKTU

38 Menit

Langkah-langkah Memfasilitasi

- Buka sesi dengan memberikan pengantar, maksud, tujuan materi, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Bagi peserta secara berpasang-pasangan.
- 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 boleh diberikan secara sukarela ke 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 baik, 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, maka semakin kuat posisi Anda dalam negosiasi.
 - Negosiator yang handal 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

1. Peserta dapat memahami pengetahuan dasar tentang pemasaran.
2. Peserta dapat memahami kebutuhan dan elemen pemasaran.



PERLENGKAPAN

1. Kertas Metaplan
2. Kertas Plano
3. Alat Tulis
4. Lembar Kerja “Elemen Pemasaran”



WAKTU

43 menit

Langkah-langkah Memfasilitasi

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

No.	Elemen Pemasaran	Jawaban
1.	Siapa pembeli barang/pelanggan jasa Anda?	
2.	Apakah harganya bersaing dibandingkan dengan yang lain? Berapa harga jual Anda dan pihak lain yang Anda ketahui?	
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 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 cara 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? Berapa harga jual Anda dan pihak lain yang Anda ketahui?	
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

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



PERLENGKAPAN

1. Kertas Metaplan
2. Kertas Plano
3. Alat Tulis
4. Laptop
5. Proyektor



WAKTU

1 jam 15 menit

Langkah-langkah Memfasilitasi

- Buka sesi dengan memberikan pengantar, maksud, tujuan materi, 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 akun media sosial yang Anda miliki?
 - Biasanya media sosial Anda digunakan untuk apa saja?
- 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:
bit.ly/MateriPemasaranModulTHC

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

opinion leader) sesuai dengan usaha yang dijalankan.

- Tanyakan kepada peserta, konten seperti apa yang sering mereka lihat di media sosial. **(2')**
- Tampilkan beberapa contoh konten-konten kreatif dan merek yang berhasil memaksimalkan penggunaan media sosial untuk pemasaran bisnisnya. **(5')**
- Berikan kesempatan 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 untuk membedakan produk Anda dengan produk lain.
 - Ketika memasarkan dan menjual produk atau jasa, buatlah konten yang menarik dan sesuai dengan produknya.

SESI 3

Praktek Pemasaran di Media Sosial



TUJUAN

1. Peserta dapat mempraktekan pengetahuan pemasaran di media sosial.
2. Peserta dapat memperluas jaringan bisnis mereka melalui media sosial.



PERLENGKAPAN

1. Kertas Plano
2. Alat Tulis
3. Gawai
4. Modem/Koneksi Internet
5. Lembar Kerja “Profil Bisnis”



WAKTU

1 jam 8 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 minta 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 dan beri kesempatan kepada anggota kelompok lain untuk memberikan tanggapan. **(20')**
 - Tutup sesi "Praktek Pemasaran di Media Sosial".

LEMBAR KERJA

"Profil Bisnis"

1. Nama Bisnis

2. Alamat Bisnis

3. Tentang bisnis (minimal 10 kata)

4. Kontak yang Dapat Dihubungi

Daftar Pustaka

- American Psychological Association Dictionary. (2018). *Stereotype*. <https://dictionary.apa.org/stereotype>
- Beatty, J. (1999). Good listening. *Educational Theory*, 49(3), 281.
- Bohm, D. (1996). *On dialogue*. New York: Routledge.
- Cohen, P. S. (2002). *Negotiating skills for managers*. McGraw-Hill.
- Cuncic, A. (2024). 7 Active Listening Techniques For Better Communication, It's time to start having more intentional conversations. <https://www.verywellmind.com/what-is-active-listening-3024343>
- Fisher, R., Ury, W. L., & Patton, B. (2011). *Getting to yes: Negotiating agreement without giving in*. Penguin.
- Fisher, R., Ertel, D.(1995). *Getting ready to negotiate*. Penguin Books.
- Gosselin, Tom. (2007). *Practical negotiating, tools tactics, and techniques*. John Wiley & Sons.
- Kolb, D. A. (2014). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. FT press.
- 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.
- Lederach, J. P. (1996). *Preparing for peace: Conflict transformation across cultures*. Syracuse University Press.
- Lewicki, R. J., Saunders, D. M., & Barry, B. (2021). *Essentials of negotiation (7th ed.)*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Lytle, A. L., Brett, J. M., & Shapiro, D. L. (1999). The strategic use of interests, rights, and power to resolve disputes. *Negotiation Journal*, 15(1), 31-51.
- Moffitt, M. L., & Bordone, R. C. (Eds.). (2012). *The handbook of dispute resolution*. John Wiley & Sons.
- Shannon, C. E., Weaver, W., & Wiener, N. (1950). The mathematical theory of communication. *Physics Today*, 3(9), 31.
- Smoliar, L. (2013). *Stop Bargaining and Start Negotiating, A good Negotiator knows How to Get the Bergain off his or her Script*. <https://www.inc.com/laura-smoliar/the-difference-between-bargaining-and-negotiating.html>
- Steinel, W., & Harinck, F. (2020). Negotiation and bargaining. *In Oxford Research Encyclopedia of Psychology*.
- Tim PPKM. *Strategi Keuangan untuk Pengusaha Kecil Pelatihan Perencanaan Keuangan Masyarakat*. ALPHA-I.
- Ury, W. (1993). *Getting past no: Negotiating your way from confrontation to cooperation*.

- Ury, W. (2015). *Getting to yes with yourself*. HarperCollins
- Voss, C., & Raz, T. (2016). *Never split the difference: Negotiating as if your life depended on it*. Random House.
- Withers, B., & Wisinski, J. (2007). *Resolving conflicts on the job*. AMACOM/American Management Association.

