
SOFT SKILL VS HARD SKILL DALAM DUNIA MARKETING: MANA YANG LEBIH PENTING BAGI MAHASISWA?

Zuhrinal M. Nawawi

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Lathifah Ananda Putri

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jl. Lap. Golf No.120, Kp. Tengah, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang,
Sumatera Utara

Korespondensi penulis: zuhrinal.nawawi@uinsu.ac.id

Abstrak. *In this digital era, the marketing world has undergone rapid transformation, requiring skills beyond technical knowledge. This study aims to compare soft skills and hard skills in the context of marketing, and which is more important for students preparing for a career in this field. The method used is a literature review by analyzing various relevant sources discussing the importance of these two skills. The findings of the study show that while hard skills, such as proficiency in digital marketing tools and data analysis, remain important, soft skills, such as communication, teamwork, and adaptability, have a greater impact on success in marketing. This study also suggests that educational institutions should adopt a balanced approach in developing both skills to better prepare students for the increasingly competitive job market. Developing both soft and hard skills simultaneously can improve students' readiness for careers in the dynamic and rapidly changing marketing field.*

Keywords: *Soft skills, hard skills, digital marketing, career readiness, students, higher education.*

Abstrak. *Di era digital ini, dunia pemasaran mengalami transformasi yang pesat, sehingga memerlukan keterampilan yang lebih dari sekadar pengetahuan teknis. Penelitian ini bertujuan untuk membahas perbandingan antara soft skill dan hard skill dalam konteks dunia marketing, serta mana yang lebih penting bagi mahasiswa yang mempersiapkan diri untuk berkarir di bidang tersebut. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan menganalisis berbagai sumber relevan yang membahas pentingnya kedua keterampilan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun hard skill, seperti penguasaan perangkat pemasaran digital dan analisis data, tetap penting, soft skill, seperti kemampuan komunikasi, kerja sama tim, dan adaptabilitas, lebih berpengaruh terhadap kesuksesan dalam dunia pemasaran. Penelitian ini juga menyarankan agar institusi pendidikan memberikan pendekatan yang seimbang dalam pengembangan kedua keterampilan ini untuk mempersiapkan mahasiswa lebih baik dalam menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif. Pengembangan soft skill dan hard skill secara bersamaan dapat meningkatkan kesiapan mahasiswa untuk berkarir di bidang pemasaran yang dinamis dan berubah dengan cepat.*

Kata kunci: *Soft skill, hard skill, pemasaran digital, kesiapan kerja, mahasiswa, pendidikan tinggi.*

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, dunia pemasaran telah mengalami transformasi yang signifikan. Pemasaran digital menjadi komponen kunci bagi kesuksesan bisnis, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dalam menjangkau pelanggan secara lebih efektif (Lati Sari Dewi & Wahdan Budi Setiawan, 2023). Pemasaran yang berbasis data dan pemasaran berbasis intelijen semakin penting, karena memungkinkan perusahaan untuk mengambil keputusan yang tepat dan memperoleh keunggulan kompetitif (Dorpi Mora Lintang & Dyana Sari, 2023). Pergeseran dari metode pemasaran konvensional ke pemasaran digital menuntut kemampuan beradaptasi yang tinggi serta pembelajaran berkelanjutan (G. Nugroho et al., 2023). Dalam menghadapi lanskap yang terus berkembang ini, para pemasar dituntut untuk mengembangkan keterampilan lunak, literasi digital, serta kemampuan interpersonal (Rizal Rachman, 2023). Institusi pendidikan dan

organisasi juga telah merespons perubahan ini dengan menyelenggarakan seminar dan program pelatihan untuk mempersiapkan mahasiswa dan profesional dalam menghadapi tantangan pemasaran digital (Rizal Rachman, 2023; G. Nugroho et al., 2023). Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, kreativitas, serta kemampuan beradaptasi dalam menghadapi perubahan tren dan teknologi pemasaran yang cepat.

Penelitian menunjukkan bahwa keterampilan lunak memiliki peranan yang sangat penting dalam kesuksesan karir dan pencapaian pendidikan. Beberapa studi mengungkapkan bahwa keterampilan lunak berkontribusi sebesar 85-90% terhadap kesuksesan karir, sementara keterampilan teknis (hard skill) hanya berperan sebesar 10-15% (Novia Yanti & Roni Faslah, 2022). Keterampilan lunak yang sangat dihargai oleh pemberi kerja meliputi kemampuan komunikasi, kerja tim, motivasi, kejujuran, adaptabilitas, dan keterampilan interpersonal. Oleh karena itu, universitas sebagai penyedia tenaga kerja perlu memprioritaskan pengembangan keterampilan lunak mahasiswa untuk memenuhi tuntutan industri. Sebuah studi mengenai mahasiswa administrasi bisnis menemukan hubungan signifikan antara keterampilan lunak dengan kesiapan kerja. Dalam lingkungan global yang semakin kompleks, perusahaan perlu berinvestasi pada program pembelajaran dan pelatihan berkelanjutan untuk tetap kompetitif dan cepat beradaptasi dengan perubahan yang ada. Penekanan pada pengembangan keterampilan lunak ini menjadi hal yang sangat penting, baik bagi institusi pendidikan maupun dunia usaha.

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa dunia kerja semakin mengharuskan lulusan untuk memiliki keterampilan yang lebih dari sekadar pengetahuan teknis (hard skill). Meskipun keterampilan teknis mencakup pengetahuan akademik dan keterampilan teknis lainnya, keterampilan lunak mencakup kompetensi interpersonal dan intrapersonal yang lebih kompleks (Tinambunan, 2022). Pasar kerja saat ini semakin menuntut lulusan yang memiliki kedua jenis keterampilan ini, karena pemberi kerja semakin menyadari pentingnya karyawan yang memiliki kemampuan yang seimbang. Universitas memiliki peran penting dalam mengembangkan keterampilan ini melalui metode pengajaran yang inovatif dan desain kurikulum yang relevan. Untuk mengatasi kesenjangan keterampilan ini, beberapa institusi mulai menerapkan program pelatihan yang berfokus pada kepemimpinan, jurnalisme, desain grafis, dan berbicara di depan umum (Sumantika & Susanti, 2021). Inisiatif-inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing lulusan di pasar kerja global dengan memperbaiki keterampilan teknis dan keterampilan lunak mereka. Secara keseluruhan, integrasi pengembangan keterampilan lunak dalam pendidikan tinggi sangatlah penting untuk menghasilkan lulusan yang dapat memenuhi tuntutan dunia kerja yang terus berkembang.

Oleh karena itu, mahasiswa perlu mengembangkan kedua jenis keterampilan ini sebagai bekal untuk menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif. Mengembangkan keterampilan lunak akan meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam beradaptasi dengan berbagai situasi di tempat kerja, membangun hubungan yang efektif, serta meningkatkan kemampuan komunikasi dan kepemimpinan. Di sisi lain, keterampilan teknis tetap menjadi dasar yang tak dapat diabaikan dalam menjalankan tugas-tugas yang berkaitan dengan bidang pemasaran. Kombinasi kedua keterampilan ini akan menjadikan mahasiswa lebih siap dan kompetitif di pasar kerja yang terus berubah dan berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur untuk menganalisis perbandingan antara soft skill dan hard skill dalam dunia marketing, dengan fokus pada pentingnya kedua jenis keterampilan bagi mahasiswa yang mempersiapkan diri untuk berkarir di bidang tersebut. Studi literatur ini mengkaji berbagai sumber yang relevan, termasuk jurnal, artikel, buku, dan laporan penelitian sebelumnya yang membahas keterampilan yang dibutuhkan oleh pemasar di era digital. Penelitian ini juga mempertimbangkan peran institusi pendidikan dalam mengembangkan keterampilan tersebut serta pandangan praktisi industri mengenai kebutuhan keterampilan yang lebih banyak dibutuhkan di dunia kerja. Sumber-sumber ini dipilih berdasarkan relevansinya terhadap topik yang dibahas dan kualitas penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Dalam proses analisis, data dari berbagai studi yang tersedia akan dikategorikan dan dibandingkan untuk melihat sejauh mana soft skill dan hard skill mempengaruhi kesiapan kerja mahasiswa di bidang marketing. Metode analisis kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul dalam literatur yang ada dan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang peran masing-masing jenis keterampilan dalam meningkatkan daya saing mahasiswa di pasar kerja. Hasil dari studi literatur ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai keterampilan yang lebih penting bagi mahasiswa yang ingin sukses dalam dunia marketing dan memberikan rekomendasi bagi institusi pendidikan dalam merancang kurikulum yang lebih efektif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengertian dan Perbedaan Soft Skill dan Hard Skill dalam Konteks Dunia Marketing

Dalam dunia kerja modern, termasuk di bidang pemasaran (marketing), keterampilan atau kompetensi kerja dibedakan menjadi dua kategori utama, yaitu soft skill dan hard skill. Kedua jenis keterampilan ini memiliki peran yang saling melengkapi dalam membentuk kesiapan dan profesionalisme individu, terutama mahasiswa yang sedang mempersiapkan diri memasuki industri pemasaran.

Hard skill merujuk pada kemampuan teknis yang bersifat spesifik, dapat diukur, dan biasanya diperoleh melalui jalur pendidikan formal maupun pelatihan teknis. Dalam konteks marketing, hard skill mencakup penguasaan perangkat lunak pemasaran digital (seperti Google Ads, SEO tools, atau CRM), kemampuan menyusun strategi promosi, serta keterampilan dalam menganalisis data konsumen untuk keperluan segmentasi pasar atau evaluasi kampanye pemasaran (Purwinarti et al., 2015; Tinambunan, 2022). Hard skill menjadi fondasi teknis yang memungkinkan seseorang untuk menjalankan tugas-tugas pemasaran secara efektif dan efisien.

Di sisi lain, soft skill berkaitan dengan kemampuan interpersonal dan intrapersonal yang menunjang efektivitas seseorang dalam berkomunikasi, bekerja sama, dan beradaptasi. Soft skill dalam pemasaran mencakup kemampuan komunikasi yang persuasif, empati terhadap kebutuhan pelanggan, keterampilan membangun jejaring profesional, kemampuan bekerja dalam tim lintas fungsi, hingga kecakapan dalam mengelola emosi dan konflik (Al Fasya et al., 2022; Tinambunan, 2022). Peran soft skill sangat sentral dalam dunia marketing karena profesi ini sangat bergantung pada interaksi manusia, baik dengan pelanggan, klien, maupun rekan kerja.

Menurut Yuniendel (2018), meskipun hard skill penting untuk menyelesaikan tugas-tugas teknis, soft skill memiliki kontribusi besar dalam menunjang kesuksesan profesional di bidang pemasaran melalui interaksi yang efektif dan peningkatan daya saing personal. Hal ini sejalan dengan temuan Al Fasya et al. (2022) yang menekankan bahwa soft skill menjadi kunci dalam membangun relasi jangka panjang dengan pelanggan. Namun, terdapat kesenjangan dalam sistem

pendidikan dan pelatihan saat ini, di mana pengembangan hard skill lebih banyak mendapatkan perhatian dibandingkan soft skill (Yuniendel, 2018). Ketidakseimbangan ini dapat menghambat kesiapan mahasiswa marketing dalam menghadapi kompleksitas dunia kerja yang tidak hanya menuntut kompetensi teknis, tetapi juga kecakapan sosial dan emosional.

Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan dan mahasiswa itu sendiri untuk menyadari bahwa keberhasilan dalam karier marketing tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga oleh kecakapan berinteraksi, beradaptasi, dan berpikir kritis. Pendekatan yang seimbang dalam mengembangkan kedua jenis keterampilan ini akan menghasilkan lulusan yang lebih siap bersaing dan berkontribusi secara maksimal di industri pemasaran yang dinamis dan kompetitif.

Peran Soft Skill dan Hard Skill dalam Menunjang Kesiapan Mahasiswa Memasuki Dunia Kerja di Bidang Pemasaran

Dalam menghadapi persaingan di dunia kerja, khususnya di bidang pemasaran, mahasiswa dituntut memiliki lebih dari sekadar kemampuan akademik. Mereka perlu menguasai kombinasi antara keterampilan teknis (hard skill) dan keterampilan sosial (soft skill) untuk dapat beradaptasi dengan kebutuhan industri yang terus berkembang. Hard skill meliputi kemampuan teknis seperti analisis pasar, penggunaan perangkat lunak pemasaran digital, serta pemecahan masalah berbasis data (Tinambunan, 2022). Sementara itu, soft skill mencakup kemampuan komunikasi yang efektif, kerja sama tim, adaptabilitas, serta tanggung jawab sosial—semua hal yang sangat relevan dalam aktivitas pemasaran sehari-hari (M. Afrillyan & Dwi Syahputra, 2022).

Menariknya, berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan seseorang dalam dunia kerja lebih banyak ditentukan oleh soft skill daripada hard skill. Beberapa studi menyatakan bahwa kontribusi soft skill terhadap kesuksesan karier dapat mencapai hingga 85–90%, sedangkan hard skill hanya menyumbang sekitar 10–15% (Muhmin, 2018; Netty Lisdiantini et al., 2019). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun hard skill penting, kemampuan interpersonal seperti komunikasi, empati, dan kolaborasi jauh lebih menentukan dalam menjalin relasi dengan klien, membangun kepercayaan pelanggan, maupun menyampaikan ide-ide kreatif dalam tim pemasaran. Selain itu, banyak perusahaan saat ini cenderung lebih memprioritaskan calon tenaga kerja yang memiliki soft skill yang baik dibandingkan sekadar nilai akademik tinggi (Netty Lisdiantini et al., 2019).

Untuk menyiapkan mahasiswa secara optimal, institusi pendidikan tinggi disarankan untuk tidak hanya fokus pada aspek teknis, tetapi juga memperkuat pelatihan soft skill melalui berbagai pendekatan. Pengembangan keterampilan ini dapat dilakukan melalui metode yang menekankan nilai-nilai seperti kerja sama, toleransi, komunikasi dua arah, serta rasa hormat terhadap keberagaman (M. Afrillyan & Dwi Syahputra, 2022). Dengan membekali mahasiswa pemasaran secara seimbang antara keterampilan teknis dan sosial, mereka akan lebih siap menghadapi dinamika dunia kerja yang tidak hanya menuntut kompetensi, tetapi juga kemampuan beradaptasi dan berinteraksi secara efektif.

Soft Skill vs Hard Skill: Mana yang Lebih Berpengaruh dalam Kesuksesan Mahasiswa Marketing?

Kesuksesan dalam dunia pemasaran tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga oleh kecakapan dalam menjalin relasi dan berkomunikasi secara efektif. Dalam konteks ini, soft skill memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kesuksesan mahasiswa marketing dibandingkan hard skill. Soft skill mencakup serangkaian kemampuan interpersonal dan

intrapersonal, seperti komunikasi, kemampuan memimpin, kerja sama, toleransi, dan pemecahan masalah. Keterampilan-keterampilan ini memungkinkan mahasiswa untuk menyampaikan ide secara meyakinkan, membangun hubungan profesional, serta beradaptasi dengan dinamika dan tekanan pekerjaan yang tinggi (Cartono et al., 2018; Afrillyan & Syahputra, 2022).

Meskipun hard skill tetap penting—karena mencakup penguasaan teknis seperti strategi pemasaran, penggunaan alat analitik, dan pemahaman tentang perilaku konsumen—kemampuan ini sering kali tidak cukup jika tidak didukung oleh soft skill yang memadai. Dalam dunia marketing yang sangat bergantung pada interaksi sosial, mahasiswa yang hanya unggul secara teknis dapat mengalami kesulitan dalam bekerja dalam tim, bernegosiasi, atau menjalin hubungan jangka panjang dengan klien (Tinambunan, 2022).

Penelitian juga menunjukkan bahwa pendekatan yang mengintegrasikan pengembangan soft skill dalam lingkungan pendidikan mampu meningkatkan kesiapan mahasiswa menghadapi dunia kerja secara signifikan. Misalnya, melalui keterlibatan dalam organisasi mahasiswa atau aktivitas kelas berbasis proyek, mahasiswa dapat melatih kemampuan komunikasi, kolaborasi, dan tanggung jawab sosial mereka (Afrillyan & Syahputra, 2022). Suarjana (2022) menambahkan bahwa integrasi soft dan hard skill dalam kurikulum menjadikan lulusan lebih relevan dengan kebutuhan industri, namun soft skill tetap menjadi pembeda utama dalam kompetisi kerja yang semakin ketat.

Secara keseluruhan, meskipun kombinasi kedua keterampilan sangat penting, soft skill cenderung lebih menentukan keberhasilan mahasiswa dalam bidang pemasaran karena dunia kerja di sektor ini lebih banyak menuntut kemampuan untuk memahami manusia, berinteraksi dengan beragam pihak, serta menyampaikan pesan secara strategis dan empatik.

Strategi Pengembangan Soft Skill dan Hard Skill yang Seimbang bagi Mahasiswa

Untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja, terutama di bidang pemasaran, penting bagi mereka untuk mengembangkan soft skill dan hard skill secara berimbang. Kedua keterampilan ini sangat penting, dan ada beberapa strategi yang dapat digunakan oleh mahasiswa untuk memperkuat keduanya dalam konteks pendidikan.

Salah satu metode yang efektif adalah pembelajaran kooperatif, di mana mahasiswa bekerja dalam kelompok untuk menyelesaikan tugas atau proyek bersama. Model ini tidak hanya memungkinkan mahasiswa untuk meningkatkan kemampuan teknis mereka, seperti penggunaan alat pemasaran atau analisis data, tetapi juga mengasah keterampilan interpersonal mereka, seperti komunikasi yang jelas, kerja sama tim, dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah secara kreatif (Sinarwati, 2014). Dalam dunia pemasaran, di mana kolaborasi antara tim sangat dibutuhkan, keterampilan ini sangat penting untuk membangun hubungan kerja yang solid dan produktif.

Selain itu, pembelajaran berbasis proyek dan pembelajaran berbasis masalah juga merupakan cara yang sangat baik untuk mengembangkan kedua jenis keterampilan tersebut. Melalui metode ini, mahasiswa diberikan kesempatan untuk menangani proyek nyata yang membutuhkan pemecahan masalah secara teknis serta keterampilan manajerial dan komunikasi yang baik. Hal ini bisa terjadi misalnya dalam perancangan kampanye pemasaran yang melibatkan riset pasar dan strategi branding, sambil melatih kemampuan dalam bekerja sama, bernegosiasi, dan berpikir kreatif (Nulinnaja, 2022). Pendekatan semacam ini memadukan antara penguasaan hard skill dan penerapan soft skill dalam situasi dunia nyata, yang akan mempersiapkan mahasiswa lebih baik dalam menghadapi tuntutan industri pemasaran.

SOFT SKILL VS HARD SKILL DALAM DUNIA MARKETING: MANA YANG LEBIH PENTING BAGI MAHASISWA?

Program Merdeka Belajar yang diterapkan di Indonesia juga memberikan berbagai peluang bagi mahasiswa untuk mengembangkan kedua keterampilan tersebut melalui magang, pertukaran pelajar, dan proyek pengabdian masyarakat. Kesempatan-kesempatan ini memberikan pengalaman langsung yang tidak hanya memperkaya pengetahuan teknis mahasiswa tetapi juga mengasah kemampuan mereka dalam berkomunikasi dan bekerja dengan orang-orang dari berbagai latar belakang (Agustin & Aziz, 2022). Pengalaman tersebut sangat berharga dalam meningkatkan kemampuan adaptasi mahasiswa di lingkungan kerja yang beragam.

Untuk mendukung pengembangan kedua jenis keterampilan ini, institusi pendidikan juga dapat mengimplementasikan strategi manajemen konflik. Ini termasuk menyediakan waktu tambahan bagi mahasiswa yang memerlukan bantuan lebih dalam mempelajari keterampilan teknis tertentu, atau memberikan kegiatan yang berfokus pada pengembangan soft skill seperti keterampilan sosial dan kepemimpinan (Roemaissha et al., 2022). Langkah-langkah ini membantu mahasiswa dengan berbagai tingkat kemampuan untuk berkembang dengan baik, sehingga mereka bisa mencapai keseimbangan antara hard skill dan soft skill.

Secara keseluruhan, untuk mencapai keseimbangan dalam pengembangan keterampilan ini, mahasiswa perlu diberikan berbagai kesempatan untuk belajar melalui pengalaman langsung yang melibatkan penerapan kedua jenis keterampilan tersebut. Melalui strategi ini, mereka akan lebih siap untuk menghadapi tantangan dunia pemasaran yang membutuhkan baik kemampuan teknis maupun kemampuan interpersonal yang kuat.

KESIMPULAN

Kesuksesan di dunia pemasaran tidak hanya bergantung pada keterampilan teknis (hard skill), tetapi juga pada keterampilan sosial dan emosional (soft skill). Keduanya memiliki peran yang saling melengkapi, dengan hard skill berfokus pada kemampuan teknis seperti penggunaan perangkat pemasaran digital dan analisis data konsumen, sedangkan soft skill berkaitan dengan kemampuan berkomunikasi, bekerja dalam tim, dan beradaptasi dengan situasi yang berubah. Mahasiswa yang siap memasuki industri pemasaran harus memiliki kedua keterampilan ini untuk dapat berinteraksi secara efektif dengan pelanggan dan rekan kerja, serta menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang. Meski hard skill memberi fondasi teknis yang diperlukan, soft skill seringkali menjadi penentu utama dalam membangun hubungan jangka panjang dan menyelesaikan masalah dalam lingkungan kerja.

Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan untuk memberikan pendekatan yang seimbang dalam pengembangan kedua keterampilan ini, guna mempersiapkan mahasiswa lebih baik untuk memasuki dunia kerja. Strategi pembelajaran yang melibatkan kerja sama tim, pembelajaran berbasis proyek, dan program magang dapat menjadi wadah untuk mengembangkan hard skill sekaligus soft skill. Dengan demikian, mahasiswa akan lebih siap bersaing di dunia pemasaran, yang memerlukan kombinasi kemampuan teknis dan kecakapan sosial. Pendekatan yang holistik ini tidak hanya meningkatkan kesiapan karier mahasiswa, tetapi juga menjadikan mereka lebih relevan dengan tuntutan industri yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Hidayat Muhmin. (2018). *Pentingnya Pengembangan Soft Skills Mahasiswa Di Perguruan Tinggi*.
- Cartono, C., Hizqiyah, I. Y. N., & Aryanti, F. (2018). Pengembangan Softskill Mahasiswa Calon Guru Melalui Pemberdayaan Unit Kegiatan Mahasiswa Di Universitas Pasundan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 69.

- <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.66>
- Dewi, L. S., & Setiawan, W. B. (2023). Pengembangan Dan Pelatihan Sumber Daya Manusia Di Era Digital Marketing Menuju 5.0 Dengan Memanfaatkan Platform Media Sosial Pada Umkm Di Desa Sukasukur Kecamatan Cisayong. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 36–44. <https://doi.org/10.58290/jupemas.v2i4.190>
- Dindya Vikri Roemaisha, Faizatul Khoiriyah, Alfian Wahidi, Ahmad Ansori, & Mu'allimin Mu'allimin. (2022). Strategi Manajemen Konflik Dalam Pengembangan Soft Skill Dan Hard Skill Siswa Kelas 4 Di Sdi Full Day Baitul Izzi. *Dewantara : Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 1(4), 23–37. <https://doi.org/10.30640/dewantara.v1i4.361>
- Lintang, D. M., & Sari, D. (2023). Membuka Kekuatan Kecerdasan Marketing (Unlocking The Power Of Marketing Intelligence). *Ssrn Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4390274>
- Lisdiantini, N., Utomo, P. Y., & Afandi, Y. (2019). *Pengaruh Soft Skill Terhadap Kesiapan Kerja Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Madiun*.
- Nugroho, G., Armis, A., & Wafi Zakiah, E. (2023). Literasi Pentingnya Keterampilan Softskill Bagi Siswa Dalam Menghadapi Era 5.0 Pada Siswa Sma Ylpi Pekanbaru. *Azam Insan Cendikia*, 2(1), 41–44. <https://doi.org/10.62833/pkm.v2i1.23>
- Nulinnaja, R. (2022). Mengembangkan Soft Skill Mahasiswa Melalui Proses Pembelajaran. *At-Thullab : Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 6(2), 136. <https://doi.org/10.30736/atl.v6i2.970>
- Nur Hidayah Agustin, & Aziz, I. A. (2022). Strategi Peningkatan Soft Skill Mahasiswa Perbankan Syariah Melalui Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 139–146. <https://doi.org/10.29313/jrps.v1i2.1589>
- Purwinarti, T., Saputra, A., & Patimah, S. (2015). Riset Perilaku Konsumen Sebagai Bagian Dari Riset Pemasaran. *Epigram (E-Journal)*, 11(2). <https://doi.org/10.32722/epi.v1i2.677>
- Rachman, R. (2023). Pengembangan Wawasan Dan Interpersonal Skill Melalui Seminar Marketing Di Era Digital Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Mimbar Integritas : Jurnal Pengabdian*, 2(1), 162. <https://doi.org/10.36841/mimbarintegritas.v2i1.2681>
- Sinarwati, N. K. (2014). *Apakah Pembelajaran Kooperatif Tipe Stad Mampu Meningkatkan Soft Skills Dan Hard Skills Mahasiswa*.
- Suarjana, A. A. G. M. (2022). Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Dalam Upaya Mewujudkan Integrasi Kompetensi Hard Skill, Soft Skill Lulusan Akuntansi. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18(2), 125–137. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i2.125-137>
- Sultan Al Fasya, Siti Nursinah, & Muhammad Fahri. (2022). Konsep Hard Skill Dan Soft Skill Guru. *Cendekiawan : Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 1(1), 30–33. <https://doi.org/10.61253/cendekiawan.v1i1.24>
- Sumantika, A., & Susanti, E. (2021). Peningkatan Hard Skills Dan Soft Skills Pada Lingkup Organisasi. *Jurnal Abdidias*, 2(6), 1449–1455. <https://doi.org/10.31004/abdidias.v2i6.507>
- Syahputra, M. A. D. (2022). Pentingnya Pendekatan Interpersonal Skills Untuk Mengembangkan Hard Skill & Soft Skill Pada Mahasiswa. *Jejak : Jurnal Pendidikan Sejarah & Sejarah*, 1(2), 82–90. <https://doi.org/10.22437/jejak.v1i2.16320>

**SOFT SKILL VS HARD SKILL DALAM DUNIA MARKETING:
MANA YANG LEBIH PENTING BAGI MAHASISWA?**

- Tinambunan, A. P. (2022). Penyuluhan Pentingnya Soft Skill Dan Hard Skill Dalam Dunia Kerja Bagi Mahasiswa Semester V-B Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Unika Santo Thomas Medan. *Kaizen : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1–5. <https://doi.org/10.54367/Kaizen.V1i1.2030>
- Yanti, N., & Faslah, R. (2022). Urgensi Pengembangan Soft Skills Di Perguruan Tinggi. *Mau'izhah*, 11(2), 1. <https://doi.org/10.55936/Mauizhah.V11i2.68>
- Yuniendel, R. K. (2018). Kontribusi Soft Skill Dan Hard Skill Dalam Meningkatkan Profesionalisme Guru Pendidikan Agama Islam Di Sekolah Dan Madrasah. *Murabby: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(1), 48–59. <https://doi.org/10.15548/Mrb.V1i1.286>