

TUGAS PPG
INSTRUMEN EVALUASI PEMBELAJARAN

MARKETING
SMK NEGERI KARANGPUCUNG



Disusun Oleh:
NUR ADHI NUGRAHA
NIM : 203142774485

Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 20202



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

FORMAT KISI-KISI PENULISAN SOAL

Satuan Pendidikan : SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
 Tahun Pelajaran : 2020/2021
 Mata Pelajaran : MARKETING
 Alokasi Waktu : 120 Menit
 Kurikulum : 2013
 Penyusun : Nur Adhi Nugraha

No.	Kompetensi Dasar	IPK	Materi Pokok
1	2	3	4
1	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk 4.5 Melakukan strategi segmenting, targeting dan positioning produk	3.6.1 Menerangkan segmenting, positioning dan targeting 3.6.2 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk 4.5.1. mengidentifikasi segmenting, targeting dan positioning produk 4.5.2. Melakukan Strategi segmenting, targeting dan positioning produk	•segmenting, targeting dan positioning produk

PERTEMUAN KE 1

No	Lingkup Materi	Kompetensi yang diuji	Materi	Level Kognitif	Indikator Soal	Bentuk Soal	Nomor Soal
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1.	Segmentation	Menjelaskan pola segmentation pasar menurut (Kotler,2003)	Pengertian pola segmentation pasar	L1/C1	Disajikan materi pengertian pola segmentation menurut Kotler, peserta didik dapat menjelaskan salah satu dari tiga pola segmentation	PG	1



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
 Universitas Negeri Malang
 Angkatan 3
 Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

					pasar menurut kotler dengan tepat		
2.		Menjelaskan ciri-ciri dari aspek segmentation variable segmen georafis	Ciri-ciri aspek segmentatin segmen georafis	L1/C1	Disajikan materi ciri-ciri dari aspek segemen georafis dengan tepat	PG	2
3.		Menjelaskan kreteria syarat segmentation yang efektif Measurable	Syarat segmentation efektif	L1/C1	Disajikan materi kreteria syarat segementation yang efektif, peserta didik dapat menjelaskan syarat maesurable dengan tepat	PG	3
4		Menentukan karakter demografis	Pembagian karakter demografis dari segmentation	L2/C3	Disajikan materi pembagian karakter demografis , peserta didik dapat menentukan pembagian karakter demografisden gan tepat	PG	4
5.		Menentukan Langkah pertama dalam proses segmentating pasar	Langkah pertama dalam proses segmentating pasar	L2/C3	Disajikan materi langkah pertama dalam proses segmentasi pasar, peserta didik dapat menentukan	PG	5



					langkah segmentasi pasar dengan tepat		
PERTEMUAN KE 2							
6	Targeting	Menjelaskan definisi dari targeting (Pasar Sasaran)	Definisi dari targeting (pasar sasaran) menurut keegen dan green (2008)	L1/C4	Disajikan materi definisi targeting (pasar sasaran), peserta didik dapat menganalisa pengertian targeting (pasar sasaran) menurut keegen dan green (2008) dengan baik dengan tepat	PG	6
7.		Menganalisis strategi targeting bagi perusahaan	Strategi targeting perusahaan	L3/C4	Disajikan materi strategi targeting perusahaan, peserta didik dapat menentukan strategi perusahaan dengan tepat	PG	7
8		Menganalisa penerapan strategi target pasar	Penerapan strategi target pasar	L3/C4	Disajikan materi penerapan strategi target pasar, peserta didik dapat menerapkan strategi target pasar dengan tepat	PG	8
9		Menerapkan	Strategi	L3/C3	Disajikan	PG	9



		strategi target pasar	target pasar		materi target pasar sehingga siswa mampu menjawab soal dengan tepat		
10.		Menyimpulkan manfaat dari targeting	Manfaat targeting konsumen	L3/C5	Disajikan materi manfaat targeting, peserta didik dapat menentukan manfaat targeting dengan tepat	PG	10
PERTEMUA KE 3							
11	Positioning produk	Mendeskripsikan Pengertian Positioning	Pengertian dari positioning	L1/C1	Disajikan materi pengertian positioning, peserta didik dapat mendeskripsikan pengertian positioning dengan baik dengan tepat	PG	110
12.		Positioning produk pendatang baru potensial produk dipasaran	Mengidentifikasi penilaian potensial pendatang baru berupa produk	L4/C5	Disajikan materi penilaian potensial pendatang baru dalam positioning produk diaitakan dengan produk dipasaran, peserta didik dapat menjelaskan	PG	12



					definisi dari pembangunan ekonomi dengan tepat		
13		segmen pasar dalam positioning produk	Mengidentifikasi Segemen pasar dalam positioning produk	L3/C4	Disajikan materi segemen pasar dalam positioning, peserta didik dapat menunjukan segmen pasar yang sesuai dengan baik dengan tepat	PG	13
14.		Menganalisis spesialisasi produk	Spesialisasi produk	L1/C4	Disajikan spesiasalisasi produk, peserta didik dapat menganalisis spesiasialisais produk dengan baik dengan tepat	PG	14
15.		Menentukan faktor-faktor terpenting keberhasilan positioning produk	Faktor-faktor terpenting keberhasilan dalam positioning produk	L2/C3	Disajikan materi faktor-faktor keberhasilan dalam positioning, peserta didik dapat menentukan faktor-faktor keberhasilan positioning dengan baik dengan tepat	PG	15





Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		BukuSumber
Level 1	C1	MARKETING KELAS X 3.6 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk 4.5 Melakukan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Level 2		
Level 3		
Lingkup Materi		RumusanButirSoal
Segmentation		1. Segmentasi pasar sebagai kegiatan membagi bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Hal ini merupakan definisi segmentasi pasar menurut... A. Hermawan Kertajaya B. Renald Kasali C. Morrison D. Kotler
Kompetensi yang diuji		
Menjelaskan pola segmentation pasar menurut (Kotler,2003)		
Materi		
Pengertian segematation menurut para ahli (kotler)		



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

	E. totler Keller	
IndikatorSoal	No. Soal	KunciJawaban
Disajikan materi pengertian pola segementation menurut Kotler, peserta didik dapat menjelaskan salah satu dari tiga pola segmentation pasar menurut kotler dengan tepat	1	D

TanggapanPenyunting :

Keputusan:Diterimatanpaperbaikan

..... Diterimadenganperbaikan

..... Ditolak

.....

Keterangan:
Soal ini termasuk soal HOTS karena
1. Memuat unsur critical thinking;

KARTU SOAL



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber
Level 1	C1	MARKETING KELAS X
Level 2		
Level 3		
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal
Segmentation		1. Perhatikan pernyataan berikut : 1)Wilayah, iklim, kota dan desa, 2) Jenis kelamin, usia dan kelas sosial. 3)Motivasi, kepribadian dan persepsi. 4)Gaya hidup, minat dan kepribadian. 5) Manfaat, status pengguna dan tingkat pemakaian. Manakah dari pernyataan di atas yang merupakan variabel segmentasi geografis adalah . . . A. 1
Kompetensi yang diuji		
Menjelaskan ciri-ciri dari aspek segmentation variable segmen georafis		
Materi		



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Ciri-ciri aspek segmentatin segmen geografis	B. 2 C. 3 D. 4 E. 5	
Indikator Soal	No. Soal	Kunci Jawaban
Disajikan materi ciri-ciri dari aspek segemen georafis dengan tepat	2	A

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

.....

Diterimadenganperbaikan
 Ditolak



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
 Universitas Negeri Malang
 Angkatan 3
 Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG

Tahun Pelajaran : 2020/2021



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

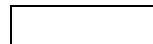
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber	
Level 1	C1	MARKETING KELAS X	
Level 2			
Level 3			
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal	
Segemntation		1. Informasi mengenai sifat sifat pembeli yang mencakup ukuran, daya beli, dan segemnyang dapat diukur merupakan salah satu faktor persyaratan segmentasi pasar.... A. Actionable B. Accessibility C. Measurable D. Substantial E. Differentiable	
Kompetensi yang diuji			
Menjelaskan kreteria syarat segmentation yang efektif Measurable			
Materi			
Syarat segmentation efektif			
Indikator Soal		No. Soal	Kunci Jawaban
Disajikan materi kreteria syarat segementation yang efektif, peserta didik dapat menjelaskan syarat maesurable dengan tepat		3	C



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020



NUR ADHI NUGRAHA

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

..... Diterima dengan perbaikan
..... Ditolak
.....
.....

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

1. Memuat unsur critical thinking;

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Kelas/Semester : X

Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber	
Level 1	C3	MARKETING KELAS X	
Level 2			
Level 3			
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal	
Segmentation		1. Perusahaan mustika ratu memproduksi parfum yang khusus ditujukan kepada kaum wanita. Hal ini merupakan dasar segmentasi pasar berdasarkan.... A. Geografis B. Psikografis C. Demografis D. Jenis kelamin E. Umur	
Kompetensi yang diuji			
Menentukan karakter demografis			
Materi			
Pembagian karakter demografis dari segmentation			
Indikator Soal		No. Soal	Kunci Jawaban



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Disajikan materi pembagian karakter demografis , peserta didik dapat menentukan pembagian karakter	4	D
--	---	---

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

..... Diterima dengan perbaikan
..... Ditolak
.....
.....

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

1. Memuat unsur critical thinking;

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 2**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Kelas/Semester : X

Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber	
Level 1		MARKETING KELAS X	
Level 2			
Level 3	C3		
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal	
Segmentation		1. Langkah pertama dalam proses segmentasi pasar adalah... A. Analysis stage B. Survey stage C. Profiling stage D. Menganalisa pasar sasaran E. Membuat target	
Kompetensi yang diuji			
Menentukan Langkah pertama dalam proses segmentating pasar			
Materi			
Langkah pertama dalam proses segmentating pasar			
Indikator Soal		No. Soal	Kunci Jawaban
Disajikan materi pembagian karakter demografis , peserta didik dapat menentukan pembagian karakter		5	B



Tanggapan Penyunting :

.....

.....

.....

.....

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan
Diterima dengan perbaikan
Ditolak

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

1. Memuat unsur critical thinking;



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha

Level Kognitif		Buku Sumber	
Level 1	C4	MARKETING KELAS X	
Level 2			
Level 3			
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal	
Targeting		1. Suatu startegi dalam kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan perbedaan , keuntungan dan manfaat yang membuat konsumen selalu ingat terhadap produk, adalah pengertian targeting menurut A. Kotler dan Amstrong B. Keegen dan Green C. Renaldi kasali D. Hermawan kerta jaya E. Michel porter	
Kompetensi yang diuji			
Menjelaskan definisi dari targeting (Pasar Sasaran) menurut keegen			
Materi			
Definisi dari taegeting (pasar sasaran) menurur keegen dan green (2008)			
Indikator Soal		No. Soal	Kunci Jawaban



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Disajikan materi definisi targeting (pasar sasaran), peserta didik dapat menganalisa pengertian targeting (pasar sasaran) menurut keegen dan green (2008) dengan baik dengan tepat	6	B
--	---	---

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

..... Diterimadenganperbaikan

..... Ditolak

.....

.....

Keterangan:
Soal ini termasuk soal HOTS karena
1. Memuat unsur critical thinking;

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber	
Level 1		MARKETING KELAS X	
Level 2			
Level 3	C4		
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal	
Targeting		1. Strategi targeting yang diterapkan oleh perusahaan kecil adalah..... A. Mass market strategi B. Differentiated marketing C. Concentrated marketing D. Undiferentiated marketing E. niche market stratagi	
Kompetensi yang diuji			
Menganalisis startegi targeting bagi perusahaan			
Materi			
Startegi targeting perusahaan			
Indikator Soal		No. Soal	Kunci Jawaban



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Disajikan materi startegi targeting perusahaan , peserta didik dapat menentukan startegi perusahaan dengan tepat	7	C
--	---	---

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

..... Diterimadenganperbaikan

..... Ditolak

.....

.....

Keterangan:
Soal ini termasuk soal HOTS karena
1. Memuat unsur critical thinking;

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber
Level 1		MARKETING KELAS X
Level 2		
Level 3	C4	



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Lingkup Materi	Rumusan Butir Soal	
Targeting	2. Salah satu manfaat targeting adalah... A. Membidik peluang pasar yang lebih sedikit B. Memanfaatkan sumber daya perusahaan dengan minimal C. Mengembangkan posisi produk D. Mendatangkan persaingan E. Menambahkan penyesuaian	
Kompetensi yang diuji		
Menganalisa penerapan strategi target pasar		
Materi		
Penerapan strategi target pasar		
Indikator Soal	No. Soal	Kunci Jawaban
Disajikan materi penerapan strategi target pasar, peserta didik dapat menerapkan strategi target pasar dengan tepat	8	C

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

.....

Diterima dengan perbaikan
 Ditolak



Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

1. Memuat unsur critical thinking;



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber
Level 1		MARKETING KELAS X
Level 2		
Level 3	C3	
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal
Targeting		3. Perhatikan gambar berikut ini. Gambar ini merupakan penerapan strategi target pasar..... Baruan Pemasaran Baruan Pemasaran Baruan Pemasaran Segmen Segmen Segmen A. differentiated marketing B. undifferentiated marketing
Kompetensi yang diuji		
Menerapkan startegi target pasar		
Materi		
Starategi target pasar		



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

	C. concentrated marketing D. Mass market strategi E. Niche market strategy	
Indikator Soal	No. Soal	
Disajikan materi target pasar sehingga siswa mampu menjawab soal dengan tepat	9	E

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

Diterimadenganperbaikan

Ditolak

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

- Memuat unsur critical thinking;

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber
Level 1		MARKETING KELAS X
Level 2		
Level 3	C5	
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal
targetting		1. Perhatikan gambar berikut ini. Perusahaan dalam meninjau pasar produk kapal api secara keseluruhan dan tidak dibeda-bedakan. Strategi target market yang dipilih yaitu
Kompetensi yang diuji		
Menyimpulkan manfaat dari targetting		
Materi		
Manfaat targetting konsumen		



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

		
	A. Differentiated marketing B. Concentrated marketing C. Mass market strategy D. Niche mass strategy E. Undiferentiated marketing	
Indikator Soal	No. Soal	Kunci Jawaban



Disajikan materi manfaat targetting, peserta didik dapat menentukan manfaat targetting dengan tepat	10	E
---	----	---

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

..... Diterima dengan perbaikan

..... Ditolak

.....

.....

Keterangan:
 Soal ini termasuk soal HOTS karena
 1. Memuat unsur critical thinking;

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber
Level 1		MARKETING KELAS X
Level 2		
Level 3		
Level 4	C1	
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal
Positioning Produk		1. Kondisi ekonomi sekarang ini terjadi ledakan produk, media, maupun iklan. Oleh karena itu agar dapat berhasil dalam menghadapi persaingan, perusahaan harus mampu menciptakan suatu posisi produk yang dihasilkan. Tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen disebut.... A. Positioning
Kompetensi yang diuji		
Mendeskripsikan Pengertian Positioning		
Materi		



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Pengertian dari positioning	B. Targeting C. Segmenting D. Marketing E. Repositioning	
Indikator Soal	No. Soal	Kunci Jawaban
Disajikan materi pengertian positioning, peserta didik dapat mendeskripsikan pengertian positioning dengan baik dengan tepat	11	A

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

..... Diterima dengan perbaikan
 Ditolak

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

1. Memuat unsur critical thinking;
- 2.



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
 Universitas Negeri Malang
 Angkatan 3
 Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber
Level 1		MARKETING KELAS X
Level 2		
Level 3		
Level 4	C5	
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal
Positioning produk		4. Iklan Bintang Toedjoe Masuk angin berusaha menyerang pesaingnya Tolak angin. Ingat dengan slogan “Orang pintar minum Tolak angin”, iklan Bintang Toedjoe Masuk angin berupaya melawan dengan slogan “Orang Bedjo Minum Bintang Toedjoe Masuk Angin”. Hal ini merupakan penerapan strategi positioning berdasarkan... A. pemakaian produk B. pengguna produk C. harga produk D. atribut produk
Kompetensi yang diuji		
Positioning produk pendatang baru potensial produk dipasaran		
Materi		
Mengidentifikasi penilaian potensial pendatang baru berupa produk		



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

	E. pesaing	
Indikator Soal	No. Soal	Kunci Jawaban
Disajikan materi penilaian potensial pendatang baru dalam positioning produk diakitakan dengan produk dipasaran, peserta didik dapat menjelaskan definisi dari pembangunan ekonomi dengan tepat	12	e

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

.....	Diterima dengan perbaikan
.....	Ditolak
.....	

Keterangan:
 Soal ini termasuk soal HOTS karena
 1. Memuat unsur critical thinking;

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber
Level 1		MARKETING KELAS X
Level 2		
Level 3	C1	
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal
Spesialisasi Produk		1. Terdapat beberapa merk yang sangat kuat di ingatan konsumen dan dalam kehidupan sehari hari.Sebagai contoh masyarakat Indonesia terbiasa menyebutkan merek Sanyo untuk menyebut produk mesin air. Padahal produk mesin air banyak merek yang lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa merek Sanyo berhasil melakukan positioning. Dalam melakukan positioning salah satu hal yang harus diperhatikan adalah..... A. perusahaan harus mengikuti tren pasar B. perusahaan harus mengetahui persepsi konsumen C. perusahaan harus mengidentifikasi pesaing
Kompetensi yang diuji		
Segmen pasar dalam positioning produk		
Materi		
Mengidentifikasi Segemen pasar dalam positioning produk		



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

	D. perusahaan harus mengidentifikasi kesenjangan E. Perusahaan harus mengetahui standar yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kebutuhan mereka	
Indikator Soal	No. Soal	Kunci Jawaban
Disajikan materi segmen pasar dalam positioning, peserta didik dapat menunjukan segmen pasar yang sesuai dengan baik dengan tepat	13	A

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

.....

.....

.....

Diterima dengan perbaikan

Ditolak

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

1. Memuat unsur critical thinking;



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
 Universitas Negeri Malang
 Angkatan 3
 Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber	
Level 1	C4	MARKETING KELAS X	
Level 2			
Level 3			
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal	
POSITIONING		1. Tora sudiro dianggap cocok dalam mengiklankan produk Mobil APV sehingga penjualan mobil APV mengalami kenaikan. Hal ini positioning yang dilakukan tidak gagal karena.... A. tidak fokus dalam merubah citra B. tepat menggunakan media C. tepat menggunakan endoser/bintang iklan D. tanpa melakukan riset E. posisi mengukur perusahaan tepat	
Kompetensi yang diuji			
Menganalisis spesialisasi produk			
Materi			
Spesialisasi produk			
Indikator Soal		No. Soal	Kunci Jawaban



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Disajikan spesiasalisasi produk, peserta didik dapat menganalisis spesiasialisais produk dengan baik dengan tepat	14	D
---	----	---

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

..... Diterimadenganperbaikan

..... Ditolak

.....

.....

Keterangan:
 Soal ini termasuk soal HOTS karena
 1. Memuat unsur critical thinking;

**KARTU SOAL
MARKETING
PAKET SOAL Pertemuan ke 1, 2, 3**

Satuan Pendidikan : SMK N KARANGPUCUNG
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X

Tahun Pelajaran : 2020/2021
Alokasi Waktu : 120 Menit
Penyusun : Nur Adhi Nugraha, SE

Level Kognitif		Buku Sumber	
Level 1	C1	MARKETING KELAS X	
Level 2			
Level 3			
Lingkup Materi		Rumusan Butir Soal	
Positioning Produk		1. Berikut ini yang tidak termasuk factor dari keberhasilan positioning adalah A. meningkatkan kesejahteraan pelanggannya B. menjawab pelanggannya dengan tepat C. memberikan nilai superior kepada pelanggannya D. meningkatkan jumlah peanggannya E. menunjukan loyalitas kepada pelanggannya	
Kompetensi yang diuji			
Menentukan faktor-faktor terpenting keberhasilan positioning produk			
Materi			
Faktor-faktor terpenting keberhasilan dalam positioning produk			
Indikator Soal		No. Soal	Kunci Jawaban



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Disajikan materi faktor-faktor keberhasilan dalam positioning, peserta didik dapat menentukan faktor-faktor keberhasilan psoitionoinng dengan baik dengan tepat	15	C
---	----	---

Tanggapan Penyunting :

Keputusan: Diterima tanpa perbaikan

..... Diterimadenganperbaikan

..... Ditolak

.....

.....



PENSKORAN

Soal esay jawaban singkat no 1 sampai 10 Setiap soal dengan jawaban benar skor = 20

Untuk jawaban salah = 0

Total Skor = 100

Jumlah skor

$$\frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh}}{\text{Skormaksimal (100)}}$$

Nilai = 100



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Pertemuan ke 1

KARTU SOAL NOMOR 1 (URAIAN)	
Mata Pelajaran : MARKETING Kelas/Semester : I / GANJIL	
Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	Segmentation
Indikator Soal	Disajikan pengertian segmentasi geografis
Level Kognitif	C4
Soal: 1. Segmentasi geografis membagi pasar menjadi beberapa unit/kelompok sesuai dengan....	

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
1	1. Gambaran wilayah atau tempatnya Segmentasi geografis merupakan segmentasi pasar dimana pasar dibagi menurut tempat/wilayah	20

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.

1. Mengandung problem solving; siswa dihadapkan permasalahan kontekstual, diminta melakukan analisis dan membuat rencana strategi bisnis yang relevan.



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL NOMOR 2
(URAIAN)**

Mata Pelajaran :MARKETING
Kelas/Semester : X/ GANJIL

Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	Segmentation
Indikator Soal	Disajikan alasan segmentasi pasar
Level Kognitif	C4
Soal: 2. Salah satu alasan dilakukannya segmentasi pasar karena pasar bersifat....	

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
2	Dinamis Pasar bersifat berubah ubah dalam hal kebutuhan atau selera konsumen yang mengalami perubahan juga	20

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL NOMOR 3
(URAIAN)**

Mata Pelajaran : MARKETING
Kelas/Semester : X/ GANJIL

Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	Segmentation
Indikator Soal	Disajikan . startegi undifferentiated
Level Kognitif	C4
Soal: 3. startegi undifferentiated adalah usaha perusahaan dalam meninjau pasar secara keseluruhan dan tidak dibeda-bedakan.	

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
3	startegi undifferentiated Strategi undifferentiated adalah usaha perusahaan dalam meninjau pasar secara keseluruhan dan tidak dibeda-bedakan.	20

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL NOMOR 4
(URAIAN)**

Mata Pelajaran :MARKETING
Kelas/Semester : X/ GANJIL

Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	Segmentation
Indikator Soal	Disajikan pemilihan pasar sasaran
Level Kognitif	C4
Soal 4. Perusahaan menikmati operasi yang ekonomis melalui spesialisasi produksi, distribusi, dan promosinya. pernyataan tersebut merupakan perwujudan salah satu pola pemilihan pasar sasaran yakni.....	

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
4	Konsentrasi segmen tunggal atau single segment concentration Single Segment Concentration maksudnya adalah perusahaan dapat memilih satu segmen saja. Perusahaan lebih bisa mencapai posisi yang kuat disatu segmen, dengan pengetahuan yang baik terhadap kebutuhan segmen sehingga bisa diperoleh keuntungan.	20

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

KARTU SOAL NOMOR 5 (URAIAN)	
Mata Pelajaran :MARKETING Kelas/Semester : X/ GANJIL	
Kompetensi Dasar	3.5 Memahami karakteristik produk drink, food, fresh dan kosmetik di supermarket, fashion dan sport 4.5 Melakukan pengelompokkan karakteristik produk drink, food, fresh dan kosmetik di supermarket, fashion dan sport
Materi	segementation
Indikator Soal	Disajikan segementation
Level Kognitif	C5
Soal: 5. Di gerai Pizza Hut terdapat sekelompok konsumen yang berasal dari salah satu group sosialita, mereka memesan beberapa macam makanan dan minuman yang berbeda jenisnya. Dari ilustrasi tersebut menunjukkan segmentasi preferensi	

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
5	Kelas social dan gaya hidup Pemilihan Gerai Pizza Huts menunjukkan konsumen yang mempunyai kelas social dan gaya hidup yang tinggi	20

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.

Ku
nci
Pe
do
ma
n
Pe
nsk
ora
n



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Pertemuan ke 2

KARTU SOAL NOMOR 1 (URAIAN)	
Mata Pelajaran : MARKETING Kelas/Semester : I / GANJIL	
Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	Targeting
Indikator Soal	Disajikan Target Pasar
Level Kognitif	C4
Soal: 1,Salah satu faktor target pasar yang merupakan perkiraan besarnya segmen yang akan dituju merupakan faktor penting untuk memutuskan apakah segmen pasar tersebut cukup berharga untuk dimasuki atau tidak adalah	

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
1	ukuran segmen Ukuran segmen merupakan factor target pasar yang merupakan perkiraan besarnya segmen yang akan dituju	20

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.

2. Mengandung problem solving; siswa dihadapkan permasalahan kontekstual, diminta melakukan analisis dan membuat rencana strategi bisnis yang relevan.



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL NOMOR 2
(URAIAN)**

Mata Pelajaran :MARKETING
Kelas/Semester : X/ GANJIL

Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	targeting
Indikator Soal	Disajikan
Level Kognitif	C4
Soal: 2. Setelah perusahaan mengidentifikasi peluang segmen pasar selanjutnya adalah mengevaluasi beragam segmen mana yang menjadi target market. Dalam menetapkan target market perusahaan dapat mempertimbangkan lima pola. Sebutkan apa saja pola target market!	

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
2	1. Single Segment Concentration. Single Segment Concentration maksudnya adalah perusahaan dapat memilih satu segmen saja. Perusahaan lebih bisa mencapai posisi yang kuat disatu segmen, dengan pengetahuan yang baik terhadap kebutuhan segmen sehingga bisa diperoleh keuntungan.	20



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

	2. Selective Specialization. Selective Specialization maksudnya adalah perusahaan menyeleksi beberapa segmen. Segmen yang dipilih mungkin tidak saling berhubungan atau membentuk sinergi, tetapi masing – masing segmen menjanjikan uang. 3. Product Specialization. Product Specialization maksudnya perusahaan berkonsentrasi membuat produk khusus atau tertentu. Melalui cara ini, perusahaan membangun reputasi yang kuat di produk yang spesifik.	
--	--	--

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.

KARTU SOAL NOMOR 3 (URAIAN)	
Mata Pelajaran :MARKETING Kelas/Semester : X/ GANJIL	
Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	targeting
Indikator Soal	Disajikan



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Level Kognitif	C4
Soal: 3. startegi undifferentiated Strategi undifferentiated adalah usaha perusahaan dalam meninjau target pasar secara keseluruhan dan tidak dibeda-bedakan.	

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
3	startegi undifferentiated Strategi undifferentiated adalah usaha perusahaan dalam meninjau pasar secara keseluruhan dan tidak dibeda-bedakan.	20

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.

KARTU SOAL NOMOR 4 (URAIAN)	
Mata Pelajaran :MARKETING Kelas/Semester : X/ GANJIL	
Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	Segmentation
Indikator Soal	Disajikan
Level Kognitif	C4
Soal 4. Perusahaan menikmati operasi yang ekonomis melalui spesialisasi produksi, distribusi, dan promosinya. pernyataan tersebut merupakan perwujudan salah satu pola pemilihan pasar sasaran yakni.....	



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
4	Konsentrasi segmen tunggal atau single segment concentration Single Segment Concentration maksudnya adalah perusahaan dapat memilih satu segmen saja. Perusahaan lebih bisa mencapai posisi yang kuat disatu segmen, dengan pengetahuan yang baik terhadap kebutuhan segmen sehingga bisa diperoleh keuntungan.	20

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL NOMOR 5
(URAIAN)**

Mata Pelajaran : MARKETING

Kelas/Semester : X/ GANJIL

Kompetensi Dasar	3.5 Memahami karakteristik produk drink, food, fresh dan kosmetik di supermarket, fashion dan sport 4.5 Melakukan pengelompokkan karakteristik produk drink, food, fresh dan kosmetik di supermarket, fashion dan sport
Materi	Tingkatan Produk
Indikator Soal	Disajikan
Level Kognitif	C5
Soal:	
5. Salah satu faktor target pasar yang merupakan perkiraan besarnya segmen yang akan dituju merupakan faktor penting untuk memutuskan apakah segmen pasar tersebut cukup berharga untuk dimasuki atau tidak adalah....	

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

Pertemuan ke 3

KARTU SOAL NOMOR 1 (URAIAN)	
Mata Pelajaran : MARKETING Kelas/Semester : I / GANJIL	
Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	Positioning produk
Indikator Soal	Disajikan strategi positioning
Level Kognitif	C5
Soal: 1. Iklan lemari pendingin merk LG menonjolkan manfaat dan keuntungan menggunakan produk yang mampu menyimpan makanan dan minuman dalam keadaan segar lebih lama. Dengan atribut produk yang dilengkapi Health Guard, produk itu dapat langsung dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Strategi positioning yang diterapkan oleh perusahaan LG adalah positioning berdasarkan	

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
1	Positioning berdasarkan atribut produk Atribut produk merupakan sifat, simbol, atau tanda dari suatu produk yang meliputi pandangan luar produk, manfaat konsumen terhadap produk yang berhubungan dengan merek produk tersebut. Pendekatan yang dilakukan dengan menonjolkan karakteristik spesifik suatu produk yang tidak dimiliki produk lain.	20

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.

3. Mengandung problem solving; siswa dihadapkan permasalahan kontekstual, diminta



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

melakukan analisis dan membuat rencana strategi bisnis yang relevan.

KARTU SOAL NOMOR 2 (URAIAN)	
Mata Pelajaran :MARKETING Kelas/Semester : X/ GANJIL	
Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	Positioning produk
Indikator Soal	Disajikan
Level Kognitif	C4
Soal: 2. Salah satu factor yang harus diperhatikan dalam mengkomunikasikan positioning dimana perusahaan harus kreatif untuk mencuri perhatian konsumen adalah....	

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
2	Be creative maksudnya dalam mengkomunikasikan positioning dimana perusahaan harus kreatif untuk mencuri perhatian konsumen atau target market	20

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL NOMOR 3
(URAIAN)**

Mata Pelajaran :MARKETING
Kelas/Semester : X/ GANJIL

Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	Segmentation
Indikator Soal	Disajikan
Level Kognitif	C4
Soal: 3. startegi undifferentiated Strategi undifferentiated adalah usaha perusahaan dalam meninjau pasar secara keseluruhan dan tidak dibeda-bedakan.	

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
3	startegi undifferentiated Strategi undifferentiated adalah usaha perusahaan dalam meninjau pasar secara keseluruhan dan tidak dibeda-bedakan.	20

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

**KARTU SOAL NOMOR 4
(URAIAN)**

Mata Pelajaran :MARKETING
Kelas/Semester : X/ GANJIL

Kompetensi Dasar	3.5 Menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning produk
Materi	Segmentation
Indikator Soal	Disajikan contoh positioning produk
Level Kognitif	C4
Soal 4. Strategi yang dijalankan restoran cepat saji Indonesia Fried Chicken (IFC) yang mengusung jargon"Ayam Ternikmat di Indonesia" ternyata kurang berhasil dalam menarik minat konsumen. penyebabnya adalah konsumen sudah lebih akrab dengan merek (AFC) American Fried Chicken yang gerainya sudah menyebar dimana mana. hal ini merupakan salah satu kegagalan positioning	

Kunci Pedoman Penskoran

NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
4	underpositioning (kurang posisi) Suatu produk diaktakan underpostioning apabila produk tersebut tidak dikenali konsumen dan konsumen tidak dapat menangkap keunikan produk yang ditawarkan. Dalam hal ini produk IFC. Karena	20



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

	konsumen lebih mengenal AFC	
--	-----------------------------	--

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.

KARTU SOAL NOMOR 5 (URAIAN)		
Mata Pelajaran :MARKETING Kelas/Semester : X/ GANJIL		
Kompetensi Dasar	3.5 Memahami karakteristik produk drink, food, fresh dan kosmetik di supermarket, fashion dan sport 4.5 Melakukan pengelompokkan karakteristik produk drink, food, fresh dan kosmetik di supermarket, fashion dan sport	
Materi	Tingkatan Produk	
Indikator Soal	Disajikan	
Level Kognitif	C5	
Soal:		
6. Salah satu faktor target pasar yang merupakan perkiraan besarnya segmen yang akan dituju merupakan faktor penting untuk memutuskan apakah segmen pasar tersebut cukup berharga untuk dimasuki atau tidak adalah....		
NO SOAL	URAIAN JAWABAN/KATA KUNCI	SKOR
5	ukuran segmen Ukuran segmen merupakan factor target pasar yang merupakan perkiraan besarnya segmen yang akan dituju	20

Ku
nci
Pe
do
ma
n
Pe
nsk
ora
n

Keterangan:

Soal ini termasuk soal HOTS karena

Memuat unsur critical thinking dan creative karena siswa dituntut memberi jawaban dengan alasan



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

yang logis dari sudut pandangnya masing-masing.

Soal Study Kasus

1. Salah satu perusahaan yang memproduksi kendaraan bermotor memproduksi sepeda motor yang diberi nama Scopy Sporty, dan Scopy stylist. Kedua merek tersebut sebenarnya sama, akan tetapi memiliki sedikit perbedaan yaitu dari model dan ciri ciri tertentu. Berdasarkan kasus tersebut analisislah jenis strategi segmentasi apa yang diterapkan sepeda motor Scopy dan berikan penjelasannya

Jawaban : Strategi yang diterapkan produk sepeda motor Scopy adalah strategi differentiated marketing adalah usaha perusahaan untuk mengidentifikasi kelompok kelompok pembeli dengan menghasilkan beberapa produk yang memiliki karakteristik yang berbeda beda

NO SOAL	SKOR
1	• Skor 20 jika peserta didik mampu menjawab dengan jelas dan logis • Skor 15 jika peserta didik mampu menjawab dengan cukup jelas • Skor 10 jika peserta didik menjawab kurang jelas • Skor 5 jika peserta didik menjawab tetapi tidak jelas • Skor 1 jika peserta didik menjawab tetapi jawaban tidak sesuai dengan apa yang ditanyakan

2. Apple meluncurkan Iphone 10 dengan harga jual 20 juta rupiah. Dengan harga yang tinggi Iphone 10 memiliki berbagai keunggulan dibanding produk lain, seperti kapasitas RAM sebesar 3 GB dan memori internal sebesar 256 GB. Dengan demikian, ponsel pintar dapat



memuaskan konsumen untuk mengunduh berbagai aplikasi yang memiliki ukuran data cukup besar. Berdasarkan kasus tersebut analisislah strategi positioning yang dipilih produk Iphone Jawaban.

Strategi positioning yang dipilih produk Iphone adalah strategi positioning berdasarkan harga. Harga adalah sejumlah uang yang secara aktual dibayar, diminta, atau ditawarkan untuk suatu barang atau jasa. Harga berdampak pada kinerja finansial dan mempunyai pengaruh penting dalam persepsi pembeli menjadi pertimbangan utama sehingga produk dapat dikategorikan sebagai produk akhir. Iklan suatu produk dapat menanamkan persepsi bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas produk. Parameter harga yang ada dalam strategi positioning adalah diskon, harga promosi, dan harga rendah dan positioning dari merk. Pada tingkat ini harga tidak lagi

NO SOAL	SKOR
2	• Skor 20 jika peserta didik mampu menjawab dengan jelas dan logis • Skor 15 jika peserta didik mampu menjawab dengan cukup jelas • Skor 10 jika peserta didik menjawab kurang jelas • Skor 5 jika peserta didik menjawab tetapi tidak jelas • Skor 1 jika peserta didik menjawab tetapi jawaban tidak sesuai dengan apa yang ditanyakan





Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUR ADHI NUGRAHA

LINK GOOGLE CALSS ROOM

1. LINK EVALUASI 1 <https://forms.gle/DPQm9SXWwConKn8w9>
2. LINK EVALUASI 2 <https://forms.gle/H6Exg2AttPM8Ed897>
3. LINK EVALUASI 3 -



Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan
Universitas Negeri Malang
Angkatan 3
Tahun 2020

NUGRAHA

NUR ADHI