

**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN
(RPP)**

Satuan Pendidikan : SMK Negeri 1 Bandar Lampung
Kelas / Semester : X (Sepuluh) / Ganjil
Mata Pelajaran : Perencanaan Bisnis
Alokasi Waktu : 12 JP (3 x pertemuan)

A. Kompetensi Inti (KI)

KOMPETENSI INTI 3 (PENGETAHUAN)	KOMPETENSI INTI 4 (KETERAMPILAN)
3. Memahami, menerapkan, dan menganalisis pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif berdasarkan rasa ingin tahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya, dan humaniora dengan wawasan kemanusiaan, kebangsaan, kenegaraan, dan peradaban terkait penyebab fenomena dan kejadian, serta menerapkan pengetahuan prosedural pada bidang kajian yang spesifik sesuai dengan bakat dan minatnya untuk memecahkan masalah.	4. Mengolah, menalar, dan menyaji dalam ranah konkret dan ranah abstrak terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah secara mandiri, bertindak secara efektif dan kreatif, serta mampu menggunakan metoda sesuai kaidah keilmuan

B. Kompetensi Dasar

- 3.4 Menerapkan perencanaan bauran pemasaran
- 4.4 Menyusun rencana bauran pemasaran

C. Indikator Pencapaian Kompetensi

IPK Pengetahuan : 3.4.1 Siswa mampu menjelaskan pengertian bauran pemasaran (marketing mix) 3.4.2 Siswa mampu mengidentifikasi macam-macam bauran pemasaran (marketing mix) 3.4.3 Siswa mampu menerapkan bauran pemasaran (marketing mix)	IPK Keterampilan : 4.4.1 Siswa mampu menentukan produk yang digunakan untuk menyusun bauran pemasaran 4.4.2 Siswa mampu menyusun bauran pemasaran yang sesuai dengan produk tersebut
---	---

D. Tujuan Pembelajaran

- 3.4.1 Melalui kegiatan pembelajaran daring dengan model e-learning, peserta didik mampu menjelaskan pengertian bauran pemasaran dengan benar
- 3.4.2 Melalui kegiatan pembelajaran daring dengan model e-learning, peserta didik mampu mengidentifikasi bauran pemasaran dengan benar.
- 3.4.3 Melalui kegiatan pembelajaran daring dengan model e-learning, peserta didik mampu menerapkan bauran pemasaran dengan benar.
- 4.4.1 Melalui kegiatan pembelajaran daring dengan model e-learning peserta didik mampu menentukan produk yang digunakan untuk menyusun bauran pemasaran dengan tepat
- 4.4.2 Melalui kegiatan pembelajaran daring dengan model e-learning peserta didik mampu menyusun bauran pemasaran yang sesuai dengan produk tersebut dengan benar.

E. Materi Pembelajaran

1) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menurut W.Y Stanton adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.

2) Pengertian Bauran Pemasaran

Jantung dari rencana pemasaran dinyatakan dalam bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran adalah suatu set variabel dalam rencana pemasaran yang dapat dikontrol, yang biasanya dinyatakan dalam bentuk 4P – Product (Produk), Price (harga), Place (distribusi), dan Promotion (Promosi). Tantangan dari perencanaan pemasaran adalah pengoptimalan bauran dengan menyesuaikan setiap variabel serta anggaran untuk setiap variabel, untuk memaksimalkan nilai bagi konsumen dan kontribusi bagi perusahaan yang diukur dalam penjualan dan laba atau sasaran organisasi lainnya.

3) Unsur-unsur Bauran Pemasaran

- a) Produk
- b) Price
- c) Place
- d) Promotiom

4) Komponen dalam Bauran Pemasaran

Perencanaan bauran pemasaran harus menjadi suatu proses yang runtut dengan memerhatikan kondisi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Keberhasilan dari program pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan tergantung pada bagaimana perusahaan dapat menyusun program pemasaran yang benar-benar efektif dan efisien bagi pelaksanaan pemasaran produknya.

Kegiatan yang bisa dilakukan oleh perusahaan agar produk yang dihasilkan sukses dan diterima oleh konsumen, antara lain dengan melakukan perencanaan penetapan harga yang sesuai, penggunaan media promosi yang tepat dan mengena bagi calon konsumen, kualitas produk yang baik, dan pemilihan saluran distribusi yang tepat dalam penyaluran produk perusahaan. Oleh sebab itu, segenap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan segala aktivitasnya

F. Pendekatan, Model dan Metode Pembelajaran

- Pendekatan : Scientific
Model Pembelajaran : *e-learning, Discovery Learning*
Metode : Diskusi, Tanya Jawab, Penugasan, Presentasi

G. Alat, Bahan, Media, dan Sumber Belajar

- Alat/bahan : Smartphone, Laptop, LKPD
Media Pembelajaran : Google Classroom, Google Meet, Slide Power Point
Sumber Belajar : Buku Teks Siswa, Buku Pegangan Guru, Google, Youtube

H. Kegiatan Pembelajaran

Pertemuan ke-1

Kegiatan	Kegiatan Pembelajaran Daring	Alokasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Guru dan Peserta didik login ke aplikasi <i>Google Classroom</i> dan <i>Google Meet</i>2. Guru mengucapkan salam3. Guru mengecek kehadiran peserta didik4. Sebagai apersepsi dengan tanya jawab guru mengingatkan kembali materi sebelumnya5. Guru memberikan motivasi peserta didik6. Guru menyampaikan tujuan pembelajaran	15 menit
Inti	<ol style="list-style-type: none">1. Guru memberikan gambaran tentang bauran pemasaran. (<i>Stimulation</i>)2. Peserta didik melihat bahan tayangan multimedia yang disajikan oleh guru melalui aplikasi <i>Google Meet</i> dan guru memberi kesempatan kepada peserta didik untuk bertanya.3. Guru menugaskan peserta didik untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang ada pada forum diskusi bersama teman satu kelompok (<i>Problem Statement</i>)4. Peserta didik menggali informasi tentang pengertian bauran pemasaran melalui sumber belajar (Google dan Youtube) (<i>Data Collection</i>)5. Peserta didik mengolah hasil informasi tentang pengertian bauran pemasaran (<i>Data processing</i>)6. Guru membimbing peserta didik melakukan pemeriksaan secara cermat untuk membuktikan benar atau tidaknya informasi tentang pengertian bauran pemasaran (<i>Verification</i>)7. Peserta didik dapat menyimpulkan hasil tentang pengertian bauran pemasaran (<i>Generalization</i>).8. Guru melaksanakan evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta didik secara individu dan mengunggah hasil pembelajaran ke google drive.	60 menit
Penutup	<ol style="list-style-type: none">1. Guru menguatkan hasil kesimpulan peserta didik2. Guru menginformasikan rencana materi pembelajaran berikutnya3. Guru mengakhiri kegiatan belajar dengan mengucapkan salam dan memberikan pesan untuk selalu rajin belajar dan menjaga kesehatan.	15 menit

Pertemuan ke-2

Kegiatan	Kegiatan Pembelajaran Daring	Alokasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guru dan Peserta didik login ke aplikasi <i>Google Classroom</i> dan <i>Google Meet</i> 2. Guru mengucapkan salam 3. Guru mengecek kehadiran peserta didik 4. Sebagai apersepsi dengan tanya jawab guru mengingatkan kembali materi sebelumnya 5. Guru memberikan motivasi peserta didik 6. Guru menyampaikan tujuan pembelajaran 7. Guru menyampaikan teknik penilaian yang akan digunakan 	15 menit
Inti	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guru memberikan gambaran macam-macam bauran pemasaran (<i>Stimulation</i>) 2. Peserta didik melihat bahan tayangan multimedia yang disajikan oleh guru dan guru memberi kesempatan kepada peserta didik untuk bertanya. 3. Guru menugaskan peserta didik untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang ada pada forum diskusi bersama teman satu kelompok (<i>Problem Statement</i>) 4. Peserta didik menggali informasi tentang macam-macam bauran pemasaran melalui sumber belajar (Buku atau internet) (<i>Data Collection</i>) 5. Peserta didik mengolah hasil informasi tentang macam-macam bauran pemasaran (<i>Data processing</i>) 6. Guru membimbing peserta didik melakukan pemeriksaan secara cermat untuk membuktikan benar atau tidaknya informasi macam-macam bauran pemasaran (<i>Verification</i>) 7. Peserta didik dapat menyimpulkan hasil tentang macam-macam bauran pemasaran (<i>Generalization</i>). 8. Guru melaksanakan evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta didik secara individu. 	60 menit
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guru menguatkan hasil kesimpulan peserta didik 2. Guru menginformasikan rencana materi pembelajaran berikutnya 3. Guru mengakhiri kegiatan belajar dengan mengucapkan salam dan memberikan pesan untuk selalu rajin belajar dan menjaga kesehatan. 	15 menit

Pertemuan ke-3

Kegiatan	Kegiatan Pembelajaran Daring	Alokasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guru dan Peserta didik login ke aplikasi <i>Google Classroom</i> dan <i>Google Meet</i> 2. Guru mengucapkan salam 3. Guru mengecek kehadiran peserta didik 4. Sebagai apersepsi dengan tanya jawab guru mengingatkan kembali materi sebelumnya 5. Guru memberikan motivasi peserta didik 6. Guru menyampaikan tujuan pembelajaran 7. Guru menyampaikan teknik penilaian yang akan digunakan 	15 menit
Inti	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guru memberikan gambaran tentang menerapkan bauran pemasaran (<i>Stimulation</i>) 2. Peserta didik melihat bahan tayangan multimedia yang disajikan oleh guru dan guru memberi kesempatan kepada peserta didik untuk bertanya. 	60 menit

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Guru menugaskan peserta didik untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang ada pada forum diskusi bersama teman satu kelompok (<i>Problem Statement</i>) 4. Peserta didik menggali informasi tentang penerapan bauran pemasaran melalui sumber belajar (Google dan Youtube) (<i>Data Collection</i>) 5. Peserta didik mengolah hasil informasi tentang penerapan bauran pemasaran (<i>Data processing</i>) 6. Guru membimbing peserta didik melakukan pemeriksaan secara cermat untuk membuktikan benar atau tidaknya informasi tentang penerapan bauran pemasaran (<i>Verification</i>) 7. Peserta didik dapat menyimpulkan hasil tentang penerapan bauran pemasaran (<i>Generalization</i>). 8. Guru melaksanakan evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta didik secara individu. 	
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guru menguatkan hasil kesimpulan peserta didik 2. Guru menginformasikan rencana materi pembelajaran berikutnya 3. Guru memberikan tugas mandiri kepada siswa 4. Guru mengakhiri kegiatan belajar dengan mengucapkan salam dan memberikan pesan untuk selalu rajin belajar dan menjaga kesehatan. 	15 menit

I. Penilaian Hasil Belajar

Teknik	Bentuk Instrumen
Penilaian sikap	Lembar pengamatan sikap dan penskoran
Penilaian kognitif	Essay test, rubrik penilaian essay test
Penilaian keterampilan	Kriteria penskoran dan rubrik penilaian

J. Instrumen Penilaian Hasil Belajar

1. Lembar pengamatan Sikap Spritual dan sikap sosial

No	Nama Siswa	Spiritual	Social			jumlah	nilai	Predikat
			Jujur	Disiplin	t.jawab			
		1	2	3	4			

Keterangan:

1. Berdoa sebelum dan sesudah belajar
2. Tidak melakukan plagiat (mengambil/menyalin) tugas kelompok lain

3. Masuk kelas tepat waktu
4. Melaksanakan tugas dengan baik

PENSKORAN:

Petunjuk Penskoran skor 1-4 :

- 4 : Selalu
- 3 : Sering (lebih sering melakukan daripada tidak melakukan)
- 2 : Kadang- kadang (lebih sering tidak melakukan daripada melakukan)
- 1 : Tidak pernah

Perhitungan skor akhir menggunakan rumus :

$$\frac{\text{Skor diperoleh}}{\text{Skor Maksimal}} \times 4 = \text{skor akhir}$$

Sesuai Permendikbud No 81A Tahun 2013 peserta didik memperoleh nilai adalah :

Sangat Baik : apabila memperoleh skor : **3,33 < skor ≤ 4,00**

Baik : apabila memperoleh skor : **2,33 < skor ≤ 3,33**

Cukup : apabila memperoleh skor : **1,33 < skor ≤ 2,33**

Kurang : apabila memperoleh skor : **skor ≤ 1,33**

2. Penilaian Kognitif (tes tertulis)

a) Essay Test

Soal :

1. Jelaskan pengertian bauran pemasaran !
2. Tuliskan macam-macam jenis dan bentuk bauran pemasaran !
3. Uraikanlah unsur-unsur bauran pemasaran (marketing mix) !
4. Apa yang di maksud personal selling !

Jawaban :

1. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang dapat dikendalikan, yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran (Kotler, 1997:82)

2. Macam-macam jenis dan bentuk bauran pemasaran, ada lima yaitu :

a) Periklanan (advertising)

Periklanan (advertising) merupakan bentuk komunikasi non individu dengan sejumlah biaya menggunakan media tertentu yang dilaksanakan oleh perusahaan, [organisasi](#) non laba ataupun para individu. Tujuan utama periklanan adalah meningkatkan permintaan atas produk yang ditawarkan.

b) Personal Selling

Personal Selling merupakan usaha untuk memperkenalkan suatu produk melalui komunikasi langsung (tatap muka) agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan

c) Publisitas (Publicity) – Public Relation (PR)

Publisitas adalah sejumlah informasi tentang seseorang, barang, atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, ataupun tanpa pengawasan dari sponsor. Bila dibandingkan dengan alat promosi yang lain, publisitas memiliki beberapa kebaikan antara lain :

- Lebih dapat dipercaya, sebab berupa suatu berita bukan iklan.
- Dapat menjangkau orang-orang yang tidak mau membaca iklan.
- Jauh lebih murah, karena tanpa biaya.
- Dapat ditempatkan pada halaman depan dari sebuah surat kabar atau pada posisi lain yang menyolok.

d) Promosi penjualan (Sales Promotion)

Promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan dan publisitas yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dengan menggunakan alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya, juga potongan harga seperti diskon pembelian produk.

Beberapa contoh metode promosi penjualan :

- Pemberian contoh barang secara cuma-cuma, ini merupakan salah satu alat promosi penjualan yang dianggap paling mahal tapi juga paling efektif.
- Kupon hadiah, cara ini sangat efektif karena membuat orang mudah tertarik.
- Rabat, merupakan pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli.
- Potongan harga langsung.

- Peragaan, memamerkan barang-barang pada waktu tertentu, tempat dan situasi tertentu.

e) Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Menurut Kotler & Gary Armstrong (1996: 53) Direct Marketing adalah pemasaran yang menggunakan berbagai media untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, biasanya menelepon konsumen untuk mendapat respons langsung. Sedangkan menurut Duncan (2002 : 573) Direct Marketing adalah ketika perusahaan ingin menjalin komunikasi langsung dengan pelanggan, mereka menggunakan strategi komunikasi langsung, dimana lebih bisa berinteraksi, database yang memicu proses komunikasi pemasaran menggunakan media untuk mendorong respon pelanggan.

Direct Marketing bisa menjadi salah satu sistem pemasaran interaktif yang dapat dikembangkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan langsung dari pelanggan yang ditargetkan. Dengan melakukan dengan teknik promosi ini, pihak perusahaan akan mampu menciptakan hubungan baik dengan pelanggan.

Beberapa contoh bentuk promosi Direct Marketing diantaranya pemasaran direct mail, telemarketing, pemasaran melalui katalog (Catalog Marketing), dan Saluran Online (Online Channel), penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail dan alat penghubung nonpersonal lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

3. Menurut Kotler dalam Indriyo Gitosudarmo (2008:182), unsur-unsur bauran pemasaran (marketing mix), meliputi Produk (product), Harga (Price), Distribusi atau Penempatan Produk (Place), dan Promosi (Promotion).

Unsur-unsur bauran pemasaran akan diuraikan satu persatu yaitu :

a) Produk (Product)

Menurut Philip Kotler, produk adalah apa yang dapat ditawarkan di dalam pasar untuk dipertahankan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan termasuk di dalamnya sebuah objek fisik, jasa, orang, tempat organisasi, dan gagasan

b) Harga (Price)

Harga merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran (marketing mix) yang penting dalam dalam pemasaran produk. Menurut Tjiptono (1997:151) agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harga secara tepat

c) Distribusi atau Penempatan Produk (Place)

Saluran distribusi menurut Bayu Swasta dapat diartikan sebagai saluran distribusi untuk suatu barang adalah "saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri".

d) Promosi (Promotion)

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka untuk kemudian mereka menjadi senang, lalu membeli produk tersebut.

4. Personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara pengusaha dengan calon konsumennya. Kontak langsung dapat mempengaruhi secara lebih intensif pada konsumennya karena dalam hal ini pengusaha dapat mengetahui keinginan dan selera konsumennya.

b) Rubrik Penilaian Essay Test

Pertemuan I

1. Tuliskan pengertian bauran pemasaran?

Uraian	Skor
Menjelaskan pengertian bauran pemasaran secara lengkap dan tepat	15
Menjelaskan pengertian bauran pemasaran, namun belum lengkap	10
Menjelaskan pengertian bauran pemasaran kurang lengkap	5
Tidak menjelaskan sama sekali	0

2. Tuliskan macam-macam jenis dan bentuk bauran pemasaran !

Uraian	Skor
Menuliskan macam-macam jenis dan bentuk bauran pemasaran secara lengkap dan tepat	15
Menuliskan macam-macam jenis dan bentuk bauran pemasaran, namun belum lengkap	10
Menuliskan macam-macam jenis dan bentuk bauran pemasaran, kurang lengkap	5
Tidak menuliskan sama sekali	0

3. Uraikanlah unsur-unsur bauran pemasaran (marketing mix)

Uraian	Skor
Menguraikan unsur-unsur bauran pemasaran (marketing), secara lengkap dan tepat	15
Menguraikan unsur-unsur bauran pemasaran (marketing), namun belum lengkap	10
Menguraikan unsur-unsur bauran pemasaran (marketing),, kurang lengkap	5
Tidak menguraikan sama sekali	0

4. Apa yang dimaksud dengan personal selling !

Uraian	Skor
Menjelaskan personal selling, secara lengkap dan tepat	15
Menjelaskan personal selling, namun belum lengkap	10
Menjelaskan personal selling, kurang lengkap	5
Tidak menjelaskan sama sekali	0

Mengetahui,
Kepala SMK N 1 Bandar Lampung

Bandar Lampung, Juli 2020
Guru Mata Pelajaran,

.....

Erni Yunita, S.Pd