

**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP) DALAM JARINGAN (DARING)****KD 3.5 Menganalisis Strategi *Segmentating*, *Targeting*, dan *Potitioning* Produk****4.5 Melakukan *Segmentating*, *Targeting*, dan *Potitioning* Produk**

Nama Sekolah	:	SMK PGRI SUBANG
Mata Pelajaran	:	MARKETING
Kelas/ Semester	:	X/ 1
Materi Pokok	:	<i>Segmentating</i> , <i>Targeting</i> , dan <i>Potitioning</i> Produk
Alokasi Waktu	:	2 x (2 JP x 30 Menit)

1. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari materi *Segmentating*, *Targeting*, dan *Potitioning* Produk, peserta didik diharapkan mampu:

3.5.1 Menjelaskan konsep *Segmentating*, *Targeting*, dan *Potitioning* Produk

3.5.2 Menganalisis *Segmentating*, *Targeting*, dan *Potitioning* Produk

4.5.1 Mengaplikasikan *Segmentating*, *Targeting*, dan *Potitioning* Produk

Fokus Karakter : Percaya diri, mandiri, teliti dan jujur.

2. Langkah-langkah Pembelajaran**2.1 Alat/ Bahan, Sumber dan Media****2.1.1 Alat:**

- 1) Alat tulis
- 2) Laptop/ PC/ Komputer
- 3) Proyektor LCD

2.1.2 Bahan : Materi, Internet, Buku Pelajaran Marketing Kelas X

2.1.3 Media : Menyimak tayangan video dan *slide power point*, E-Learning

2.2 Guru menyapa peserta didik dan secara bersama-sama berdoa. Peserta didik menyimak dan menganalisis materi yang terdapat pada video <https://youtu.be/kLPLu-SV8a0> dan *slide power point*. Melakukan pencarian dari sumber lain misalnya melalui internet, jurnal, buku ataupun sumber lainnya terkait dengan video dan *slide power point*. Mencatat hasil analisis ke dalam buku catatan masing-masing.

2.3 Peserta didik mempresentasikan hasil kerja individu

Presentasikan hasil kesimpulan tentang *Segmentating*, *Targeting*, dan *Potitioning* Produk dalam bentuk *slide power point*.

2.4 Menyimpulkan dan Penilaian Pembelajaran

2.4.1 Kesimpulan Pembelajaran

STP (*Segmentating*, *Targeting*, dan *Potitioning*) merupakan salah satu strategi pemasaran suatu produk maupun jasa. *Segmentating* atau segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi kelompok pembeli/ pasar menjadi kelompok-kelompok kecil pasar yang membutuhkan suatu produk atau jasa. *Targeting* adalah proses menentukan target pasar yang paling berdasarkan segmentasi pasar yang telah dibidik/ menjadi sasaran suatu produk maupun jasa. *Potitioning* Produk adalah suatu tindakan perusahaan untuk menciptakan produk atau jasa yang dapat memberikan persepsi tertentu pada benak konsumen.

2.4.2 Penilaian

- a. Tes Tertulis : Bentuk essay atau pilihan ganda tentang *Segmentating*, *Targeting*, dan *Potitioning* Produk
- b. Penugasan : Membuat pengertian sendiri tentang *Segmentating*, *Targeting*, dan *Potitioning* Produk dan menyusun langkah-langkah yang harus dilakukan pada proses *Segmentating*, *Targeting*, dan *Potitioning* Produk.

Mengetahui
Kepala SMK PGRI SUBANG,

Subang, 6 Juli 2020
Guru Mata Pelajaran,