

# EVALUASI PEMBELAJARAN

**NAMA GURU : NANANG KOSIM ROMANDHON, S.Pd**

**MATERI POKOK : SEGMENTASI PASAR**

## SOAL PILIHAN GANDA

1. Perhatikan gambar berikut ini. Jika kita berada di supermarket dan disitu ada banyak jenis barang yang dijual maka supermarket tersebut tergolong pasar.... \*



- a. Homogen
- b. heterogen
- c. pasar bebas
- d. pasar nyata
- e. pasar barang

JAWABAN : B

2. Kelompok konsumen yang mempunyai ciri-ciri/sifat yang hampir sama yang dipilih perusahaan dan akan dicapai dengan strategi marketing mix yang berbeda untuk produk yang dipasarkan disebut ... \*

- a. market oriented
- b. segmnatasi pasar
- c. target pasar
- d. positioning pasar
- e. strategi pasar

JAWABAN : C.

3. Meninjau pasar secara keseluruhan dan memusatkan perhatian pada kesamaan kebutuhan konsumen merupakan ciri dari strategi target pasar ...

- a. market oriented
- b. undifferentiated marketing
- c. concentrated marketing
- d. differentiated marketing
- e. market tergetting

JAWABAN : B.

4. Mengenali basis untuk membuat segmentasi dan mengembangkan profil dari segmen yang dihasilkan merupakan kegiatan ... dalam pemasaran terarah. \*

- a. pemosisian
- b. reposisi
- c. pentargetan
- d. segmentasi
- e. marketing mix

JAWABAN : D

5. Jika kita melakukan segmentasi tingkah laku konsumen menggunakan variabel status pengguna maka kegiatan pemasaran akan difokuskan kepada kelompok: \*

- a. bukan pengguna
- b. pengguna reguler

- c. pengguna potensial
- d. mantan pengguna
- e. pengguna fanatik

**JAWABAN : C**

6. Salah satu syarat segmentasi pasar adalah dapat dijangkau dan dilayani secara efektif atau ...
- a. measurebility
  - b. accessibility
  - c. Substantiality
  - d. faesibility
  - e. capability

**JAWABAN : B.**

7. Perusahaan produk fashion menggunakan tingkatan umur dan perbedaan jenis kelamin untuk memasarkan produknya berarti perusahaan melakukan segmentasi \*
- a. Geografik
  - b. demografik
  - c. psikografik
  - d. tingkah laku
  - e. morfografik

**JAWABAN : B.**

8. Pemasar produk di pulau Bali menggunakan kasta sebagai variabel dalam mengelompokan pembelinya berarti pemasar tersebut melakukan segmentasi ... \*
- a. Geografik
  - b. demografik
  - c. psikografik
  - d. tingkah laku
  - e. Morfografik

**JAWABAN : A.**

9. Dalam melakukan positioning pasar, perlu dilakukan:
- a. Identifikasi strategi inti untuk setiap segmen pasar
  - b. Mendesain bauran pemasaran
  - c. Mengevaluasi daya tarik segmen pasar
  - d. Marketing mix
  - e. Jawaban a dan b benar

**JAWABAN : E.**

10. Konsumen memiliki selera berbeda yang berubah setiap waktu dan selalu mencari variasi serta perubahan, merupakan dasar pemikiran pemasaran ... \*
- a. massal
  - b. berbagai produk
  - c. terarah
  - d. mikro
  - e. global

**JAWABAN : A.**

11. Pemasaran yang berfokus pada produksi massal, distribusi massal, dan promosi massal untuk produk yang sama dalam cara yang hampir sama keseluruhan konsumen adalah pengertian dari .... \*
- Pemasaran segmen
  - Pemasaran massal
  - Pemasaran ceruk
  - Pemasaran mikro
  - Pemasaran makro

**JAWABAN : A.**

12. Tugas seorang pemasar adalah...
- Mengidentifikasi segmen dan memutuskan yang mana yang akan menjadi target
  - Menciptakan Segmen
  - Menciptakan Konsumen
  - Mengidentifikasi masalah keuangan
  - Menentukan target pasar

**JAWABAN : A.**

13. Siapakah ahli yang mengidentifikasi bahwa Segmentasi Pasar sebagai berikut "Market segmentation is the process of breaking a heterogeneous group of potential buyer into smaller homogeneous groups of buyer, that is with relatively similar buying characteristics or needs." \*

- Müller
- Kotler
- Götze
- Marco Reus
- Alma

**JAWABAN : A.**

14. Peran segmentasi pasar dalam marketing, kecuali ...
- Dapat memperluas lapangan pekerjaan dengan menghasilkan daya cipta dan kreasi seseorang
  - Perusahaan akan dapat mendeteksi secara dini dan tepat mengenai kecenderungan-kecenderungan dalam pasar yang senantiasa berubah
  - Dapat mengarahkan dana promosi yang tersedia melalui media yang tepat bagi segmen yang diperkirakan akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar
  - Dapat menentukan kampanye dan periklanan yang paling efektif
  - Dapat mendesign produk yang benar-benar sesuai dengan permintaan pasar

**JAWABAN : A.**

15. Mobil Isuzu menyatakan dirinya sebagai mobil yang irit bahan bakar dengan menyebut dirinya rajanya Diesel. Pernyataan tersebut dapat dilakukakan jika mobil isuzu panther sudah pada tahap.... \*

- Positioning
- targeting
- Segmenting
- Branding
- Semua benar

**JAWABAN : A.**

16. Setiap produk yang dihasilkan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Agar produk tersebut dapat diterima tentunya haruslah sesuai dengan selera konsumen. Hal ini sesuai dari Manfaat segmentasi pasar yaitu .... \*
- Pasar lebih mudah di bedakan
  - Pasar menjadi lebih banyak
  - Pasar menjadi efektif
  - Posisi pasar strategis
  - Pasar sebagai tempat mencari keuntungan

**JAWABAN : A.**

17. Segmentasi geografik membagi pasar menjadi beberapa unit/kelompok sesuai dengan .... \*
- gambaran penduduknya
  - gambaran wilayah / tempatnya
  - gambaran sifat konsumen
  - gambaran psikologis
  - gambaran kebiasaan konsumen

**JAWABAN : B.**

18. Dalam model bisnis, kamu telah merancang pasar yang ingin disasar untuk produkmu. Namun ketika baru berjalan ternyata diketahui bahwa segmentasi pasarmu berubah. Apa yang harus kamu lakukan kemudian? \*
- Mengganti target pasar
  - Mengganti produk
  - Mengganti biaya operasional
  - Mengubah keunggulan kompetitif perusahaan
  - Menutup perusahaan

**JAWABAN : A**

19. Suatu usaha perusahaan yang dilakukan untuk memusatkan pemasaran produk-produknya pada satu atau beberapa kelompok pembeli yang dianggap potensial saja disebut... \*
- differentiasi
  - undifferentiasi
  - concentrate marketing
  - market coverage strategy
  - selective specification

**JAWABAN : C.**

20. Pada gambar berikut perusahaan membagi segmen dalam dua kategori yakni produk yang ditujukan untuk segmen 19 – 50 tahun, dan produk untuk segmen 51 tahun keatas. Dilihat dari Jenis segmentasi pasarnya maka perusahaan tersebut membagi segmentasinya berdasarkan... \*



- a. Geografik
- b. demografik
- c. psikografik
- d. tingkah laku
- e. pendapatan

**JAWABAN : B.**

#### **PENSKORAN**

Setiap soal dengan jawaban benar skor = 5

Untuk jawaban salah = 0

Total Skor = 100

#### **Kriteria Penilaian :**

**90 - 100 : Sangat Baik**

**85 - 89 : Baik**

**75 - 84 : Cukup**

**< 74 : kurang**

## **SOAL URAIAN SINGKAT**

1. Pembagian kelompok konsumen/ pembeli yang memiliki kebutuhan, karakteristik, dan perilaku yang berbeda-beda (heterogen) di dalam pasar tertentu sehingga nantinya menjadi satuan pasar yang homogen dan dijadikan sasaran pasar dengan strategi marketing mix tersendiri merupakan pengertian

JAWABAN

### **SEGMENTASI PASAR**

2. Segmentasi yang mengelompokkan pembeli berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan atau reaksi mereka terhadap suatu produk adalah.... \*

JAWABAN

### **PSIKOGRAFIS**

3. Wawancara terhadap beberapa kelompok konsumen untuk memperoleh keterangan mengenai motivasi, sikap, dan perilaku adalah tahap yang harus dilakukan dalam segmentasi pasar yaitu tahap \*

JAWABAN

### **TAHAP SURVEY**

4. Langkah pertama yang harus dilakukan dalam menyusun strategi segmentasi pasar adalah memilih dasar yang paling tepat untuk... \*

JAWABAN

### **MEMBAGI PASAR**

5. Perusahaan mustika ratu memproduksi minyak wangi yang dikhususkan untuk kaum wanita merupakan contoh dasar segmentasi demografis berdasarkan... \*

JAWABAN

### **JENIS KELAMIN**

6. Faktor yang harus dipertimbangkan dalam segmentasi pasar yang berarti dapat diukur adalah....

JAWABAN

### **MEASURABLE**

7. Suatu teknik bagaimana para pemasar mencoba untuk menciptakan citra atau identitas dari suatu produk, brand, atau perusahaan di benak konsumen, bagaimana konsumen memandang produk tersebut dan bagaimana mereka membandingkannya dengan produk pesaing disebut.... \*

JAWABAN

### **POSITIONING**

8. Segmen pasar yang layak adalah dari kelompok yang homogen dengan karakteristik yang jelas seperti kelompok usia, latar belakang sosio-ekonomi dan persepsi merek. Hal ini menunjukkan segmentasi pasar berdasarkan kriteria.... \*

JAWABAN

### **SUBSTANSIAL**

9. Suatu aktifitas perusahaan dimana apabila segmentasi pasar telah dilakukan dan target marketnya telah diputuskan maka langkah selanjutnya adalah menentukan

JAWABAN

**POSISI PASAR**

....

10. Salah satu dari kelemahan jika sebuah perusahaan melakukan kegiatan segmentasi pasar adalah... \*

JAWABAN

**BIAYA PRODUKSI YANG TINGGI**

<b>PENSKORAN</b>	
Setiap soal dengan jawaban benar skor	= 10
Untuk jawaban salah	= 0
Total Skor	= 100



## SOAL ESSAY

1. Dalam mengidentifikasi segmen pasar, ada tiga tahap prosedur yang harus dilakukan, Coba anda jelaskan tiga tahapan prosedur tersebut.

JAWAB :

- a. Tahap Survey

Pada tahap ini dilakukan wawancara kepada target segmen pasar untuk mendapatkan pemahaman terhadap sikap, motivasi, dan perilaku konsumen. Wawancara bisa dalam bentuk kuesioner, di mana data kuesioner yang terkumpul bisa dijadikan informasi atas atribut-atribut yang dibutuhkan.

- b. Tahap Analisis

Di tahap ini, data yang mengandung variabel-variabel berkorelasi tinggi dibuang, kemudian dilakukan analisis kelompok untuk menghasilkan jumlah maksimum segmen yang berbeda.

- c. Tahap Pembentukan

Di tahap ini dibentuklah kelompok berdasarkan perbedaan sikap, perilaku, demografis, psikologis, psikografis, dan pola media. Dari sifat dominan yang ditemukan pada kelompok tersebut, diberikanlah nama profil pada kelompok segmen itu.

2. Untuk melakukan pemasaran sasaran ada tahapan sistimatis yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam mencapai sasaran pasar. Coba anda jabarkan tahapan sistematis!

JAWAB

- a. *Segmentasi pasar*, yakni tindakan membagi sebuah pasar kedalam kelompok- kelompok konsumen yang berbeda

- b. *Pentargetan pasar*, yaitu tindakan mengevaluasi dan meny eleksi satu atau beberapa segmen yang akan dipilih

- c. *Penempatan pasar* yakni tindakan menciptakan suatu penempatan produk yang kompetitif diantara produk saingannya.

3. Dalam membangun sebuah usaha, strategi positioning sering kali dilupakan oleh pebisnis. Positioning merupakan sebuah pemosisian produk pada benak konsumen. Bisa dikatakan positioning merupakan sebuah skenario pemasaran yang dibuat dengan tujuan untuk membangun kesan konsumen. Berikan contoh produk yang menggambarkan positioning yang anda ketahui saat serta berikan alasannya.

JAWAB

Contoh Positioning

$\frac{3}{4}$  Kijang mengatakan bahwa positioningnya adalah mobil keluarga, maka sesungguhnya ia sedang membangun kepercayaan kepada setiap pelanggan bahwa Kijang memang betul-betul mobil keluarga. Untuk itu setiap mobil Kijang yang dilahirkan haruslah selalu mengacu pada mobil keluarga, dengan memiliki tempat duduk yang longgar, dan nyaman

4. Segmentasi pasar sangat penting bagi perusahaan. Apa yang melatarbelakangi pentingnya segmentasi bagi perusahaan?

JAWAB

- a. Latar belakang pentingnya segmentasi bagi perusahaan yaitu:

- b. Karena segmentasi memungkinkan perusahaan lebih terfokus mengalokasikan sumber daya

- c. Segmentasi merupakan basis untuk menentukan komponen-komponen strategi, taktik, dan value secara keseluruhan.

- d. Segmentasi merupakan faktor kunci untuk mengalahkan pesaing.

5. Hermawan kartajaya, ahli marketing Indonesia dalam bukunya Memenangkan persaingan dengan segitiga positioning- diferensiasi-brand menjelaskan bahwa terdapat tiga syarat dalam melakukan diferensiasi. Coba anda jabarkan diferensiasi tersebut.

JAWAB:

Hermawan kartajaya, ahli *marketing* Indonesia dalam bukunya Memenangkan persaingan dengan segitiga *positioning- diferensiasi-brand* menjelaskan bahwa terdapat tiga syarat dalam melakukan diferensiasi. Coba anda jabarkan diferensiasi tersebut.

- a. Diferensiasi harus mampu mendatangkan nilai tambah yang tinggi kepada pelanggan
- b. Diferensiasi harus merupakan keunggulan dari pesaing
- c. Diferensiasi harus memiliki keunikan

#### PEDOMAN PENSKORAN UNTUK SOAL ESSAY

NO SOAL	SKOR
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skor 5 jika peserta didik mampu menjawab dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 4 jika peserta didik mampu menjawab dengan cukup jelas</li> <li>• Skor 3 jika peserta didik menjawab kurang jelas</li> <li>• Skor 2 jika peserta didik menjawab tetapi tidak jelas</li> <li>• Skor 1 jika peserta didik menjawab tetapi jawaban tidak sesuai dengan apa yang ditanyakan</li> </ul>
	<p><b>Keterangan:</b></p> <p><b>Total skor : 25</b></p> <p><b>Nilai Akhir : <math>\frac{\text{Skor yang diperoleh}}{\text{Total skor}} \times 100</math></b></p>

## SOAL STUDI KASUS / MINI CASE

1. Orang Indonesia sangat menyukai makanan yang digoreng atau gorengan. Untuk itu, kehadiran minyak goreng sangat dibutuhkan konsumen Indonesia. Berbagai merek minyak goreng pun membanjiri pasar. Namun, apa yang menarik dari pemasaran minyak goreng dewasa ini? Sejak Tropical masuk ke pasar, minyak goreng dengan menonjolkan atribut “2x penyaringan”, kondisi persaingan cukup berpengaruh. Atribut “2x penyaringan” mampu membuat Tropical menggerus pangsa pasar pemain-pemain yang lebih dulu bercokol seperti Bimoli. Berdasarkan paparan tersebut coba anda uraikan tujuan Tropical menggunakan slogan “2 x penyaringan” dalam kegiatan promosinya? Apa hubungannya dengan segmentasi pasar.
2. Mulai diluncurkan oleh PT Sasa Inti tahun 2000, Sasa Tepung Bumbu Serbaguna tumbuh signifikan karena terus berinovasi dari tahun ke tahun sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumennya. Contohnya, inovasi dalam hal varian produk, mulai dari Sasa Tepung Pisang Goreng (2006), Sasa Tepung Ayam ala Kentucky (2009), Sasa Tepung Bakwan (2012), Sasa Tepung Bumbu Seafood (2018), hingga Sasa Tepung Bakso Goreng (2020). "Sasa Tepung Bumbu sudah menjadi *leading player* dengan 40% *market share* per Mei 2020," ungkap Rudolf Tjandra, Presiden Direktur PT Sasa Inti. *Hingga kini Sasa juga terus mengeluarkan berbagai varian baru di segmen tepung bumbu. Wajar, berbagai jenis penghargaan merek pun telah diperoleh Sasa Tepung Bumbu sejak kelahirannya. (SWA ONLINE by Sudarmadi - September 29, 2020).*  
*Dari paparan diatas coba anda analisis bagaimana Tepung bumbu Sasa melakukan pemasaran sasaran berdasarkan segmentasinya.*
3. Sejak Januari 2018, James Yang, Presiden Direktur Honor Indonesia, memiliki tanggung jawab untuk mengawasi keseluruhan operasional dan pengembangan bisnis Honor di Indonesia. Sarjana Ilmu Informasi dan Teknologi Optik dari Universitas Pos dan Telekomunikasi Chongqing, China itu telah berkecimpung selama 12 tahun di industri telko dengan jabatan mulai manajemen senior hingga *chief executive officer* di sejumlah perusahaan multinasional di beberapa negara. Dengan pengalaman yang mumpuni, James ingin mengembangkan penjualan di Indonesia (SWA ONLINE) . Berdasarkan uraian diatas apa yang harus dilakukan James Yang untuk merebut pasar di Indonesia.
4. medcom.id, Bogor: Pertarungan di kelas bebek super, semakin memanas ketika Honda meluncurkan varian terbaru Supra yaitu Supra GTR 150. Sebelumnya segmen ini sudah ada Yamaha dengan Jupiter MX King yang menikmati penjualan yang cukup manis di tengah turunnya pasar bebek secara drastis. Berbicara tentang All New Honda Supra GTR 150, tentunya juga berbicara tentang segmentasinya. Meski mereka menegaskan bahwa segmentasi yang disasar berbeda, namun dari sisi spesifikasi dan tipe jelas ini berebut segmen yang sama. Berdasarkan paparan diatas, Coba anda lakukan segmentasi pasar berdasarkan jenis – jenis segmentasi dari Honda GTR 150 tersebut.
5. Direktur PT Suzuki Indomobil Sales (SIS) Davy Tuilan, menyatakan: setelah enam bulan dipasarkan, Ertiga berhasil membuktikan dirinya sebagai produk unggulan, “Sampai Oktober 2012, total penjualan Ertiga sudah 28.000 unit dan sampai akhir tahun ditargetkan jadi 38.000 unit,” Menurutnya, Ertiga terbukti sangat menarik bagi konsumen Indonesia. Hal tersebut terbukti dari pangsa pasar yang makin meningkat dari target awal hanya 15% menjadi 19% di segmen MPV murah. Selain itu, prestasi Ertiga di kancah persaingan penjualan mobil tanah Air juga dibuktikan dengan keberhasilan menduduki peringkat sembilan model terlaris sepanjang tahun ini. Segmentasi pasar yang paling cocok untuk mobil ertiga ini adalah suatu keluarga kecil yang menginginkan kenyamanan saat berkendara, yaitu dengan adanya 7 seat yang digunakan untuk duduk, sehingga sangat nyaman. Selain itu harga yang di tawarkan begitu terjangkau untuk kalangan menengah. Berdasarkan Paparan diatas PT. PT Suzuki Indomobil Sales telah melakukan segmentasi pasar. Coba anda lakukan analisis pasar untuk mobil suZuki ertiga berdasarkan kelompok (jenis) segmentasi pasar.

## PEDOMAN PENSKORAN

NO SOAL	SKOR
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skor 5 jika peserta didik mampu menyebutkan 4 dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 4 jika peserta didik mampu menyebutkan 3 alasan dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 3 jika peserta didik mampu menyebutkan 2 alasan dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 2 jika peserta didik mampu menyebutkan 1 alasan dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 1 jika peserta didik mampu menyebutkan alasan tetapi tidak sesuai dengan apa yang ditanyakan</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skor 5 jika peserta didik mampu menjawab dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 4 jika peserta didik mampu menjawab dengan cukup jelas</li> <li>• Skor 3 jika peserta didik menjawab kurang jelas</li> <li>• Skor 2 jika peserta didik menjawab tetapi tidak jelas</li> <li>• Skor 1 jika peserta didik menjawab tetapi jawaban tidak sesuai dengan apa yang ditanyakan</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skor 5 jika peserta didik mampu menjawab dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 4 jika peserta didik mampu menjawab dengan cukup jelas</li> <li>• Skor 3 jika peserta didik menjawab kurang jelas</li> <li>• Skor 2 jika peserta didik menjawab tetapi tidak jelas</li> <li>• Skor 1 jika peserta didik menjawab tetapi jawaban tidak sesuai dengan apa yang ditanyakan</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skor 5 jika peserta didik mampu menjawab dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 4 jika peserta didik mampu menjawab dengan cukup jelas</li> <li>• Skor 3 jika peserta didik menjawab kurang jelas</li> <li>• Skor 2 jika peserta didik menjawab tetapi tidak jelas</li> <li>• Skor 1 jika peserta didik menjawab tetapi jawaban tidak sesuai dengan apa yang ditanyakan</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skor 5 jika peserta didik mampu menyebutkan 4 dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 4 jika peserta didik mampu menyebutkan 3 alasan dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 3 jika peserta didik mampu menyebutkan 2 alasan dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 2 jika peserta didik mampu menyebutkan 1 alasan dengan jelas dan logis</li> <li>• Skor 1 jika peserta didik mampu menyebutkan alasan tetapi tidak sesuai dengan apa yang ditanyakan</li> </ul>
	<p><b>Keterangan:</b>  <b>Total skor : 25</b>  <b>Nilai Akhir : <math>\frac{\text{Skor yang diperoleh}}{\text{Total skor}} \times 100</math></b></p>