


LEMBAR KEGIATAN PESERTA DIDIK (LKPD)

Mengidentifikasi Produk

Nama Sekolah	: SMK
Mata Pelajaran	: Marketing
Kelas/Semester	: X / 2
Program Keahlian	: Bisnis Daring dan Pemasaran
Materi Pokok	: Menyusun Strategi Pemasaran
Alokasi Waktu	: 2 x 45 menit



Nama Kelompok :

1.
2.
3.
4.
5.

Indikator Pencapaian :

- 3.8.1 Menjelaskan pengertian produk
- 3.8.2 Mengklasifikasikan Produk
- 3.8.3 Mengkategorikan produk
- 4.8.1 Mengoreksi kategori produk konsumen

I. TUJUAN :

- 3.8.1.1 Siswa dapat **menjelaskan** pengertian produk dengan **benar** melalui kegiatan
- 3.8.2.1 Siswa dapat mengklasifikasikan produk dengan tepat melalui kegiatan diskusi
- 3.8.3.1 Siswa dapat **mengkategorikan** produk dengan **benar** melalui kegiatan **penugasan**
- 4.8.1.1 Siswa dapat **mengoreksi** kategori produk konsumen dengan **tepat** melalui refleksi


II. TEORI :

Pengertian Produk

Produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman,

acara, orang, temp at, properti, organisasi, dan informasi. Dalam merencanakan penawaran pasarnya, pemasar harus melihat lima tingkat produk. Setiap tingkat menambah nilai pelanggan yang lebih besar, dan kelimanya merupakan bagian dari hierarki nilai pelanggan (customer-value hierarchy). Selain itu pemasar juga mengklasifikasikan produk berdasarkan ketahanan/durabilitas, keberwujudan, dan kegunaan (konsumen atau industri). Setiap jcnis produk mempunyai strategi bauran pemasaran yang sesuai

III. PROSEDUR KERJA :



- Bacalah LKPD dengan cermat.
- Perhatikan video yang di putarkan oleh pendidik di kelas.
- Diskusikan dengan teman sekelompok kamu.
- Jawablah pertanyaan pada LKPD dengan benar.
- Gunakan literatur dari buku ajar untuk menjawab pertanyaan pada LKPD.

1. Stimulus

Produk Jasa



Pasar tradisional



Gambar 1. Gambar Produk Barang.

Gambar 2. Gambar Penawaran Produk Jasa

Sumber : <https://www.google.com/search?q>

1. Berdasarkan gambar di atas, perbedaan apa yang terlihat dari 2 produk di atas?

Jawab :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

IV. IDENTIFIKASI MASALAH

- 2. Jelaskan klasifikasi produk berdasarkan keberwujudan/ *Tangibility*.

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- 3. Menentukan siapa pengguna dari produk, merupakan salah satu kegiatan penting dalam melaksanakan pemasaran. Analisislah klasifikasi produk berdasarkan pemakainya dan untuk apa barang tersebut dikonsumsi.

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

V. HASIL PENGAMATAN

- 4. Berdasarkan video yang ditayangkan buat deskripsi dari klasifikasi produk dan berikan contoh masing-masing lima yang ada disekitar anda.

No.	Indikator	Penjelasan	Contoh
1.	Wujudnya		1. 2. 3. 4. 5.
2.	Daya tahannya		1. 2. 3. 4. 5.

3.	Barang konsumen		1. 2. 3. 4. 5.
4.	Barang Industri		1. 2. 3. 4. 5.

5. KESIMPULAN :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

LEMBAR KEGIATAN PESERTA DIDIK (LKPD)

MENERAPKAN PEMASARN BARANG DAN JASA

Nama Sekolah : SMK
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X / 2
Program Keahlian : Bisnis Daring dan Pemasaran
Materi Pokok. : Menyusun Strategi Bisnis
Alokasi Waktu. : 2 x 45 menit



Nama Kelompok :

1.
2.
3.
4.
5.

Indikator Pencapaian :

- 3.8.4 Menjelaskan pengertian Strategi Pemasaran
- 3.8.5 Menganalisis unsur-unsur Utama Pemasaran
- 4.8.2 Mendesain unsur-unsur strategi pemasaran

I. TUJUAN :

- 3.8.4.1 Siswa dapat menjelaskan pengertian strategi pemasaran dengan benar melalui kegiatan apersepsi
- 3.8.5.1 Siswa mampu menganalisis unsur-unsur utama pemasaran dengan benar melalui kegiatan presentasi
- 4.8.2.1 Siswa mendesain unsur-unsur strategi pemasaran dengan benar melalui kegiatan penugasan

II. TEORI :

A. Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli

Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang definisi strategi marketing, diantaranya

adalah:

1. Kotler dan Amstrong

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

2. Kurtz

Menurut Kurtz (2008), pengertian strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga.

3. Philip Kotler

Menurut Philip Kotler, pengertian strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

4. Tjiptono

Menurut Tjiptono, pengertian strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.

5. Stanton

Menurut Stanton, pengertian strategi pemasaran adalah sesuatu yang melingkupi semua sistem yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan menyalurkan produk (barang atau jasa) yang dapat memuaskan konsumen.

B. Fungsi Strategi Pemasaran

Secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya:

1. Meningkatkan Motivasi untuk Melihat Masa Depan
2. Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif
3. Merumuskan Tujuan Perusahaan
4. Pengawasan Kegiatan Pemasaran

C. Tujuan Strategi Pemasaran

Secara umum, setidaknya ada 4 tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah:

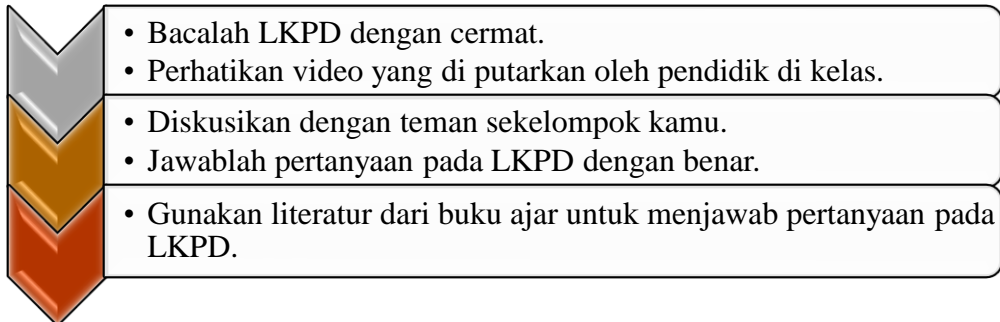
1. Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran
2. Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan
3. Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran
4. Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran

D. Unsur-Unsur Utama Pemasaran

Unsur-unsur utama pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi tiga unsur utama yaitu:

1. Unsur Strategi Persaingan
2. Unsur Taktik Pemasaran
3. Unsur Nilai Pemasaran

III. PROSEDUR KERJA :



- Bacalah LKPD dengan cermat.
- Perhatikan video yang di putarkan oleh pendidik di kelas.
- Diskusikan dengan teman sekelompok kamu.
- Jawablah pertanyaan pada LKPD dengan benar.
- Gunakan literatur dari buku ajar untuk menjawab pertanyaan pada LKPD.

2. Stimulus



#MarketingStrategy #DigitalMarketing #InternetSukses
Jurus Ampuh Marketing Strategi 4P+3V | Internet Sukses

Sumber : https://youtu.be/-w_ug-NQFCc

6. Berdasarkan vidio di atas, Jelaskan strategi apa saja yang mempengaruhi kesuksesan strategi pemasaran ?

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....
.....

IV. IDENTIFIKASI MASALAH

7. Jelaskan apa itu bauran pemasaran/ marketing mix.

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

8. Salah satu penentu kesuksesan kegiatan pemasaran adalah dengan melakukan analisis bauran pemasaran. Jelaskan bagaimana strategi bauran pemasaran berkontribusi mensukseskan kegiatan pemasaran

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

V. HASIL PENGAMATAN

9. Silahkan melakukan observasi perusahaan disekitar anda. Kemudian adakan wawancara bagaimana strategi bauran pemasaran diterapkan pada perusahaan tersebut.

No.	Indikator	Penjelasan
-----	-----------	------------

1.	Product	
2.	Price	
3.	Promotion	
4.	Place	


10. KESIMPULAN :

.....
.....
.....
.....
.....
.....

LEMBAR KEGIATAN PESERTA DIDIK (LKPD)

MENERAPKAN PEMASARN BARANG DAN JASA

Nama Sekolah	: SMK
Mata Pelajaran	: Marketing
Kelas/Semester	: X / 2
Program Keahlian	: Bisnis Daring dan Pemasaran
Materi Pokok.	: Menyusun Perencanaan Pemasaran
Alokasi Waktu.	: 2 x 45 menit



Nama Kelompok :

1.
2.
3.
4.
5.

Indikator Pencapaian :

- 3.8.6 Menganalisis berbagai konsep faktor penentu kesuksesan Strategi
- 3.8.7 Mengkategorikan hiraki organisasi bisnis berdasarkan jumlah bidang usahanya
- 3.8.8 Merumuskan tahapan-tahapan dalam menentukan strategi
- 4.8.3 Strategi yang tepat untuk malakukan pemasaran barang dan jasa
- 4.8.4 Mendesain tahap-tahap menentukan Strategi

I. TUJUAN :

- 3.8.6.1 Siswa mampu menganalisis berbagai konsep faktor penentu kesuksesan Strategi benar melalui presentasi
- 3.8.7.1 Siswa mampu mengkategorikan hiraki organisasi bisnis berdasarkan jumlah bidang usahanya dengan benar melalui presentasi
- 3.8.8.1 Siswa dapat merumuskan tahapan-tahapan dalam menentukan strategi dengan benar melalui presentasi
- 4.8.3.1 Siswa mampu menentukan strategi pemasaran barang dan jasa dengan tepat melalui kegiatan penugasan

4.8.4.1 Siswa mampu mendesain tahap-tahap menentukan strategi dengan benar melalui penugasan

II. TEORI :

A. Pengertian Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis adalah kegiatan manajemen organisasi yang digunakan untuk menetapkan prioritas, memfokuskan energi dan sumber daya, memperkuat kinerja operasional. Perencanaan strategis juga memastikan bahwa karyawan dan pemangku kepentingan lainnya bekerja menuju tujuan bersama dan menetapkan kesepakatan tentang hasil yang diinginkan, serta menyesuaikan arah organisasi saat terjadi perubahan.

B. Konsep Bisnis level strategi

BLS (Business Level Strategy) adalah langkah yang ditempuh oleh para manager dalam memanfaatkan sumberdaya dan kompetensi perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif terhadap pesaing di dalam suatu industri. Dasar perumusan BLS ialah kebutuhan pelanggan (apa yang diinginkan), kelompok pelanggan (siapa yang membutuhkan), dan distinctive competencies (kompetensi yang menonjol) untuk merespons kebutuhan pelanggan

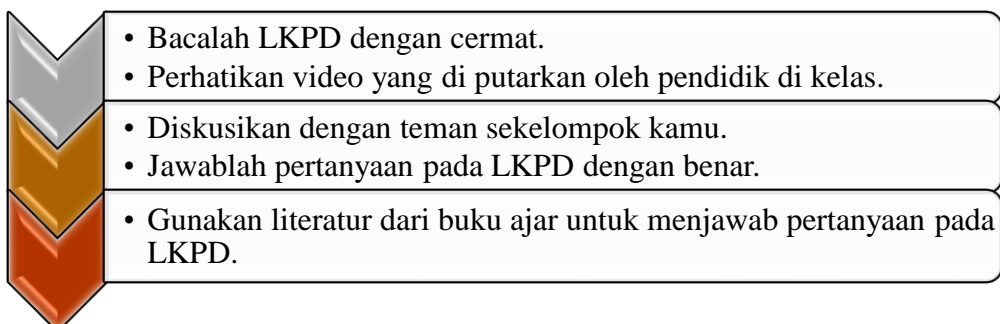
C. Tingkatan Strategi

- a. Strategi Korporasi (*Corporate Strategy*)
- b. Strategi Bisnis (*Business Strategy*)
- c. Strategi Fungsional (*Functional Strategy*)

D. Proses Perencanaan Strategis

- a. Penentuan Misi dan Tujuan
- b. Analisis Lingkungan
- c. Penilaian Diri Sendiri
- d. Pengambilan Keputusan Strategis
- e. Implementasi dan Pengendalian Strategi

III. PROSEDUR KERJA :



3. **Stimulus**

TINGKATAN STRATEGI BISNIS

TINGKAT KORPORASI/PERUSAHAAN

TINGKAT BISNIS

TINGKAT OPERASIONAL/FUNGSIONAL

MALANG
MANAJEMEN STRATEGI: Level Strategi

Sumber : <https://youtu.be/M03LKcT0YcM>

11. Berdasarkan vidio di atas, Jelaskan tingkatan dari strategi pemasaran ?

Jawab :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

IV. IDENTIFIKASI MASALAH

12. Jelaskan bagaimana menentukan tingkatan level bisnis dalam sebuah perusahaan.

Jawab :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

13. Salah satu pertimbangan penentuan strategi didasarkan pada tingkatan pada suatu perusahaan bisnis. Jelaskan bagaimanakah karakter level usaha korporasi

Jawab :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

V. HASIL PENGAMATAN

14. Silahkan melakukan observasi perusahaan disekitar anda. Analisislah karakter dari perusahaan tersebut. Kemudian berdasarkan karakternya jenis perusahaan pada level apakah perusahaan tersebut.

No.	Indikator	Penjelasan
1.		

15. KESIMPULAN :

.....

.....

.....

.....

.....