

NAMA : SUSANTI AMALIA, M.Pd
SEKOLAH : SMK NEGERI 1 RAJADESA
EMAIL : seuzonly@gmail.com
KOMPETENSI : JASA BOGA
KELAS/ SEMESTER : XI/ GENAP

RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN

- I. TOPIK/ TEMA : KEWIRAUSAHAAN/ PEMASARAN DAN JENIS-JENISNYA
- II. KOMPETENSI INTI
- A. PENGETAHUAN : Memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi tentang pengetahuan faktual, konseptual, operasional dasar, dan metakognitif sesuai dengan bidang dan lingkup kerja Produk Kreatif dan Kewirausahaan pada tingkat teknis, spesifik, detil dan kompleks, berkenaan dengan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya dan humaniora dalam konteks pengembangan potensi diri sebagai bagian dari keluarga, sekolah, dunia kerja, warga masyarakat nasional, regional dan internasional.
- B. KETERAMPILAN : Melaksanakan tugas spesifik dengan menggunakan alat, informasi dan prosedur kerja yang lazim dilakukan serta memecahkan masalah sesuai dengan bidang kerja Produk Kreatif dan Kewirausahaan. Menampilkan kinerja dibawah bimbingan dengan mutu dan kuantitas yang terukur sesuai dengan standar kompetensi kerja, Menunjukkan keterampilan menalar, mengolah dan mengkaji secara efektif, kreatif, produktif, kritis, mandiri, kolaboratif, komunikatif, dan solutif dalam ranah abstrak terkait dengan pengembangan dari yang

dipelajarinya disekolah, serta mampu melaksanakan tugas spesifik dibawah pengawasan langsung. Menunjukkan keterampilan mepersepsi, kesiapan, meniru, membiasakan, gerak mahir, menjadikan gerak alami dalam ranah konkret terkait dengan pengembangan yang dipelajarinya disekolah, serta mampu melaksanakan tugas spesifik dibawah pengawasan langsung.

III. KOMPETENSI
DASAR

A. PENGETAHUAN : 3.9 Menganalisis Pemasaran Produk

B. KETERAMPILAN : 4.9 Melaksanakan Pemasaran Produk

IV. INDIKATOR

3.9 Menganalisis Pemasaran Produk

3.9.1 Menjelaskan jenis-jenis pemasaran produk (Branding)

4.9 Melaksanakan Pemasaran Produk

4.9.1 Membuat desain promosi (Logo/ Label) pada produk

V. TUJUAN

: Setelah melaksanakan pembelajaran tentang Pemasaran Produk siswa mampu untuk:

1. Memahami definisi pemasaran
2. Memahami jenis-jenis pemasaran (Branding)

VI. ALOKASI WAKTU : 10 menit

VII. MATERI:

PEMASARAN

A. Definisi Pemasaran

Definisi *marketing* atau pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Dalam melakukan promosi, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk

yang dipasarkan. Biasanya mereka juga melibatkan selebriti, selebgram atau siapapun yang memiliki kepopuleran untuk mendongkrak produk tersebut. Tak hanya itu, dalam pemasaran, bagian yang memiliki tugas ini akan membuat kemasan atau desain yang menarik pada iklan sehingga akan banyak orang yang tertarik. Selain itu, dengan adanya pemasaran juga sangat membantu para konsumen. Jadi mereka akan lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Ketika pemasaran sesuai dengan targetnya, perusahaan akan mendapatkan banyak pembeli dan keuntungan bisa didapatkan.

B. Fungsi Pemasaran

1. Pengenalan Produk

Pengenalan menjadi fungsi utama dari sebuah pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan adanya pemasaran, produk akan lebih mudah dikenal oleh pelanggan. Pemasar harus menonjolkan keunggulan dari produk yang di pasarkan. Sehingga bisa lebih menarik perhatian dibanding produk pesaing.

2. Riset

Riset memungkinkan pemasar untuk mendapatkan informasi yang tepat mengenai pasar target sebuah produk. Beberapa hal yang biasanya harus diriset adalah kepopuleran, usia, jenis kelamin kebutuhan hingga keinginan dan lain sebagainya. Nantinya produk yang diproduksi bisa disesuaikan dengan apa yang sesuai dengan target pasarnya.

3. Distribusi

Dengan distribusi yang baik, akan memastikan bahwa produk dapat mudah dipindahkan dari lokasi produksi ke pasar luas menggunakan jalur darat, air dan laut. Selain itu juga memastikan bahwa produk dapat dengan mudah didapatkan oleh pelanggan. Sebagai pemasar juga harus merencanakan segala sesuatunya seperti armada, keuangan dalam proses distribusi.

4. Layanan Purnajual

Dalam sebuah penjualan, layanan setelah penjualan memang sangat dibutuhkan. Pemasar harus membantu pelanggan setelah mereka membeli produk. Misalnya seperti produk mesin, pelanggan mungkin akan merasa kesulitan ketika menemukan masalah pada mesin yang telah mereka beli. Tugas pemasar, memastikan dan membantu agar mesin itu berjalan dengan semestinya.

C. Jenis-Jenis Pemasaran

1. Branding

Brand/Merk merupakan suatu nama, istilah, simbol, desain atau kombinasi antara hal-hal ini yang ditujukan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa atau membedakan dengan kompetitor lain. Contoh brand yang ada dipasaran:



(Sumber: google.com)

Produk dan layanan harus memiliki target pasar, dan nama atau “merek,” untuk dikenal. Branding adalah bentuk pemasaran yang memiliki fungsi sebagai iklan jangka panjang. Ini sangat membantu untuk membuat produk atau layanan menjadi lebih menarik dan terkenal. Branding sering kali menyertakan nama, slogan, dan logo.

a. Faktor yang mempengaruhi Branding:

- 1) Kekuatan merk : Merk yang dibuat harus memiliki produk yang dijual, dibuat dengan bentuk dan desain yang menarik
- 2) Proteksi Merk : Mendaftarkan Merk ke HAKI agar tidak dipergunakan oleh kompetitor lain
- 3) Inovasi : Inovasi dari produk yang dijual sehingga konsumen tidak merasa bosan. Inovasi bisa berupa varian produk atau promo-promo yang menarik
- 4) Konsistensi : Tetap pada kualitas produk yang dibuat. “*Don't try to be everything for everyone*”.

b. Tips dalam pembuatan merk:

- 1) Menggambarkan produk/manfaat produk
- 2) Slogan/ Jargon memiliki imajinasi positif
- 3) Mudah diucapkan, diingat dan dikenali

c. Label dalam kemasan perlu memperhatikan hal-hal berikut ini:

- 1) Adanya no kontak berupa no telp atau whatsapp yang bertujuan sebagai sarana konsumen melakukan pemesanan.
- 2) Menuliskan varian rasa (Jika ada). Berikan tanda untuk menandai rasa produk yang dijual sehingga dapat membedakan dengan produk lainnya.
- 3) Lengkapi keterangan produk. Menuliskan tanggal produksi atau kadaluarsa produk, menyertakan berat produk, serta menampilkan logo halal (yang sudah disetujui oleh MUI)

VIII. SUMBER MATERI

Priharto, Sugi. (2019). Pengertian Pemasaran, fungsi, dan Jenis Pemasaran dalam Bisnis.

[Online] <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-pemasaran-fungsi-dan-jenis-pemasaran-dalam-bisnis/>.

Ismail, Ibnu. (2020). Multilevel Marketing adalah: Pengertian, Jenis, keunggulan dan kekurangannya. [Online]: <https://accurate.id/marketing-manajemen/multi-level-marketing-adalah/>

Mubarak, Ilham. (2020). Apa itu marketplace? Pengertian, Jenis dan Contohnya.

[Online] <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/?amp>

IX. METODE/ STRATEGI PEMBELAJARAN :

- Saintifik
- Pembelajaran dilaksanakan secara Online menggunakan Google Classroom.

X. MEDIA PEMBELAJARAN

- Powerpoint Presentation tentang Pemasaran dan jenis-jenisnya

XI. KEGIATAN PEMBELAJARAN

KEGIATAN	DESKRIPSI	ALOKASI WAKTU
1. Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"> - Mengecek kehadiran peserta didik - Memastikan aplikasi yang digunakan berjalan dengan baik - Bersama-sama mengucapkan doa sebelum memulai pembelajaran 	2'

KEGIATAN	DESKRIPSI	ALOKASI WAKTU
	- Menyampaikan kompetensi yang akan dipelajari peserta didik	
2. Inti	a. Mengamati dan Menanya - Peserta didik memperhatikan penjelasan guru tentang pemasaran dan jenis-jenisnya b. Mencari Informasi - Peserta didik memberikan pertanyaan terkait materi yang diberikan oleh guru c. Mencoba - Peserta didik mencoba membuat Brand/logo sesuai dengan kriteria yang telah dipelajari d. Mengkomunikasikan - Peserta didik menjawab pertanyaan terkait materi yang sedang dipelajari e. Menyimpulkan - Peserta didik mengungkapkan rangkuman materi yang telah dipelajari.	6'
3. Penutup	➤ Peserta didik memberikan refleksi terhadap pembelajaran yang telah berlangsung ➤ Bersama-sama mengucapkan doa menutup pembelajaran	2'

XII. TEKNIK PENILAIAN

A. PENILAIAN PENGETAHUAN

1) SOAL LATIHAN

1. Bapak Rudi membuat produk minuman dan menjualnya dengan merk “Starbuck” dengan harapan bahwa minumannya akan cepat laku jika menggunakan merk tersebut. Tindakan pak Rudi telah melanggar salah satu faktor Branding yaitu...
 - a. Inovasi
 - b. Proteksi
 - c. Kekuatan Merk
 - d. Konsistensi
2. Ibu Ratna menjual produk makanan khas Indonesia, setiap bulan sekali, makanan baru selalu ditambahkan kedalam menu nya. Apa yang dilakukan oleh Ibu Rtana merupakan salah satu cara agar tetap branding, yaitu...
 - a. Proteksi
 - b. Kekuatan Merk
 - c. Inovasi

- d. Konsistensi
- 3. Menggunakan label pada produk makanan yang dijual, merupakan salah satu cara promosi. Berikut ini hal yang dianggap penting untuk dicantumkan pada label, kecuali...
 - a. Nomor kontak HP/WA
 - b. Varian Rasa
 - c. Tgl Expire
 - d. Jargon

2) TEKNIK PENILAIAN PENGETAHUAN

Jumlah soal benar x 100 :3

Nilai maksimal : 3 x 100:3 = 100

B. PENILAIAN KETERAMPILAN

- a) Soal Keterampilan: Silahkan desain Label kemasan yang sesuai dengan produk yang akan kalian pasarkan dengan ketentuan sebagai berikut:
 - 1) Adanya logo/brand
 - 2) Keterangan varian/ komposisi produk
 - 3) Keterangan lainnya yang mendukung produk
- b) Teknis Penilaian Keterampilan

Format Penilaian “Pembuatan Label Kemasan”

No	Kriteria Penilaian	POIN Maksimal	Poin Peserta Didik
A.	Otentikasi Brand		
1	Logo dengan desain original (belum pernah ada sebelumnya)	100	
2	Logo dengan desain modifikasi	90	
B.	Keterangan Produk		
1	Menuliskan keterangan Varian	25	
2	Menuliskan komposisi produk	25	
3	Menuliskan no kontak	25	
4	Desain dengan font dan warna yang kurang dari 3 macam	25	
	JUMLAH POIN YANG DIDAPATKAN		
	SKOR AKHIR = Jumlah Poin /2		