
BAHAN AJAR

KOMUNIKASI BISNIS SMK KELAS X



Disusun Oleh :

IDA NAHRUS SANIYAH, S.Pd

No. Peserta : 20032085510026

SMKN 1 KEDUNG JEPARA
PPG BISNIS DARING DAN PEMASARAN

Daljab Angkatan 3 UPI

2020

Pendahuluan

Komunikasi adalah elemen yang penting untuk membentuk kehidupan bersosial yang lebih baik. Dalam sebuah bisnis, komunikasi menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan pencapaian usaha. Dengan komunikasi yang baik, pebisnis bisa menjual produk yang dimiliki dengan lebih baik dan juga bisa menghindari terjadinya kesalahpahaman antar kedua belah pihak. Dalam kegiatan bisnis, seperti pemasaran pastinya membutuhkan komunikasi yang baik terutama kepada konsumen agar produk yang dimiliki bisa diterima sepenuhnya.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan. Selain itu kepuasan pelanggan dapat menjadi alat bersaing bagi suatu perusahaan dalam menghadapi pesaingnya. Persepsi Harga adalah kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kualitas produk. Dalam hal ini juga dapat terlihat pada persaingan di bidang distribusi penjualan minyak goreng dalam kemasan yang semakin marak dan dengan banyaknya persaingan yang bermunculan dengan berbagai merek. Fenomena ini mendorong setiap perusahaan untuk meningkatkan standar pelayanan yang dipengaruhi oleh meningkatnya ekspektasi konsumen akibat promosi yang dilakukan oleh masing-masing minyak goreng kemasan untuk memenangkan persaingan salah satu diantaranya yaitu minyak goreng kemasan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh :Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan, Persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan, Interaksi antara kualitas produk,kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

Pada bahan ajar ini kita akan mempelajari **Menganalisis spesifikasi produk barang dan jasa**. Pola pikir dan cara belajar yang dituntut dalam mempelajari materi ini, diupayakan dapat mendeskripsikan pengertian produk (barang dan jasa) dengan benar melalui kegiatan tanya jawab, mendeskripsikan klasifikasi produk dengan benar, membedakan barang dan jasa, membandingkan karakteristik produk (barang dan jasa) dengan benar, berdiskusi dengan teman, mengajukan pertanyaan kepada guru dan teman kelompok.

Dalam bahan ajar ini disediakan informasi, studi kasus. Bahan ajar ini dapat Anda kuasai dengan baik dengan mencatat poin-poin penting dalam bahan ajar ini dan mengajukan pertanyaan secara daring. Jika Anda merasa belum mencapai tingkat penguasaan yang disyaratkan, maka pelajari lagi materi dalam bahan ajar ini.

Kompetensi Inti

KI-3 Memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi tentang pengetahuan faktual, konseptual, operasional dasar, dan metakognitif sesuai dengan bidang dan lingkup kerja Bisnis Daring dan Pemasaran 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 internasionalprosedural pada bidang kajian yang spesifik sesuai dengan bakat dan minatnya untuk memecahkan masalah

KI-4 Melaksanakan tugas spesifik, dengan menggunakan alat, informasi, dan prosedur kerja yang lazim dilakukan serta memecahkan masalah sesuai dengan bidang kerja Bisnis Daring dan Pemasaran. Menampilkan kinerja di bawah bimbingan dengan mutu dan kuantitas yang terukur sesuai dengan standar kompetensi kerja. Menunjukkan keterampilan menalar, mengolah, dan menyaji secara efektif, kreatif, produktif, kritis, mandiri, kolaboratif, komunikatif, dan solutif dalam ranah abstrak terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah, serta mampu melaksanakan tugas spesifik di bawah pengawasan langsung. Menunjukkan keterampilan mempersepsi, kesiapan, meniru, membiasakan, gerak mahir, menjadikan gerak alami dalam ranah konkret terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah, serta mampu melaksanakan tugas spesifik di bawah pengawasan langsung

Kompetensi Dasar

3.4 Menganalisis produk dan pelayanan

4.4 Melakukan rekomendasi produk dan pelayanan

Indikator Pencapaian Kompetensi

1. *Indikator KD pada KI pengetahuan*

3.4.1 Menganalisis spesifikasi produk barang dan jasa

3.4.1 Menganalisis keputusan pembelian yang dilakukan konsumen

3.4.2 Menganalisis analisis prosedur pelayanan pelanggan sesuai SOP dengan baik

2. *Indikator KD pada KI keterampilan*

4.4.1 Mengidentifikasi produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan

4.4.2 Melakukan rekomendasi produk dan pelayanan dengan baik

Tujuan Pembelajaran

Melalui pembelajaran kooperatif dengan pendekatan saintifik dan media power point pada sub materi **Menganalisis spesifikasi produk barang dan jasa**. Peserta didik dapat **mendeskripsikan pengertian produk (barang dan jasa)** dengan benar melalui kegiatan tanya jawab, **mendeskripsikan klasifikasi produk** dengan benar, membedakan barang dan jasa, membandingkan karakteristik produk (barang dan jasa) dengan benar

MATERI PEMBELAJARAN

A. Ruang lingkup produk

1. Pengertian Produk

Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan sandang, pangan, papan, pendidikan, ebutuhan tersier (mobil, motor, dan lainnya), perusahaan memproduksi berbagai jenis produk. Pengertian produk menurut beberapa ahli, antara lain sebagai berikut:

a. Phillip Kotler

Menurut Phillip Kotler, Produk memiliki arti yang luas yaitu segala sesuatu yang ditawarkan, kepada pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

b. Fandy Tjiptono (1999:95)

Menurut Fandy Tjiptono, Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminya, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

c. William J. Stanton

Menurut William J. Stanton, Dalam arti sempit, Produk adalah sekumpulan atribut fisik secara nyata yang berhubungan dalam bentuk yang bisa diidentifikasi. Sedangkan secara umum, produk adalah sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya tercakup warna, harga, kemasan, prestise pengecer dan pelayanan dari pabrik dan pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang dapat memuaskan keinginannya

2. Klasifikasi Produk

Menurut Kotler (2000:45), produk diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok yaitu:

a. Berdasarkan Wujud

Berdasarkan wujudnya, produk diklasifikasikan menjadi 2 yaitu: Barang dan Jasa.

- 1) Barang adalah produk yang berwujud fisik, sehingga dapat dilihat, diraba, disetuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan dan perlakukan fisik lainnya.
- 2) Jasa adalah aktivitas, manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contoh produk berupa jasa diantaranya seperti salon, hotel dan lain sebagainya.

b. Berdasarkan Daya Tahan

Berdasarkan daya tahannya, produk dikategorikan menjadi 2 yaitu:

- 1) Barang tidak tahan lama

Barang tidak tahan lama (nondurable goods) adalah barang berwujud yang biasanya habis

dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya: sabun, pasta gigi dan sebagainya.

2) **Barang tahan lama**

Barang tahan lama (durable goods) adalah barang berwujud yang biasanya dapat bertahan lama dengan banyaknya pemakaian. Contohnya: lemari es dan lain-lain.

c. **Barang Konsumen**

Barang Konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir dan bukan untuk kepentingan bisnis, terdapat empat jenis barang konsumen yaitu:

- 1) Convenience Goods yaitu barang yang umumnya memiliki frekuensi pembelian yang tinggi (sering dibeli), diperlukan dalam waktu segera dan membutuhkan usaha yang minimum dalam perbandingan dan pembeliannya.
- 2) Shopping Goods adalah barang yang proses pemilihan dan pembeliannya konsumen membandingkan harga, kualitas, dan model diantara berbagai alternatif yang ada. Contohnya: alat rumah tangga, pakaian dan lain sebagainya.
- 3) Speciality goods adalah barang yang memiliki karakteristik atau identifikasi merek yang unik dimana sekelompok konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya. Umumnya jenis barang ini terdiri atas barang-barang mewah, dengan merek dan model yang spesifik, seperti mobil jaguar dan pakaian desain terkenal.
- 4) Unsought goods adalah barang yang tidak diketahui maupun telah diketahui konsumen, konsumen belum tentu tertarik untuk membelinya. Contohnya: batu nisan, ensiklopedi, tanah pekuburan dan lain sebagainya

d. **Barang Industri**

Barang industri adalah barang yang di konsumsi oleh konsumen antara atau konsumen bisnis. Barang industri ini selain digunakan untuk di konsumsi langsung, yaitu untuk diolah menjadi barang lain atau untuk dijual kembali. Terdapat 3 kelompok barang industri, yaitu:

- 1) Material and part adalah barang yang sepenuhnya masuk dalam produk jadi. Kelompok ini dibagi menjadi bahan baku, bahan jadi dan suku cadang.
- 2) Capital Items adalah barang tahan lama yang memberi kemudahan dalam mengembangkan atau mengelola produk jadi.
- 3) Supplies and service adalah barang yang tidak tahan lama dan jasa yang memberi kemudahan dalam mengembangkan/mengelola keseluruhan produk jadi.

3. **Contoh Produk**

Beberapa contoh produk yang dihasilkan oleh berbagai macam perusahaan diantaranya seperti: Contoh pada makanan yaitu mie instan, sosis, pizza, kue, cemilan dan lain-lain. Pada bumbu dan bahan untuk memasak misalnya seperti minyak goreng, tepung terigu, kaldu ayam, mentega, margarin dan lain-lain.

Contoh pada minuman yaitu air mineral/air minum kemasan, minuman kaleng/botol, susu kemasan dan lain-lain.

Contoh pada elektronik yaitu handphone/telepon genggam, kamera, konsol game, televisi, komputer, laptop dan lain-lain.

4. Ciri-ciri Produk Yang Disukai Konsumen

a. Awet Atau Tahan Lama

Tentunya konsumen menyukai dengan produk yang tahan lama jika dipakai atau awet sehingga tidak mudah rusak, contohnya seperti telepon genggam umumnya rata-rata orang di Indonesia menyukai telepon genggam yang harganya murah tapi mempunyai daya tahan yang baik.

b. Perawatan Yang Mudah

Produk yang disukai oleh konsumen selain awet yakni mudah dirawat atau di pelihara, contohnya seperti pada pakaian, selain pakaian itu harus nyaman saat dipakai maka pakaian tersebut juga harus mudah di rawat dibersihkan atau seperti pada sepatu, banyak sekali masyarakat yang menyukai sepatu yang simpel karena selain mudah dipakai sepatu itu biasanya mudah untuk dibersihkan.

c. Murah

Sekarang ini sebagian besar konsumen menyukai produk dengan harga yang relatif murah, selain harganya yang harus terjangkau tentunya produk tersebut harus memiliki kualitas yang cukup baik.

B. PERBEDAAN ANTARA BARANG DAN JASA

1. Barang

Barang merupakan hasil atau keluaran (output)berwujud fisik (tangible)dari proses transformasi sumberdaya,sehingga bisa dilihat,diraba,disentuh,dirasa,dipegang,disimpan,dipindahkan,dan mendapatperlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya ,terdapat dua macam barang yaitu:

a. Barang tidak tahan lama (nondurable goods)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaiannya.contoh:sabun,minuman dan makanan ringan,kapur tulis,gula dan garam

b. Barang tahan lama (durable goods)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih) contoh:TV,lemari es,mobil,komputer,dll.

2. Jasa (service)

Jasa merupakan aktivitas,manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.contoh bengkel reparasi,kursus,lembaga pendidikan,jasa telekomunikasi,transportasi dan lain-lain.Sebenarnya perbedaan secara ketat antara barang dan jasa sukar dilakukan,karena pembelian barang tertentu kerap kali disertai dengan jasa-jasa khusus (misalnya instalasi atau garansi untuk reparasi)dan

pembelian suatu jasa seringkali pula meliputi barang-barang yang melengkapinya(makanan di restoran)

Jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakan dari barang yaitu:

a. Intangibility

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya bisa dikonsumsi tetapi tidak dimiliki. misalnya telepon dalam jasa telekomunikasi, pesawat dalam jasa angkutan udara, makanan dalam jasa restoran. jasa bersifat intangible, maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

b. Inseparability

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. sedangkan jasa di lain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. ada dua tipe operasi jasa yaitu production-centered service operations dan customer-centered service operations.

c. Variability

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut dihasilkan.

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. hal ini tidak jadi masalah bila permintaan tetap karena mudah untuk menyiapkan pelayan untuk permintaan tersebut sebelumnya.

RANGKUMAN

1. Menurut Phillip Kotler, Produk memiliki arti yang luas yaitu segala sesuatu yang ditawarkan, kepada pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

2. Klasifikasi Produk

Menurut Kotler (2000:45), produk diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok yaitu:

a. Berdasarkan Wujud

- 1) Barang adalah produk yang berwujud fisik, sehingga dapat dilihat, diraba, disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan dan perlakuan fisik lainnya.
- 2) Jasa adalah aktivitas, manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contoh produk berupa jasa diantaranya seperti salon, hotel dan lain sebagainya.

b. Berdasarkan Daya Tahan

Berdasarkan daya tahannya, produk dikategorikan menjadi 2 yaitu:

- 1) Barang tidak tahan lama
- 2) Barang tahan lama

c. Barang Konsumen

Barang Konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir dan bukan untuk kepentingan bisnis, terdapat empat jenis barangkonsumen yaitu:

- 1) Convenience Goods
- 2) Shopping Goods
- 3) Speciality
- 4) Unsought goods

d. Barang Industri

Barang industri adalah barang yang di konsumsi oleh konsumen antara atau konsumen bisnis.

Barang industri ini selain digunakan untuk di konsumsi langsung, yaitu untuk diolah menjadi barang lain atau untuk dijual kembali. Terdapat 3 kelompok barang industri, yaitu:

- 1) Material and part
- 2) Capital Items
- 3) Supplies and service

3. Contoh Produk

Beberapa contoh produk yang dihasilkan oleh berbagai macam perusahaan diantaranya seperti Contoh pada makanan yaitu mie instan, sosis, pizza, kue, cemilan dan lain-lain

4. Ciri-ciri Produk Yang Disukai Konsumen

a. Awet Atau Tahan Lama

- b. Perawatan Yang Mudah
 - c. Murah
5. Perbedaan produk berupa barang dan jasa bisa kita lihat dari karakteristiknya yaitu
- a. Karakteristik barang
 - Berwujud, Produksi, konsumsi umumnya tidak bersamaan, Merupakan output yang bernilai, Pada umumnya diproduksi pabrik atau rumah produksi, Dapat disimpan sebagai persediaan, Terdapat perpindahan kepemilikan, Cenderung stabil berdasarkan produsen, Setelah produk itu jadi makan terpisah dari alat produksinya
 - b. Karakteristik Jasa
 - Intangibility (tidak berwujud), Inseparability (tidak dapat dipisahkan), Variability (beragam), Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non-standardized output, Perishability (tidak tahan lama)

DAFTAR PUSTAKA

1. Tia Ulpayana, A. L. P. A. (2019). Pengembang Media Onlie Mobilne Learning dalam bentuk buku saku digital kompetensi dasar analisis hubungan pelanggan kelas X Pemasaran di SMKN Bundaran Sidoarjo.. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(3).
2. Widaningsih dan Samsul Rizal. 2019. *Komunikasi Bisnis*. Bandung: Erlangga.
3. Sumber Internet, Sabtu, 3 Sptember 2020 pukul 13:00 :
<https://perbedaanterbaru.blogspot.com/2015/07/perbedaan-barang-dan-jasa-berdasarkan.html>

