

RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)

Sekolah	: SMKN 1 Udanawu
Mata Pelajaran	: DPK 1 (Marketing)
Materi Pokok	: Strategi Merk
Komp. Keahlian	: Bisnis Daring dan Pemasaran
Kelas/Semester	: X / Genap
Tahun Pelajaran	: 2020/2021
Alokasi Waktu	: 6 × 45 Menit (3 x pertemuan)

A. Kompetensi Inti

KI 3 Memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi tentang pengetahuan faktual, konseptual, operasional dasar, dan metakognitif sesuai dengan bidang dan lingkup kerja 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.

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.

B. Kompetensi Dasar

3.9 Menerapkan strategi merek (C3-Menerapkan) LOTS

4.9 Membuat Merek (P3-Presisi)

C. Indikator Kompetensi Dasar

KI-3 :

- 3.9.1 **Mengonsepan** pengertian merk produk (C3-Menerapkan – LOTS)
- 3.9.2 **Menentukan** tujuan merek (C3-Menerapkan – LOTS)
- 3.9.3 **Menganalisis** jenis dan makna merek (C4-Menganalisis – HOTS)
- 3.9.4 **Menganalisis** syarat-syarat merek (C4-Menganalisis – HOTS)
- 3.9.5 **Merancang** strategi merek (C6-Menciptakan – HOTS)

KI-4 :

- 4.9.1 **Mendesain** merek produk (HOTS)
- 4.9.2 **Menciptakan** merek produk (HOTS)
- 4.9.3 **Membuat** strategi merek (HOTS)

D. Tujuan Pembelajaran

1. Melalui pengamatan tayangan video yang di unggah di LMS tentang merek suatu produk, peserta didik dapat mengonsepan pengertian merek produk yang terdiri pengertian *Brand name*, *Brand Mark*, *Trade mark* dan *Copyright* dengan benar dan kritis.
2. Melalui diskusi dan tanya jawab serta tayangan video tentang merk suatu produk peserta didik dapat menentukan tujuan merek dengan benar dan cermat.
3. Melalui diskusi dan tanya jawab serta tayangan video tentang merk suatu produk peserta didik dapat menganalisis jenis dan makna merek dengan benar dan cermat
4. Melalui diskusi dan tanya jawab serta tayangan video tentang merk suatu produk peserta didik dapat menganalisis syarat-syarat merek dengan benar dan cermat
5. Melalui diskusi dan tanya jawab serta tayangan video tentang merk suatu produk peserta didik dapat merancang strategi merek dengan benar dan cermat
6. Melalui diskusi dan kerja kelompok peserta didik dapat mendesain merek produk sesuai dengan konsep merek produk dan syarat-syarat membuat merek dengan kreatif
7. Melalui diskusi dan kerja kelompok peserta didik dapat menciptakan merek produk sesuai dengan konsep merek produk dan syarat-syarat membuat merek dengan kreatif
8. Melalui diskusi dan kerja kelompok peserta didik dapat membuat strategi merek produk dengan kreatif

E. Materi Pembelajaran

MATERI REGULER	MATERI REMDIAL	MATERI PENGAYAAN
1. Pengertian merk berdasarkan <i>Brand name</i> , <i>Brand Mark</i> , <i>Trade mark</i> dan <i>Copyright</i> 2. Tujuan pemberian merk 3. Jenis-jenis dan makna merk 4. Syarat-syarat merk 5. Macam-macam strategi merk	1. Pengertian merk berdasarkan <i>Brand name</i> , <i>Brand Mark</i> , <i>Trade mark</i> dan <i>Copyright</i> 2. Tujuan pemberian merk 3. Jenis-jenis dan makna merk 4. Syarat-syarat merk 5. Macam-macam strategi merk	Membangun merek yang kuat dengan Brand Equaity



F. Model dan Metode


1. Pendekatan : Saintifik-STEAM
2. Model Pembelajaran : *Blended Learning (Flipped Classroom)*
3. Metode Pembelajaran : Paparan, Diskusi, Tanya jawab, Presentasi

G. Kegiatan Pembelajaran

Tahap Pembelajaran	Kegiatan Pembelajaran			
	Tatap muka		Online	
	Kegiatan	Alokasi waktu	Kegiatan	Alokasi waktu
Kegiatan Pendahuluan	PERTEMUAN 1			
<u>Fase 1:</u> <u>Stimulation</u> <u>(Pemberian</u> <u>Rangsangan</u>			<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guru dan siswa melakukan doa di tempat masing-masing sebelum pembelajaran online dimulai. (PPK : Religius) ➤ Peserta didik mengisi daftar hadir secara mandiri yang telah disiapkan di LMS Moodle. (PPK : Disiplin) ➤ Apersepsi: Pengetahuan awal tentang merk. Peserta didik menyimak 	Sebelum pembelajaran tatap muka

Tahap Pembelajaran	Kegiatan Pembelajaran			
	Tatap muka		Online	
	Kegiatan	Alokasi waktu	Kegiatan	Alokasi waktu
			<p>tayangan video materi pembelajaran tentang merek yang diunggah oleh guru di LMS Moodle (ICT) (Literasi Membaca & Digital)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Menginformasikan tujuan pembelajaran. ➤ Peserta didik mengamati sajian masalah dari guru mengenai merek suatu produk yang ada di Indonesia pada video yang diunggah di LMS Moodle. (4C-Critical Thinking) (ICT) ➤ Peserta didik diberikan pertanyaan terkait sajian masalah tentang merek suatu produk sebagai berikut: <ul style="list-style-type: none"> a. Bagaimana konsep merek pada produk? b. Apa saja tujuan pemberian merek dari produk? c. Bagaimanakah syarat merek yang benar? d. Apa saja strategi merek yang digunakan oleh perusahaan? ➤ Peserta didik membaca petunjuk guru tentang tujuan pembelajaran yang akan dicapai dan kegiatan pembelajaran di LMS Moodle. (Literasi) ➤ Guru mengunggah materi tentang strategi merek di LMS Moodle ➤ Guru menyiapkan peserta didik untuk membentuk kelompok secara heterogen 	

Tahap Pembelajaran	Kegiatan Pembelajaran			
	Tatap muka		Online	
	Kegiatan	Alokasi waktu	Kegiatan	Alokasi waktu
Kegiatan Inti				
<u>Fase 2 : Statement (Orientasi Peserta Didik kepada Permasalahan)</u>			<ul style="list-style-type: none"> ➤ Peserta didik diminta berdiskusi di Forum LMS tentang merek yang sesuai dengan sajian masalah dari guru. (PPK: Gotong Royong, 4C- Collaboration, bekerja sama dalam melakukan penelitian dan diskusi pemecahan masalah 4C- Critical Thingking) ➤ Peserta didik ditunjukkan terkait media gambar berupa merek suatu produk mie instan Indofood, produk lifeboy, produk shampoo pantene untuk bahan menganalisis konsep merek, tujuan merek, syarat-syarat merek dan strategi merek (ICT) ➤ Peserta didik mengamati gambar masalah konstektual yang diberikan oleh guru tentang konsep merek, tujuan merek, syarat-syarat merek dan strategi merek (ICT) 	
			 	

Tahap Pembelajaran	Kegiatan Pembelajaran			
	Tatap muka		Online	
	Kegiatan	Alokasi waktu	Kegiatan	Alokasi waktu
<u>Fase 3: Data Collection (Pengumpulan Data)</u>	<p>(Mengorganisaikan peserta didik)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Peserta didik berkelompok sesuai dengan mejanya. (1 kelompok 4 siswa berhadapan) (PPK : Kerja sama) ➤ Peserta didik membaca dan mempelajari materi tentang merek produk melalui materi yang sudah diunggah di LMS. (Literasi) ➤ Peserta didik diharapkan menanya contoh pertanyaan “Apa saja konsep dari merek berdasarkan <i>Brand name, Brand Mark, Trade mark</i> dan <i>Copyright</i>? “Apa tujuan pemberian merek?” “Apa syarat-syarat merek yang benar?” “Apa saja strategi merek yang digunakan oleh perusahaan?” 	15 menit		
<u>Fase 4: Data Processing (Pengolahan Data)</u>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guru Membantu peserta didik mendefinisikan dan mengorganisasikan tugas belajar yang terdapat pada lembar kerja 1 ➤ Setiap kelompok menuliskan pendapat/gagasan pada 	15 menit		

Tahap Pembelajaran	Kegiatan Pembelajaran			
	Tatap muka		Online	
	Kegiatan	Alokasi waktu	Kegiatan	Alokasi waktu
<u>Fase 5: Verification (Pembuktian)</u>	<p>diskusi di LMS dengan bahan diskusi: tentang menganalisis konsep merek, tujuan merek, syarat-syarat merek dan strategi merek tersebut melalui lembar kerja 1 (PPK : Kerja sama) (4C- Critical Thingking)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Peserta didik menganalisis kembali konsep merek, tujuan merek, syarat-syarat merek dan strategi merek dari hasil diskusi kelompok ➤ Peserta didik mengkonsultasikan hasil diskusi kelompok dengan guru ➤ Guru memberikan bantuan berupa penggalan informasi yang diperlukan atau yang terdapat dalam masalah tersebut ➤ Peserta memperbaiki hasil jawaban yang masing kurang tepat ➤ Peserta didik menyajikan teks tentang analisis konsep merek, tujuan merek, syarat-syarat merek dan strategi merek ➤ Peserta didik mempresentasikan hasil diskusi kelompok dan penyamaan persepsi tentang konsep dan strategi merek (4C- Communication) 	10 Menit		

Tahap Pembelajaran	Kegiatan Pembelajaran			
	Tatap muka		Online	
	Kegiatan	Alokasi waktu	Kegiatan	Alokasi waktu
<u>Fase 6:</u> <u>Generalization</u> <u>(Menarik</u> <u>Kesimpulan)</u>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Peserta didik menarik kesimpulan atas jawaban dari masing-masing kelompok tentang konsep merek, tujuan merek, syarat-syarat merek dan strategi merek (4C-Communication) ➤ Guru memberikan apresiasi terhadap hasil presentasi peserta didik ➤ Guru memberikan feedback untuk menyamakan persepsi dari hasil diskusi tentang konsep merek, tujuan merek, syarat-syarat merek dan strategi merek pada perusahaan (4C-Collaboration) 	40 menit		
Kegiatan penutup	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guru bersama peserta didik membuat penjelasan singkat tentang refleksi mengenai analisis konsep merek dan strategi merek (4C-Collaboration) ➤ Guru memberikan informasi mengenai kegiatan pembelajaran di pertemuan selanjutnya yaitu merancang dan membuat desain merek produk yang sudah dibuat pada pertemuan sebelumnya yang akan diinformasikan melalui LMS (ICT) ➤ Guru menghimbau peserta didik agar menjaga kebersihan 	10 menit		

Tahap Pembelajaran	Kegiatan Pembelajaran			
	Tatap muka		Online	
	Kegiatan	Alokasi waktu	Kegiatan	Alokasi waktu
	seusai pelajaran (PPK: Peduli Lingkungan) ➤ Berdoa dan Salam.			
Kegiatan Pendahuluan	PERTEMUAN 2			
<u>Fase 1: Stimulation (Pemberian Rangsangan)</u>			<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guru dan siswa melakukan doa di tempat masing-masing sebelum pembelajaran online dimulai. (PPK : Religius) ➤ Peserta didik mengisi daftar hadir secara mandiri yang telah disiapkan di LMS Moodle. (PPK : Disiplin) ➤ Apersepsi : Mereview pembelajaran pertemuan kemarin dengan memberikan pertanyaan pengantar di LMS(ICT) ➤ Peserta didik menyimak sajian materi di LMS mengenai cara mendesain merek di adobe spark post dan aplikasi edit foto lainnya (ICT) 	Sebelum pembelajaran tatap muka
<u>Fase 2 : Statement (Orientasi Peserta Didik kepada Permasalahan)</u>			<ul style="list-style-type: none"> ➤ Peserta didik secara berkelompok berdiskusi di Forum LMS mengenai syarat-syarat pembuatan merek produk yang benar ➤ Peserta didik secara berkelompok merancang desain merek produk yang telah dibuat sesuai dengan syarat-syarat merek yang benar. 	

Tahap Pembelajaran	Kegiatan Pembelajaran			
	Tatap muka		Online	
	Kegiatan	Alokasi waktu	Kegiatan	Alokasi waktu
Kegiatan Inti				
<u>Fase 3: Data Collection (Pengumpulan Data)</u>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Peserta didik secara berkelompok menentukan desain merek produk yang telah dibuat sesuai dengan syarat-syarat merek yang benar ➤ Peserta didik secara berkelompok berdiskusi mengenai syarat-syarat pembuatan merek produk yang benar dan sesuai dengan produk yang telah dibuat sebelumnya 	10 menit		
<u>Fase 4: Data Processing (Pengolahan Data)</u>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guru mengorganisasikan siswa untuk merancang desain merek sesuai dengan diskusi kelompok ➤ Peserta didik merancang desain pembuatan merk terhadap produk yang sudah dibuat berdasarkan komponen dan syarat-syarat merk dengan benar. (4C-Creativity) 	10 Menit		
<u>Fase 5: Verification (Pembuktian)</u>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guru membantu peserta didik dalam proses merencanakan pembuatan merek dan menyiapkan bahan dan alat yang digunakan untuk pembuatan merek produk yang 	50 Menit		

Tahap Pembelajaran	Kegiatan Pembelajaran			
	Tatap muka		Online	
	Kegiatan	Alokasi waktu	Kegiatan	Alokasi waktu
<p><u>Fase 6:</u> <u>Generalization</u> <u>(Menarik</u> <u>Kesimpulan)</u></p>	<p>telah dibuat pada pertemuan sebelumnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Peserta didik menyetujui model rancangan merk yang akan didesain berdasarkan produk yang telah dibuat pada lembar kerja 2 (PPK : Kerja sama) ➤ Peserta didik dengan didampingi guru membuat desain merk yang sudah dirancang pada aplikasi seperti adobe spark post atau aplikasi edit foto lain pada handphone mereka. (C4 : Collaboration dan Creativity) (PPK : Kerja sama) (TPACK) ➤ guru memonitor aktivitas peserta didik dalam menyelesaikan pembuatan merk dengan menggunakan rubik yang telah dibuat. ➤ Peserta didik secara berkelompok menyajikan hasil karya membuat merk berdasarkan produk yang telah dibuat. ➤ Peserta didik mempresentasikan desain merk yang telah dibuat dan menerima feedback dari teman dan guru 	10 Menit		

Tahap Pembelajaran	Kegiatan Pembelajaran			
	Tatap muka		Online	
	Kegiatan	Alokasi waktu	Kegiatan	Alokasi waktu
	<p>dan mengevaluasi hasil desain merek</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Peserta didik menarik kesimpulan dari hasil desain merek ➤ Guru memberikan apresiasi terhadap hasil presentasi peserta didik ➤ Guru memberikan feedback untuk menyamakan persepsi dari hasil diskusi tentang pembuatan desain merk 			
Kegiatan Penutup				
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guru memberikan penjelasan singkat dan bersama peserta didik menyimpulkan materi pelajaran. ➤ Guru menyampaikan kegiatan pada pertemuan selanjutnya yaitu mengerjakan Latihan soal tentang strategi merek di LMS ➤ Guru menghimbau peserta didik agar menjaga kebersihan sesuai pelajaran ➤ Berdoa dan Salam. 	10 Menit		
Kegiatan pendahuluan	PERTEMUAN 3			
			<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guru dan siswa melakukan doa di tempat masing-masing sebelum pembelajaran online dimulai. (PPK : Religius) ➤ Peserta didik mengisi daftar hadir secara mandiri yang telah disiapkan di LMS Moodle. (PPK : Disiplin) 	Sebelum pembelajaran tatap muka

Tahap Pembelajaran	Kegiatan Pembelajaran			
	Tatap muka		Online	
	Kegiatan	Alokasi waktu	Kegiatan	Alokasi waktu
			➤ Siswa mengerjakan Latihan soal di LMS Moodle	
Kegiatan Inti	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guru bersama peserta didik membahas Latihan soal yang ada di LMS ➤ Peserta didik melakukan refleksi tentang hasil dari Latihan soal strategi merek ➤ Peserta didik belajar untuk persiapan UH pada hari ini ➤ Peserta didik mengerjakan soal UH di LMS ➤ Guru menyampaikan hasil UH ➤ Peserta didik yang mendapat nilai di bawah KKM mendapat materi remedial ➤ Peserta didik yang mendapat nilai di atas KKM mendapat materi pengayaan 	80 menit		
Kegiatan penutup	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guru memberikan penjelasan singkat dan bersama peserta didik menyimpulkan materi pelajaran. ➤ Guru menyampaikan kegiatan pada pertemuan selanjutnya yaitu mempelajari materi strategi promosi ➤ Guru menghimbau peserta didik agar menjaga kebersihan seusai pelajaran ➤ Berdoa dan Salam. 	10 menit		

H. Media, Alat/bahan, dan Sumber Belajar

1. Media

- e. Media Internet
- f. Video : https://www.youtube.com/watch?v=_aueegozkuE
- g. Gambar
- h. LMS Moodle

2. Alat/bahan

- a. Laptop dan LCD
- b. Handphone
- c. Lembar tugas kelompok 1 dan 2

3. Sumber Belajar

Ngadiman.2008.*Marketing*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah
Kejuruan

I. Penilaian Pembelajaran, Remedial dan Pengayaan

1) Penentuan Teknik dan Bentuk Penilaian

Mata Pelajaran : Marketing

Kelas / Semester : X / Genap

No.	Ranah Kompetensi	Teknik Penilaian	Bentuk Penilaian	Waktu pelaksanaan
1.	Pengetahuan			
	KD 3.9 Menerapkan strategi merek	Tes Tertulis	Uraian	Sesudah pembelajaran
2.	Keterampilan Konkret			
	KD 4. 9 Membuat Merek	Praktek Penilaian antar teman	Produk dan Portofolio Portofolio	Saat pembelajaran berlangsung Saat pembelajaran berlangsung

1. Instrumen Penilaian


a. Penilaian Pengetahuan

Tabel 1. Kisi-Kisi, Soal Pengetahuan, Kunci Jawaban, dan Cara Pengolahan Nilai

Mata Pelajaran: Marketing

Kompetensi Dasar	Indikator (IPK)	Materi	Indikator Soal	Bentuk Tes	Butir Soal
3.9 Menerapkan strategi merek	<ol style="list-style-type: none"> Mengonsepan pengertian merk produk Menentukan tujuan merek Menganalisis jenis dan makna merek Menganalisis syarat-syarat merek Merancang strategi merek 	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian merk berdasarkan <i>Brand name</i>, <i>Brand Mark</i>, <i>Trade mark</i> dan <i>Copyright</i> Tujuan pemberian merk Jenis-jenis dan makna merk Syarat-syarat merk Macam-macam strategi merk 	<ol style="list-style-type: none"> Peserta didik dapat menjelaskan bagaimana cara perusahaan mengendalikan pasar melalui merk. Peserta didik dapat menjelaskan agar merk dapat disukai dan diingat oleh konsumen? Peserta didik dapat menjelaskan strategi merk memerlukan <i>brand communication</i>. 	Tes tulis-Essay	<ol style="list-style-type: none"> Salah satu tujuan pemberian merk adalah untuk mengendalikan pasar. Jelaskan, bagaimana cara perusahaan mengendalikan pasar melalui merk? Bagaimana cara agar merk dapat disukai dan diingat oleh konsumen? Mengapa dalam strategi merk memerlukan <i>brand communication</i>? Analisislah konsep dan strategi merk pada produk lifeboy!



			<p>4. Peserta didik dapat menganalisis konsep dan strategi merek pada produk lifeboy</p> <p>5. Peserta didik dapat menjelaskan pengertian merk dan tujuan merk pada produk.</p>	<p>5. Analisislah jenis dan makna merek di bawah ini!</p> 
--	--	--	---	---

Kunci Jawaban Soal

1. Tujuan merk sebagai pengendali pasar adalah Ketika merk yang kita buat disukai dan diingat oleh konsumen dan memiliki citra yang baik di benak konsumen maka akan terjadi pembelian yang berulang. Jika merk sudah terkenal di kalangan konsumen dan permintaan akan produk tersebut banyak sehingga merk tersebut di pasar menjadi kuat dan dapat mengendalikan pasar terhadap kompetitornya, dimana merk tersebut disukai oleh banyak konsumen.
2. Agar merk dapat disukai dan diingat konsumen terlebih dahulu harus memperhatikan syarat-syarat merk yang baik
 - b. Untuk promosi : suatu merk tidak hanya berfungsi untuk membedakan barang yang dihasilkan suatu perusahaan dengan hasil perusahaan lain
 - c. Mudah di ingat, baik kata-katanya maupun gambarnya, oleh karena itu kata-katanya jangan terlalu panjang dan gambarnya jangan terlalu rumit sebaiknya gambar yang sederhana.
 - d. Menimbulkan kesan positif, merk produk hendaknya menimbulkan kesan barang memiliki kualitas tinggi atau memberikan kesan bahwa perusahaan tersebut bonafide.
3. Untuk mengomunikasikan merk kepada konsumen, perusahaan menggunakan komunikasi internal dan eksternal yaitu dengan *sales promotion*, *public relations*, *direct marketing*, kegiatan itu disebut *brand communication*.
4. Analisis konsep merk pada produk lifeboy
 - a) Brand name : Lifeboy
 - b) Brand mark : Tanda plus berwarna putih dengan *background* merah yang artinya tanda perlindungan dari kuman dan bakteri

Strategi yang dipilih oleh produk lifeboy adalah *brand extension* dimana perusahaan melakukan strategi perluasan merk dengan menguasai pasar seperti memakai merk yang sudah terkenal yaitu lifeboy yang awalnya produk sabun untuk meluncurkan produk baru, misal shampoo, dan sabun cuci tangan dengan merk yang sama guna menjangkau pasar yang lebih luas.

- a. Merk Mercedes-Benz merupakan produk mobil mewah dimana jenis mereknya adalah merek dagang karena berupa barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang yang berbadan hukum untuk membedakan dengan barang lainnya. Sedangkan makna merk tersebut memberikan nilai bagi produsennya karena merk Mercedes-Benz merupakan mobil mewah berarti mempunyai kinerja yang tinggi, keamanan, prestise. Serta memiliki makna kepribadian yang memakai yang dapat meningkatkan rasa kepercayaan diri seseorang.

Penskoran Jawaban dan Pengolahan Nilai

Nilai 4 : jika Jawaban sesuai kunci jawaban dan ada pengembangan

Nilai 3 : jika jawaban sesuai kunci jawaban

Nilai 2 : jika jawaban kurang sesuai dengan kunci jawaban

Nilai 1 : jika jawaban tidak sesuai dengan kunci jawaban

Contoh Pengolahan Nilai

IPK	NO. SOAL	SKOR PENILAIAN	NILAI
2	1	3	<p>Nilai perolehan KD Pengetahuan : rerata dari IPK $(18/20) \times 100 = 90$</p>
4	2	3	
5	3	4	
1	4	4	
3	5	4	
JUMLAH		18	

b. Penilaian Keterampilan Konkret

1) Penilaian Keterampilan Produk

Kompetensi Dasar	Materi Bahasan	Indikator	Teknik	Penilaian
4.9 Membuat Merek	Membuat merk Membuat strategi merek	1. Mendesain merk produk 2. Menciptakan merk produk 3. Membuat strategi merek	Praktek	Saat pembelajaran berlangsung

2) Rubrik Penilaian Keterampilan Produk

Aspek Penilaian	Skor			
	1	2	3	4
Kreativitas	Kreativitas merk yang didesain tidak menarik dilihat dari estetika penampilan	Kreativitas merk yang didesain cukup menarik dilihat dari estetika penampilan	Kreativitas merk yang didesain menarik dilihat dari estetika penampilan	Kreativitas merk yang didesain sangat menarik dilihat dari estetika penampilan
Desain brand name	Desain brand name tidak sesuai dengan jenis produk	Desain brand name cukup sesuai dengan jenis produk	Desain brand name sesuai dengan jenis produk	Desain brand name sangat sesuai dengan jenis produk
Desain brand mark	Desain brand mark tidak sesuai dengan jenis produk	Desain brand mark cukup sesuai dengan jenis produk	Desain brand mark sesuai dengan jenis produk	Desain brand mark sangat sesuai dengan jenis produk

Aspek Penilaian	Skor			
	1	2	3	4
Desain Trade mark	Desain trade mark tidak sesuai dengan jenis produk	Desain trade mark cukup sesuai dengan jenis produk	Desain trade mark sesuai dengan jenis produk	Desain trade mark sangat sesuai dengan jenis produk
Penentuan warna merk	Penentuan warna desain merk tidak sesuai dengan jenis produk	Penentuan warna desain merk cukup sesuai dengan jenis produk	Penentuan warna desain merk sesuai dengan jenis produk	Penentuan warna desain merk sangatsesuai dengan jenis produk

3) Lembar Penilaian Produk

Aspek Penilaian	Nilai				Skor
	1	2	3	4	
Kreativitas			√		3
Desain brand name				√	4
Desain brand mark		√			2
Desain Trade mark			√		3
Penentuan warna merk				√	4
Jumlah					$(16/20)*100 = 80$

Kriteria Penskoran : Predikat

1. 90 – 100 = sangat baik
2. 80 – 89 = baik

3. 70 – 79 = cukup baik

4. 60 – 69 = kurang baik

4) Penilaian Keterampilan Portofolio

No.	Kompetensi Dasar	Nama Kelompok	Kriteria																Skor Penilaian
			Komunikasi dalam menyajikan hasil				Kerapihan dalam menyajikan presentasi				Kebenaran Hasil				Ketepatan Waktu				
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	4.9 Membuat Merek			√			√						√			√		(13/16)*100 = 81, 25	

Kriteria Penskoran : Predikat

1. 90 – 100 = sangat baik

2. 80 – 89 = baik

3. 70 – 79 = cukup baik

4. 60 – 69 = kurang baik

5) Rubrik penilaian portofolio

Aspek Penilaian	Skor			
	1	2	3	4
Komunikasi dalam menyajikan hasil	Membaca slide powerpoint sepanjang presentasi tanpa melihat audiens	Membaca slide powerpoint sepanjang presentasi dan sesekali melihat audiens	Pandangan lebih banyak menatap audiens saat menjelaskan dan sesekali melihat slide powerpoint tanpa adanya gesture tubuh	Pandangan lebih banyak menatap audiens saat menjelaskan dan sesekali melihat slide serta menggunakan gestur tubuh yang membuat audiens memperhatikan
Kerapihan dalam penyajian presentasi	Penyajian hasil karya dalam powerpoint kurang menarik dalam hal pemilihan background dan warna tulisan serta pendukung gambar produk	Penyajian hasil karya dalam powerpoint cukup menarik dalam hal pemilihan background dan warna tulisan serta pendukung gambar produk	Penyajian hasil karya dalam powerpoint menarik dalam hal pemilihan background dan warna tulisan serta pendukung gambar produk	Penyajian hasil karya dalam powerpoint sangat menarik dalam hal pemilihan background dan warna tulisan serta pendukung gambar produk
Kebenaran hasil	Hasil analisis & pembuatan merk, strategi merek produk tidak sesuai dengan teori	Hasil analisis & pembuatan merk, strategi merek produk cukup sesuai dengan teori	Hasil analisis & pembuatan merk, strategi merek produk sesuai dengan teori	Hasil analisis & pembuatan merk, strategi merek produk sangat sesuai dengan teori

Aspek Penilaian	Skor			
	1	2	3	4
Ketepatan waktu pengerjaan pembuatan merk	Dalam pengerjaan analisis & pembuatan merk, strategi merek produk kurang tepat waktu	Dalam pengerjaan analisis & pembuatan merk, strategi merek produk cukup tepat waktu	Dalam pengerjaan analisis & pembuatan merk, strategi merek produk tepat waktu	Dalam pengerjaan analisis & pembuatan merk, strategi merek produk sangat tepat waktu dari yang ditentukan

6) Penilaian antar teman

No.	Nilai Karakter	Kriteria	Skor
1.	Kreatif	<ul style="list-style-type: none"> - Kreatif - Menunjukkan usaha kreatif - Dibimbing untuk kreatif - Tidak ada kemauan untuk kreatif 	A B C D
2.	Tanggung Jawab	<ul style="list-style-type: none"> - Bertanggung jawab - Menunjukkan usaha bertanggung jawab - Dibimbing untuk bertanggung jawab - Tidak ada kemauan untuk bertanggung jawab 	A B C D
3.	Kerja keras	<ul style="list-style-type: none"> - Bekerja keras - Menunjukkan usaha kerja keras - Dibimbing untuk bekerja keras - Tidak ada kemauan untuk bekerja keras 	A B C D
4.	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> - Mandiri - Menunjukkan usaha kurang mandiri - Dibimbing untuk mandiri - Tidak ada kemauan untuk mandiri 	A B C D

c. Penilaian Sikap

1. Penilaian Observasi

Nama :

Kelas :

No.	Aspek Penilaian	Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Kerajinan					
2.	Ketekunaan					
3.	Tanggung jawab					
4.	Kedisiplinan					
5.	Kerja sama					
6.	Tenggang rasa					
7.	Kejujuran					

Keterangan : Skala penilaian sikap dibuat dengan rentang skor 1 sampai 5

1 = sangat kurang; 2 = kurang; 3 = cukup; 4 = baik dan 5 = amat

2) Pembelajaran Remedial dan Pengayaan

- a. Remedial : dilakukan pada peserta didik yang belum tuntas/ belum mencapai KKM pd K3 dan K4, jika :
 1. $> 15\%$ peserta didik belum tuntas , dilakukan pembelajaran secara klasikal dari materi yang belum dikuasai siswa → melakukan tes
 2. $\leq 15\%$ belum tuntas, diberi tugas membaca materi yang belum dikuasai peserta didik, memberi soal soal latihan → melakukan tes
- b. Pengayaan : Dilakukan pada siswa yang sudah mencapai KKM pada K3 dan K4. Memberi tugas membangun merek yang kuat dengan Brand Equaity

Blitar, Juli 2020

Mengetahui,

Kepala SMK Negeri 1 Udanawu

Guru Matapelajaran

Drs. SUPRIYONO

NIP. 196910221994121002

VENNY RIDAWATI, S.Pd

NIP.....