SMK BISNIS DAN MANAJEMEN

LKPD

TEMA: BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)

Oleh Kelompok 10 :

Yulia Rahmawati 043
Dea Ragil Merlina 063
Riska Fadhilah 050



LIVEWORKSHEETS

Lembar Pengesahan

Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) Mata Pelajaran Marketing Kelas 11 ini disusun oleh Kelompok 10 dan akan dipergunakan untuk kegiatan pembelajaran Mata Pelajaran Marketing Kelas 11 Semester 1 SMK Jurusan Bisnis dan Manajemen.

Mengetahui,
Dosen pengampu Mata Kuliah Pengembangan Bahan Ajar

Novi Marlena

LIVEWORKSHEETS

Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan karunia-Nya sehingga kami bisa menyelesaikan penyusunan Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) dengan tema “Bauran Pemasaran (Marketing Mix)” Mata Pelajaran Marketing untuk peserta didik Kelas 11 Semester 1.

LKPD bertema “Bauran Pemasaran (Marketing Mix)” ini didasarkan pada kurikulum merdeka. Penerapan LKPD ini dengan pendekatan Project Based Learning (PBL). Melalui LKPD ini diharapkan peserta didik lebih mampu mengembangkan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. LKPD ini disusun untuk menuntun peserta didik dalam melakukan pengamatan yang didasarkan pada permasalahan yang ada di lingkungan sekitar, sehingga peserta didik akan mendapatkan gejala dan fakta yang diamati.

Dalam penyusunan LKPD ini kami menyadari masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu kami akan terbuka menerima kritik dan saran untuk perbaikan kualitas LKPD ini. Kami harap LKPD ini akan bermanfaat bagi semua pihak, terutama membantu peserta didik dalam mempelajari materi Bauran Pemasaran (Marketing Mix).

Selasa, 25 Maret 2024

LIVEWORKSHEETS

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN..... 1
KATA PENGANTAR..... 2
DAFTAR ISI..... 3
A. PENDAHULUAN..... 4
1. Deskripsi Singkat..... 4
2. Relevansi..... 4
3. Petunjuk Belajar..... 4
B. Inti..... 5
1. Capaian Pembelajaran..... 5
2. Sub Capaian Pembelajaran..... 5
3. Materi..... 6
4. Keamanan dan Keselamatan Kerja 7
5. Kegiatan Belajar..... 8
a. Problem/case/project apa yang akan dibuat..... 8
b. Lembar pengerjaan 9
Daftar Pustaka..... 12

LIVEWORKSHEETS

PENDAHULUAN

Deskripsi Singkat

Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) bertema “Bauran Pemasaran (Marketing Mix)” berisi lembar pengerjaan tugas peserta didik pada mata pelajaran Marketing Kelas 11 yang dilengkapi dengan tujuan pembelajaran, materi, keselamatan kerja, dan kegiatan belajar. LKPD ini memuat capaian pembelajaran yaitu peserta didik mampu memahami konsep tentang strategi Bauran Pemasaran (marketing mix) dan mampu melakukan bauran pemasaran.

Relevansi

Penugasan pada LKPD ini disusun sesuai dengan pencapaian Kompetensi Dasar dan Tujuan Pembelajaran. Peserta didik bisa mengerjakan penugasan pada LKPD ini setelah belajar secara mandiri dari materi yang ada pada Modul Bauran Pemasaran Kelas 11 Diharapkan dengan mengerjakan penugasan pada LKPD ini, peserta didik mampu 1) Peserta didik mampu menjelaskan pengertian Bauran Pemasaran; 2) Peserta didik mampu menguraikan unsur-unsur bauran pemasaran; 3) Peserta didik mampu menganalisis penerapan bauran pemasaran; 4) Peserta didik mampu menerapkan bauran pemasaran. Sehingga kedepannya peserta didik mampu 1) Menjelaskan pengertian Bauran Pemasaran dengan cermat, tanggung jawab dan penuh rasa ingin tahu. 2) menguraikan unsur-unsur bauran pemasaran dengan cermat, tanggung jawab dan penuh rasa ingin tahu. 3) menganalisis penerapan bauran pemasaran dengan cermat, tanggung jawab, dan penuh rasa ingin tahu. 4) Peserta didik mampu menerapkan bauran pemasaran dengan kreatif, tanggung jawab dan pantang menyerah.

Petunjuk Belajar

1. Berdoalah terlebih dahulu sebelum memulai mengerjakan penugasan LKPD ini.
2. Baca dan pahami materi sebelum memulai mengerjakan soal
3. Tulislah nama kelompok, kelas, dan nama anggota kelompok
4. Diskusikanlah setiap pertanyaan yang ada pada LKPD secara kelompok dengan komunikatif
5. Presentasikanlah di depan kelas dengan baik dan berikan tanggapan atas presentasi kelompok lain.
6. Kumpulkanlah hasil kerja kelompok kalian kepada guru pengajar.

LIVEWORKSHEETS

INTI

Capaian Pembelajaran

Peserta didik mampu memahami konsep tentang strategi bauran pemasaran (marketing mix) dan mampu melakukan bauran pemasaran.

Sub Capaian Pembelajaran

1. Peserta didik mampu menjelaskan pengertian Bauran Pemasaran
2. Peserta didik mampu menguraikan unsur-unsur bauran pemasaran
3. Peserta didik mampu menganalisis penerapan bauran pemasaran
4. Peserta didik mampu menerapkan bauran pemasaran

LIVEWORKSHEETS

Materi

BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)

> Pengertian Bauran Pemasaran
Menurut Kotler dan Amstrong (2021:75) Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaan di pasar sasaran.
Bauran pemasaran merupakan kombinasi dari faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dan dapat membentuk suatu sistem pasar dalam mencapai tujuan perusahaan.

> Unsur-Unsur Bauran Pemasaran
terdapat 4 elemen pemasaran produk barang seperti Produk (Product), Tempat (Place), Harga (Price), dan Promosi (Promotion) yang biasanya dikenal dengan 4P, sedangkan khusus untuk layanan atau jasa biasanya ditambahkan 3 elemen lainnya yaitu Bukti Fisik (Physical Evidence), Orang (People), dan Proses (Process) yang biasanya disingkat dengan 7P Marketing.

1. *Product* (Produk)
Produk adalah suatu barang atau jasa yang dibeli konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebelum membeli produk konsumen banyak mempertimbangkan seperti merek, kualitas, desain, kemasan dan juga pelayanan. setelah itu konsumen baru menentukan keputusan pembelian.
2. P*rice* (Harga)
Harga merupakan suatu nilai yang melekat pada produk yang dijadikan nilai tukar antara penjual dan pembeli. penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan.
3. *Place* (Tempat)
Tempat atau lokasi menjadi salah satu faktor keberhasilan sebuah usaha. Dalam bisnis *offline* lokasi yang tsrategis dan mudah dijangkau masih menjadi pilihan untuk mendirikan suatu usaha. Bagi bisnis online lebih memilih *marketplace* yang banyak dikunjungi oleh konsumen dan memiliki rating yang baik dimata konsumen.
4. *Promotion* (Promosi)
Promosi merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan tentang produk yang ditawarkan. dalam promosi produk akan dikenalkan ke konsumen dan konsumen mempunyai rasa ingin tahu akan produk yang dijual serta akhirnya konsumen melakukan keputusan pembelian.
5. P*hysical Evidence* (Bukti Fisik)
Bukti fisik yang dapat membantu konsumen memahami produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan yang meliputi fasilitas fisik, merek, desain kemasan, dan lain-lain.
6. *People* (Orang)
Karyawan atau petugas yang memberikan pelayanan, termasuk orang-orang yang berinteraksi langsung dengan pelanggan.
7. *Process* (Proses)
Metode, prosedur, ataupun urutan kegiatan dalam rangka menyampaikan layanan atau jasa kepada pelanggannya. Proses yang baik dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan, serta meningkatkan kepuasan konsumen.

LIVEWORKSHEETS

Keamanan dan Keselamatan Kerja

- Gunakan peralatan presentasi dengan hati-hati, pastikan semua kabel terpasang dengan baik dan tidak mengganggu jalan
- Saat mencari informasi tentang perusahaan McDonald's, pastikan untuk menggunakan sumber yang terpercaya dan aman.
- Jika menggunakan foto gambar, pastikan untuk mematuhi hak cipta dan tidak menggunakan gambar yang melanggar hak keamanan perusahaan.
- Selama presentasi, pastikan untuk menggunakan bahasa yang jelas dan tidak memicu konflik di antara kelompok yang berbeda.

LIVEWORKSHEETS

Kegiatan Belajar

Problem/ Case/ Projek

- Buatlah 6 kelompok dengan masing masing kelompok terdiri dari 4-5 orang peserta didik.
- Berdasarkan hasil pengamatan dari video tentang bauran pemasaran PT. Rekso Nasional Food dengan brand nya McDonald's Indonesia



McDonald's Berhasil Menerapkan Marketing Mix 7P - Market Think 69

sumber : https://youtu.be/WZQJ8iUjBc4?si=I30A5UrfhGzG_jxk

1. Diskusikanlah bersama anggota kelompok tentang strategi bauran pemasaran pada PT. Rekso Nasional Food dengan brand nya McDonald's Indonesia
   - Kelompok 1 : strategi Product (Produk)
   - Kelompok 2 : strategi *Price* (Harga)
   - Kelompok 3 : strategi *Place* (Tempat)
   - Kelompok 4 : strategi *Promotion* (Promosi)
   - Kelompok 5 : strategi *Physical Evidence* (Bukti Fisik)
   - Kelompok 6 : strategi *People* (Orang)
   - Kelompok 7 : strategi *Process* (Proses)
2. Tuliskan
   - Data Perusahaan McDonald's
   - Unsur bauran pemasaran perusahaan McDonald's
   - Strategi bauran pemasaran perusahaan McDonald's
3. Lengkapi dengan foto gambar jika ada!
4. Kerjakan di lembar kerja untuk menjawab laporan hasil kerja kelompok!

LIVEWORKSHEETS

Lembar Pengerjaan

1.Data perusahaan McDonald's Indonesia

Nama Perusahaan : .....

Alamat Perusahaan : .....

Nomor telepon Perusahaan : .....

Alamat Website (URL) : .....

Alamat email : .....

Tanggal berdiri : .....

Visi dan Misi : .....

Penghargaan yang diperoleh : .....

Deskripsi produk : .....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

LIVEWORKSHEETS

Lembar Pengerjaan

2.Unsur Bauran Pemasaran PT. Rekso Nasional Food dengan brand nya McDonald's Indonesia

LIVEWORKSHEETS

Lembar Pengerjaan

3.Strategi Bauran Pemasaran PT. Rekso Nasional Food dengan brand nya McDonald's Indonesia

Bauran Pemasaran	Strategi yang dilakukan	Foto/Gambar (jika ada)
Product atau Produk		
Price atau Harga		
Place atau Saluran Distribusi		
Promotion atau Promosi		
People atau SDM		
Physical Evidence atau Bukti Fisik		
Process atau Proses		

LIVEWORKSHEETS

Daftar Pustaka

Yose. (n.d.). LKPD KD 3.4. Scribd. https://id.scribd.com/document/510981545/LKPD-KD-3-4

Scribd. (n.d.). Scribd. https://www.scribd.com/embeds/614522702/content?start_page=1&view_mode=scroll&access_key=key-fFexxf7r1bzEfWu3HKwf

LIVEWORKSHEETS