



SALES PROMOTION

A. KOMPETENSI INTI

KI 3 (Pengetahuan) :

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 internasional.

KI 4 (keterampilan) :

Mampu 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 DAN INDIKATOR PENCAPAIAN KOMPETENSI

Kompetensi Dasar	Indikator Pencapaian Kompetensi
3.9 Menganalisis Sales Promotion Dalam Bisnis Ritel	3.9.1 Menguraikan pengertian dan tujuan Sales Promotion Dalam Bisnis Ritel

	3.9.2 Menganalisis teknik-teknik Sales Promotion Dalam Bisnis Ritel. 3.9.3 Menganalisis peranan Sales Promotion Dalam Bisnis Ritel. 3.9.4 Menganalisis media promosi.
4.9 Melakukan Sales Promotion Dalam Bisnis Ritel	4.9.1 Melakukan Sales Promotion Dalam Bisnis Ritel. 4.9.2 Menerapkan teknik-teknik Sales Promotion Dalam Bisnis Ritel.

C. TUJUAN PEMBELAJARAN



1. Setelah membaca bahan ajar yang diberikan oleh guru, peserta didik mampu menguraikan pengertian serta tujuan sales promotion dalam bisnis ritel dengan benar.
2. Setelah mengamati video pembelajaran yang ditampilkan oleh guru, peserta didik mampu menganalisis teknik-teknik sales promotion dalam bisnis ritel dengan tepat.
3. Setelah melalui model *discovery learning*, peserta didik dapat menganalisis peranan sales promotion dalam bisnis ritel dengan benar.
4. Setelah menyimak *handout* dan literasi pembelajaran lainnya, peserta didik mampu menganalisis media promosi.
5. Setelah melalui model *discovery learning*, peserta didik dapat melakukan sales promotion dalam bisnis ritel dengan benar.

PETUNJUK

Setelah membaca dan memahami HANDOUT serta penjelasan yang diberikan oleh guru, diharapkan peserta didik mampu mengerjakan soal latihan yang ada pada LKPD ini. LKPD ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana pemahaman siswa terhadap materi yang sudah dipelajari. Bacalah instruksi soal sebelum mengerjakan.

UJI KOMPETENSI

A. Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberi tanda silang (x) pada jawaban yang paling benar!

1. Suatu kegiatan untuk memperkenalkan suatu produk, baik barang ataupun jasa kepada masyarakat untuk mengenali, membeli, hingga mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut, disebut...
 - a. Pemasaran
 - b. Promosi**
 - c. Strategi
 - d. Operasi pasar
 - e. Transaksi
2. Berikut adalah bagian penting strategi pemasaran, kecuali...
 - a. Product
 - b. Place
 - c. Price
 - d. Plan**
 - e. Promotion
3. Terdapat beberapa tujuan dalam promosi tetapi yang menjadi tujuan utama promosi yaitu...
 - a. Mengenalkan kegunaan produk.
 - b. Mengenalkan produk kepada calon pembeli dan membuat pembeli membeli produk.**
 - c. Menjelaskan cara penggunaan produk dan bagaimana membuat produk.
 - d. Membuat produk menjadi lebih bagus dan dapat digunakan oleh pembeli.
 - e. Merancang produk.

4. Hal yang harus diperhatikan dalam melakukan kegiatan promosi serta memilih media promosi adalah.....

- a. Pasar target promosi.
- b. Tempat penjualan produk yang dilakukan.
- c. Target pasar untuk promosi.
- d. Usia dan penghasilan masyarakat.
- e. Pasar sasaran yang merupakan target promosi tersebut dan tempat penjualan produk dilakukan.**

5. Perhatikan data dibawah ini :

- 1) Memiliki tujuan mengajak produsen untuk melakukan pembelian produk
- 2) memiliki tujuan mengajak konsumen agar melakukan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan.
- 3) memiliki tujuan untuk menitikberatkan distributor untuk menjualkan produk kembali perusahaan.
- 4) merupakan langkah promo untuk memotivasi armada penjual perusahaan agar penjualan menurun.
- 5) bertujuan untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga interaksi dan komunikasi ke pelanggan lama dan tetap agar penjualan lebih banyak.

Dari data di atas, yang termasuk dalam strategi promosi penjualan adalah....

- a. 1), 2), dan 3)
- b. 1), 2), dan 5)
- c. 2), 3), dan 4)
- d. 2), 3), dan 5)**
- e. 3), 4), dan 5)

6. Kegiatan strategi promosi dengan langkah untuk mengenalkan produk secara langsung ke pembeli disebut...

- a. Advertising
- b. Direct selling**
- c. Publication
- d. Self promotion
- e. Promotion

7. Perhatikan data di bawah ini:

- 1) Instagram
- 2) Poster
- 3) Laptop
- 4) Brosur
- 5) Lembaran kertas

Dari data di atas, yang termasuk ke dalam media promosi adalah...

- a. 1), 2), dan 3)
- b. 1), 2), dan 4)**
- c. 2), 3), dan 4)
- d. 2), 3), dan 5)
- e. 3), 4), dan 5)

8. Promosi merupakan ujung tombak dari pemasaran. Oleh karena itu memilih media promosi harus lebih efektif dan efisien dalam pemasaran, maka yang perlu kita lakukan adalah....

- a. Memilih konten yang baik.
- b. Melihat sasaran atau target audien yang ingin dituju.**
- c. Mencari media online yang tepat.

- d. Melihat prospek usaha.
- e. Memilih produk inovasi.

9. Perhatikan data dibawah ini :

- 1) Menentukan produk untuk dijual
- 2) Menciptakan konten berkualitas dan sisipkan promosi secara tersirat
- 3) Menggunakan produk yang sesuai
- 4) Menciptakan campaign berbeda, tapi saling berhubungan
- 5) Menggunakan visualisasi sebagai strategi utama

Dari data di atas, manakah yang termasuk ke dalam prosedur pemilihan media promosi...

- a. 1), 2), dan 3)
- b. 1), 3), dan 4)
- c. 2), 3), dan 4)
- d. 2), 4), dan 5)**
- e. 3), 4), dan 5)

10. Promosi melalui karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar atau kecil disebut...

- a. Banner
- b. Brosur
- c. Internet
- d. Poster**
- e. Merchandise

Soal dapat diakses melalui Quizizz 😊



B. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan tepat !

1. Uraikanlah pengertian promosi menurut pendapat tokoh ekonomi dan menurut pendapat anda !
2. Jelaskan menurut pendapat anda, mengapa dalam pemasaran produk (barang/jasa) perlu melakukan promosi dalam suatu masyarakat !
3. Tujuan dari promosi yaitu memberikan daya tarik khusus bagi para pelanggan, meningkatkan angka penjualan, membangun loyalitas konsumen. Jelaskan mengapa tujuan promosi sangat penting dalam menjalankan strategi promosi !
4. Media promosi adalah cara yang dilakukan oleh pembisnis dalam menyampaikan, menyebarkan, dan menawarkan produk atau jasa yang dijualnya supaya calon konsumen tertarik untuk membeli. Dalam memilih media promosi terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan. Analisislah apa saja hal yang harus diperhatikan dalam memilih media promosi terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan !
5. Promosi melalui media sosial sangat populer dikalangan masyarakat karena sosial media saat ini sudah menjadi kebutuhan di masyarakat, 90% orang pasti memiliki sosial media minimal satu aplikasi seperti Facebook, Instagram, twiter. Sehingga promosi melalui media sosial akan cepat terakses dimasyarakat. Jelaskan perbedaan antara media promosi online dengan offline !

LEMBAR JAWABAN

NAMA : KELAS : NO. ABSEN :

NAMA : KELAS : NO. ABSEN :

NAMA : KELAS : NO. ABSEN :

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

LEMBAR JAWABAN

NAMA :

KELAS :

NO. ABSEN :

STUDI KASUS

► Studi Kasus 1

Lakukan survei dan observasi di sekitar tempat tinggal kalian, amati minimal 3 bisnis lalu identifikasi teknik-teknik promosi penjualan yang dilakukan oleh masing-masing penjual. Tuliskan hasilnya dalam bentuk word dan dikumpulkan pada google classroom yang sudah disediakan !

► Studi Kasus 2

Cari dan bacalah beberapa literature dari berbagai macam media (minimal 5 literatur), kemudian analisislah media promosi yang paling banyak digunakan serta berikan alasannya menurut pendapat kalian mengapa media promosi tersebut sering digunakan dan berikan alasan kalian mengapa media promosi yang lainnya tidak sering digunakan !

LEMBAR JAWABAN

NAMA :

KELAS :

NO. ABSEN :

LEMBAR JAWABAN

NAMA : KELAS : NO. ABSEN :

NAMA : KELAS : NO. ABSEN :

NAMA : KELAS : NO. ABSEN :

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

A large rectangular area with horizontal lines, resembling a blank sheet of lined paper, enclosed within a decorative border.