



E-BANS SMART

BANK SOAL SISWA 'MARKETING STRATEGY'

NAMA :
KELAS :
NO. ABSEN :

Untuk Siswa
SMK X



Lembar Kerja Peserta Didik

Strategi Pemasaran

Dasar-Dasar Pemasaran

Disusun Oleh :

Kayla Zaidah An-Najwa	NIM.22080324006
Fika Ardiana	NIM.22080324012
Azzahra Riadi	NIM.22080324015

Dosen Pembimbing :

Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd
Novi Marlana, S.Pd., M.Si.

DEPARTEMEN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya sehingga Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) **“E-BANSOSMART (BANK SOAL SISWA ‘STRATEGY MARKETING’)**” dapat hadir ditengah-tengah kita sebagai sumber referensi / literatur dalam kegiatan belajar dan mengajar. Pada kesempatan ini, kami sebagai salah satu Mahasiswa dari Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, dengan Program Studi Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Surabaya berkeinginan untuk memperkenalkan hasil Lembar Kerja Peserta didik (LKPD) untuk dijadikan sumber belajar digital terbaru dalam kegiatan pembelajaran.

Kami sebagai tim penyusun sangat berterima kasih kepada beberapa pihak seperti orang tua yang senantiasa mendukung dan mencurahkan do’anya untuk kesuksesan kami, serta kepada dosen pengampu mata kuliah sekaligus pembimbing yang selalu memberikan ilmu yang sangat bermanfaat untuk kami dapat menyusun LKPD ini dan tak lupa juga kepada pihak lain yang telah memberikan masukan serta saran. Pada penyusunan LKPD ini, kami menyadari banyak kesalahan baik dari tata bahasa serta isi lembar kerja.

Oleh karena itu, kami dengan terbuka menerima segala kritik dan saran yang membangun dari tenaga pendidik maupun peserta didik sekalian untuk menyempurnakan penyusunan LKPD kedepannya. Kami berharap, adanya LKPD ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan peserta didik dalam kegiatan pembelajaran.

Surabaya, 26 Mei 2024

Tim Penyusun

URAIAN MATERI STRATEGI PEMASARAN

Ketatnya persaingan bisnis membuat para pelaku usaha mampu beradaptasi dengan perkembangan kondisi bisnis yang selalu berkembang setiap harinya. Dalam kondisi ini, setiap pelaku bisnis perlu untuk menyusun startegi yang tepat agar mampu bersaing dengan kompetitor lain. Strategi pemasaran merupakan suatu cara atau aturan yang digunakan untuk memandu pelaku usaha dalam memasarkan barang maupun jasanya serta menjadi cara untuk menghadapi lingkungan sekaligus kondisi persaingan pasar yang *fluktuatif*.

Strategi pemasaran tidak hanya di peruntukkan pada produk barang melainkan juga pada produk jasa seperti jasa ojek *online*, jasa servis kompute dan sebagainya. strategi pemasaran memiliki beberapa fungsi yang harus diketahui oleh setiap pelaku bisnis, antara lain :

a. Meningkatkan Motivasi Untuk Berpikir Jauh Ke Depan

Adanya startegi pemasaran dapat memotivasi setiap pelaku bisnis untuk berpikir out of the box. Memfokuskan pada keunikan produk agar lebih menarik di mata calon pelanggan dan mampu bersaing kompetitor lain.

b. Mampu Merumuskan Tujuan Perusahaan Yang Ingin Dicapai

Dengan adanya startegi pemasaran, dapat membantu setiap pelaku usaha untuk dapat merinci segala visi dan misi yang ingin dicapai, baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

c. Memudahkan Dalam Koordinasi Pemasaran

Adanya startegi pemasaran juga berfungsi untuk membantu pelaku usaha sekaligus membuka jalan bagi tim perusahaan dalam berkoordinasi menjadi lebih efektif dan terarah.

Apabila setiap pelaku usaha mampu memahami dan menerapkan strategi pemasaran dengan tepat sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perusahaannya, terutama dalam hal pertahanan pelanggan, penguasaan kondisi pasara dan mampu menghadapi persaingan pasar. Selain penerapan startegi pemasaran yang tepat juga perlu memperhatikan analisis SWOT yang telah dilakukan sebelum menyusun startegi pemasran.

PETUNJUK KERJA LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK (LKPD)



Pelajari materi konsep dasar-dasar pemasaran tentang strategi pemasaran yang ada di LKPD



Gunakan referensi dari sumber literatur lain untuk membantu Anda memahami konsep-konsep pemasaran



Pastikan Anda telah memahami konsep-konsep utama yang telah dipelajari



Siapkan alat dan bahan untuk mengerjakan lembar soal di LKPD

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK (LKPD)

PILIHAN GANDA

Pilihlah jawaban yang paling dibawah ini dengan menekan salah satu huruf abjad yang telah disediakan!

1. Suatu usaha yang dilakukan untuk memasarkan produk barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga dapat meningkatkan penjualan disebut dengan...
 - A. Strategi bisnis
 - B. Strategi pasar
 - C. Strategi defensif
 - D. Strategi pemasaran
2. Segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, atau dikonsumsi sebagai suatu pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar disebut...
 - A. Jasa
 - B. Sale
 - C. Produk
 - D. Barang
3. PT Suka Maju adalah perusahaan kosmetik yang ingin meluncurkan produk skincare baru. Tim marketing PT Suka Maju telah melakukan riset pasar dan menemukan bahwa ada banyak produk skincare di pasaran dengan berbagai macam klaim dan manfaat. Tim marketing ingin membuat strategi pemasaran yang unik dan berbeda untuk produk barunya.

Bagaimana tim marketing PT Suka Maju dapat membuat strategi pemasaran yang unik dan berbeda untuk produk skincare barunya...

- A. Tim marketing harus melakukan segmentasi pasar dan targeting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai.
- B. Tim marketing harus mampu bekerja sama dengan selebriti terkenal untuk dapat mempromosikan produknya.
- C. Tim marketing harus berfokus pada kualitas produk dan memberikan jaminan terhadap kepuasan pelanggan.
- D. Tim marketing harus mampu menciptakan komunitas online untuk digunakan oleh para pengguna produk skincare

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK (LKPD)

4. Untuk meningkatkan penjualan, Scarlett menggandeng artis korea Song Jong Ki dan *girl group* Twice untuk mempromosikan produknya, mereka juga melakukan kampanye iklan yang menonjolkan keunggulan produknya melalui kerja sama dengan influencer lokal, dimana mereka akan menunjukkan before-after setelah menggunakan produk scarlett yang terlihat lebih cerah. Hal tersebut membuat konsumen menganggap produk Scarlett merupakan produk kecantikan dengan kualitas terbaik dibandingkan produk lain.

Berdasarkan studi kasus diatas, untuk menentukan kualitas produk melalui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Produk kecantikan Scarlett yakni menggunakan...

- A. Kualitas sesungguhnya produk Scarlett
- B. Penampilan kemasan produk Scarlett yang menarik
- C. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk Scarlett berdasarkan kampanye yang dilakukan
- D. Barang

Simaklah kutipan teks berikut ini untuk menjawab soal nomor 5 dan 6.

Maya adalah seorang pelajar SMK yang memiliki bakat dalam membuat kue-kue kreatif. Dia bermimpi untuk membuka usaha kue sendiri di masa depan. Untuk memulai, Maya memutuskan untuk membuat beberapa kue spesial dan menjualnya kepada teman-teman sekolahnya

5. Langkah pertama yang harus dilakukan Maya dalam merencanakan strategi pemasaran untuk usaha kuenya adalah...
- A. Menyewa sebuah toko di pusat perbelanjaan terbesar di kota
 - B. Membuat iklan di surat kabar lokal
 - C. Menganalisis pasar dan menentukan target pelanggan
 - D. Membuat kue yang lebih menarik dan mengikuti live streaming di sosial media seperti Tik tok dan shopee live
6. Salah satu startegi pemasaran yang cocok untuk usaha kue Maya adalah...
- A. Menjual kue-kue dengan harga yang lebih murah dari kompetitor
 - B. Membuat akun media sosial khusus untuk bisnisnya
 - C. Mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (Word of mouth)
 - D. Memberikan diskon besar-besaran setiap akhir pekan atau ditanggal-tanggal tertentu
7. Aktifitas pemasaran yang berusaha untuk dapat menyebarkan informasi, mempengaruhi atau mengingatkan pelanggan atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan, merupakan pengertian dari...



LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK (LKPD)

- A. Iklan
- B. Dagang
- C. Promosi
- D. Pencarian informasi

8. Azzarine merupakan perusahaan skincare lokal yang berfokus pada perawatan kulit dengan bahan alami dan berkualitas tinggi. Perusahaan ini menyadari bahwa kebutuhan perawatan kulit berbeda-beda pada setiap kelompok konsumen. Oleh karena itu, Azzarine memutuskan untuk meluncurkan berbagai lini produk yang disesuaikan untuk setiap target pasar. Strategi ini memungkinkan Azzarine untuk memenuhi kebutuhan spesifik dari setiap kelompok konsumen mereka.

Strategi yang diterapkan oleh perusahaan Skincare Azzarine dalam kasus diatas termasuk dalam...

- A. Undifferentiated market
- B. Differentiated market
- C. Concentrated market
- D. Potential marketing

9. Dalam penerapan strategi pemasaran perlu dirancang dengan tepat untuk memberikan dampak positif pada perusahaan, terutama dalam hal mempertahankan pelanggan, penguasaan pasar serta menghadapi segala persaingan. Dalam hal ini perusahaan diharuskan untuk melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunites dan Threats*).

Threats dalam analisis SWOT memiliki makna...

- A. Merupakan faktor kelemahan perusahaan yang dapat menjadi ancaman
- B. Merupakan faktor yang dimiliki oleh sebuah perusahaan untuk mengembangkan produk
- C. Merupakan faktor yang dapat membantu perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat
- D. Merupakan faktor eksternal yang menguntungkan dan menjadi tantangan bagi perusahaan untuk memasarkan produknya

10. Berikut ini yang bukan termasuk jenis-jenis promosi adalah...

- A. Pengiklanan
- B. Pemasaran digital
- C. Promosi penjualan
- D. Penjualan langsung

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK (LKPD)

Simaklah kutipan teks berikut untuk menjawab pertanyaan nomor 11 sampai 13.

Rama dan Rani, baru saja membuka sebuah toko pakaian remaja yang bernama "Urban Style" di pusat perbelanjaan terkenal di kota Surabaya. Mereka berdua bersemangat untuk membuat toko mereka menjadi tujuan utama bagi remaja yang ingin berbelanja pakaian trendy.

11. Strategi yang dapat dilakukan Rama dan Rani untuk meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) "Urban Style" adalah...
- A. Menjual pakaian dengan harga yang sangat tinggi
 - B. Menggunakan warna yang monotone untuk dekorasi toko
 - C. Melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan
 - D. Memanfaatkan media social untuk memposting produk, mengedukasi bahan-bahan yang baik untuk pakaian sekaligus menambahkan testimoni pelanggan
12. Salah satu strategi pemasaran yang dapat membantu Rama dan Rani menarik pelanggan adalah...
- A. Membuat iklan di papan reklame
 - B. Melakukan riset untuk inovasi terbaru produk mereka kedepannya
 - C. Menjual produk pakaian dengan harga yang sama dengan kompetitor branded goods
 - D. Mengikuti atau mengadakan acara bazar untuk memperkenalkan setiap produk di toko mereka
13. Tingginya tingkat persaingan pada produk pakaian membuat toko "Urban Style" sepi pengunjung, karena sebagian besar pengunjung lebih memilih untuk membeli pakaian di toko "HnM". Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing, Rama mengusulkan agar toko "Urban Style" sebaiknya fokus pada diferensiasi produk. Makna diferensiasi produk yang diusulkan oleh Rama adalah...
- A. Membeli produk dari pemasok yang sama dengan kompetitor
 - B. Memberikan produk yang unik dan berbeda dari kompetitor
 - C. Menonjolkan keunikan produk dan meniru strategi harga kompetitor
 - D. Menutup toko fisik dan beralih sepenuhnya ke toko online / E-Commerce
14. Kegiatan analisa, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk dapat mencapai tujuan perusahaan disebut...

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK (LKPD)

- A. Riset pasar
- B. Inovasi produk
- C. Pengembangan produk
- D. Manajemen Pemasaran

15. Susanti adalah seorang pengusaha muda yang baru saja membuka tokonya yakni toko sepatu online. Susanti ingin meningkatkan penjualan tokonya, tetapi dia tidak memiliki cukup modal untuk melakukan promosi. Strategi pemasaran yang tepat untuk dapat meningkatkan penjualan toko Susanti meskipun menggunakan modal yang terbatas adalah...

- A. Susanti harus memberikan potongan harga atau diskon untuk menarik minat pelanggan.
- B. Susanti harus menyewa influencer terkenal di media sosial untuk mempromosikan tokonya.
- C. Susanti mengikuti pameran dagang untuk memperkenalkan produknya kepada calon pelanggan.
- D. Susanti harus membuat konten yang menarik dan informatif untuk mempromosikan tokonya.

16. Steak Moen-Moen merupakan restaurant/tempat makan yang menyediakan produk makanan dan minuman. Disisi lain Steak Moen Moen juga memberikan layanan berupa penyambutan, penyajian makanan hingga tempat makan yang nyaman. Keseimbangan antara kualitas hidangan dan pelayanan yang baik menciptakan pengalaman bersantap yang menyenangkan dibenak pelanggan.

Melalui Restoran / tempat makan Steak Moen-Moen yang menerapkan keseimbangan antara kualitas produk serta layanan mereka termasuk dalam klasifikasi penawaran jasa...

- A. Campuran
- B. Penawaran jasa murni
- C. Penawaran barang murni
- D. Penawaran barang berwujud disertai jasa

17. Kejora adalah salah satu pegawai di sebuah toko pakaian. Setiap kali ada pelanggan yang masuk ke toko, Kejora selalu menyapa dengan senyuman dan memberikan salam hangat. Ia juga dapat dengan cepat membantu menemukan barang yang dicari pelanggan. Kejora selalu memastikan bahwa pelayanannya dilakukan dengan ramah, sehingga pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan kasus diatas, kegiatan yang dilakukan oleh Kejora termasuk dalam...

- A. Konsep tindakan
- B. Konsep tanggung jawab
- C. Konsep perhatian / attention
- D. Kualitas dari pelayanan prima

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK (LKPD)

18. Toko bunga "Taman Wangi" adalah toko bunga yang telah lama berdiri di kota Bandung. Toko ini terkenal dengan bunga-bunganya yang beraneka ragam dan harganya yang terjangkau. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, penjualan "Taman Wangi" mulai menurun. Pemilik toko, Pak Budi, khawatir toko bunganya akan gulung tikar.

Strategi yang dapat dilakukan Pak Budi untuk meningkatkan penjualan "Taman Wangi" dan menyelamatkan bisnisnya adalah...

- A. Pak Budi harus melakukan promosi melalui sosial media dengan menggunakan konten yang menarik
- B. Pak Budi harus melakukan riset pasar untuk mengetahui apa keinginan pelanggannya.
- C. Pak Budi selalu mengikuti tren terbaru dan menaikkan harga bunganya untuk meningkatkan keuntungan.
- D. Pak Budi harus mencari lokasi yang lebih strategis untuk toko "Taman Wangi" agar dapat dilihat pelanggan baru.

19. Dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat diharapkan sebuah perusahaan melakukan riset pasar terlebih dahulu. Tujuan utama dari melakukan riset pasar adalah...

- A. Untuk mengetahui orientasi dari pelanggan
- B. Untuk mengetahui lokasi pasar yang strategis sebagai penjualan produk
- C. Untuk mengetahui produk pesaing perusahaan yang banyak diminati pelanggan
- D. Untuk mengetahui adanya kebutuhan dan keinginan dari para calon pelanggan

20. Desa tempat Siti tinggal banyak didominasi oleh pekerja tani sayur, hal tersebut membuat Siti tergugah untuk menjalankan bisnis menjadi pemasok sayuran organik yang berkualitas tinggi di pasar-pasar kota. Berdasarkan kasus diatas, strategi pemasaran yang dilakukan Siti sebagai pebisnis pemula agar mampu bersaing dengan kompetitor lain adalah...

- A. Mengandalkan pemasaran dari Word of Mouth dari para pelanggan yang telah membeli produk sayuran organik
- B. Menurunkan harga produk secara signifikan dibawah harga pasar untuk menarik calon pelanggan
- C. Berfokus pada pemasaran online melalui e-commerce dan selalu menjanjikan pengiriman gratis pada pelanggan yang membeli sayuran organiknya
- D. Mengembangkan merek yang kuat dengan logo dan kemasan yang unik, serta menekankan asal-usul dan praktik organik yang digunakan