

BAURAN PEMASARAN

NAMA :

KELAS :

PERTEMUAN 10



Tujuan Pembelajaran

Peserta didik mampu menganalisis dan menyusun Bauran Pemasaran (Marketing Mix)



Instruksi

1. Bacalah studi kasus UMKM berikut dengan cermat.
2. Analisis bauran pemasaran (4P) yang telah diterapkan.
3. Susun rekomendasi Marketing Mix yang lebih efektif.
4. Kerjakan secara individu.



Studi Kasus - UMKM “Bakso Frozen Arema” – Kota Malang

UMKM Bakso Frozen Arema merupakan usaha makanan beku yang memproduksi bakso sapi dan bakso ayam siap masak. Produk dikemas dalam plastik vakum dengan berat 500 gram dan 1 kg. Bakso ini dipasarkan sebagai oleh-oleh khas Malang yang praktis dan tahan lama.

Harga produk berkisar antara Rp35.000-Rp70.000 tergantung ukuran kemasan. Produk dijual melalui toko oleh-oleh, reseller, serta pemesanan online melalui WhatsApp dan marketplace.

Promosi yang dilakukan masih terbatas pada unggahan foto produk di media sosial dan promosi dari mulut ke mulut. Lokasi produksi berada di wilayah Kota Malang, namun belum memiliki outlet khusus untuk penjualan langsung.



Analisis Marketing Mix (4P)

1 Product (Produk)

Jelaskan karakteristik produk Bakso Frozen Arema.

2 Price (Harga)

Analisis apakah harga produk sudah sesuai dengan target pasar.

3 Place (Distribusi)

Jelaskan saluran distribusi yang digunakan UMKM tersebut.

4 Promotion (Promosi)

Sebutkan strategi promosi yang telah diterapkan saat ini.



Penyusunan Marketing Mix

5

Strategi Product yang Disarankan

Tuliskan 1 ide pengembangan produk.

6

Strategi Price yang Disarankan

Tuliskan 1 strategi harga yang lebih menarik.

7

Strategi Place yang Disarankan

Tuliskan 1 ide pengembangan saluran distribusi.

8

Strategi Promotion yang Disarankan

Tuliskan 1 ide promosi yang dapat meningkatkan penjualan.