

BAURAN PEMASARAN

NAMA :

KELAS :

PERTEMUAN 11



Tujuan Pembelajaran

Peserta didik mampu menganalisis ancaman persaingan dan menentukan strategi bauran pemasaran (Marketing Mix)



Instruksi

1. Bacalah studi kasus UMKM berikut dengan cermat.
2. Identifikasi ancaman persaingan yang dihadapi usaha.
3. Tentukan strategi bauran pemasaran (4P) yang tepat.
4. Kerjakan secara individu.



Studi Kasus - UMKM “Kopi Sawojajar” – Kota Malang

UMKM Kopi Sawojajar adalah kedai kopi skala kecil yang menyasar pelajar dan mahasiswa di kawasan Sawojajar, Kota Malang. Produk yang ditawarkan meliputi kopi susu, kopi manual brew, serta beberapa menu non-kopi dengan harga terjangkau.

Dalam dua tahun terakhir, banyak kedai kopi baru bermunculan di sekitar Sawojajar dengan konsep coffee shop modern, fasilitas Wi-Fi cepat, dan desain tempat yang lebih menarik. Beberapa pesaing juga aktif memberikan promo besar-besaran melalui aplikasi pesan antar.

Kopi Sawojajar masih mengandalkan tempat sederhana dan promosi terbatas melalui unggahan media sosial. Meskipun memiliki pelanggan tetap, penjualan cenderung stagnan karena persaingan yang semakin ketat.

- 1 Identifikasi Ancaman Utama
Sebutkan 2 ancaman persaingan yang dihadapi Kopi Sawojajar.

- 2 Dampak Persaingan
Bagaimana dampak persaingan tersebut terhadap penjualan atau minat konsumen?

- 3 Strategi Product
Strategi produk apa yang dapat diterapkan untuk menghadapi persaingan?

- 4 Strategi Price
Strategi harga apa yang sesuai dengan kondisi persaingan tersebut?

- 5 Strategi Place
Strategi tempat atau saluran distribusi apa yang dapat dikembangkan?

6

Strategi Promotion

Strategi promosi apa yang dapat dilakukan agar lebih bersaing?