BAURAN PEMASARAN

NAMA : .....

KELAS : .....

PERTEMUAN 12

Tujuan Pembelajaran

Peserta didik mampu mengevaluasi dan mengembangkan Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Instruksi

1. Bacalah studi kasus UMKM berikut dengan cermat.
2. Evaluasi strategi bauran pemasaran yang telah diterapkan.
3. Tentukan pengembangan strategi Marketing Mix (4P).
4. Kerjakan secara individu.

Studi Kasus - UMKM "Strudel Batu Lestari" – Kota Batu

UMKM Strudel Batu Lestari merupakan usaha oleh-oleh khas Kota Batu yang memproduksi strudel dengan berbagai isian buah seperti apel, pisang, dan nanas. Produk dikemas dalam kotak karton dengan desain menarik dan dipasarkan sebagai oleh-oleh wisata.

Harga produk berada pada kisaran Rp45.000-Rp60.000 per kotak. Penjualan dilakukan melalui toko oleh-oleh di Kota Batu dan pemesanan online melalui media sosial. Promosi utama dilakukan melalui unggahan foto produk dan testimoni pelanggan.

Meskipun memiliki kualitas produk yang baik, penjualan cenderung stabil dan belum mengalami peningkatan signifikan. Banyak pesaing baru menawarkan produk serupa dengan inovasi rasa dan promosi digital yang lebih aktif.

LIVEWORKSHEETS

1. Evaluasi Product
Apakah produk Strudel Batu Lestari sudah memiliki keunggulan bersaing? Jelaskan.

2. Evaluasi Price
Menurutmu, apakah harga produk sudah sesuai dengan target pasar?

3. Evaluasi Place
Evaluasi saluran distribusi yang digunakan UMKM tersebut.

4. Evaluasi Promotion
Apakah strategi promosi yang dilakukan sudah efektif? Jelaskan.

5. Pengembangan Product
Tuliskan 1 ide pengembangan produk agar lebih menarik

LIVEWORKSHEETS

6 Pengembangan Price
Tuliskan 1 strategi harga yang dapat meningkatkan penjualan.

7 Pengembangan Place
Tuliskan 1 pengembangan saluran distribusi yang dapat dilakukan.

8 Pengembangan Promotion
Tuliskan 1 strategi promosi yang lebih efektif.

9 Menurutmu, apakah pengembangan Marketing Mix tersebut dapat meningkatkan daya saing usaha? Jelaskan singkat.

LIVEWORKSHEETS