



Nama :

Kelas :

No. Absen :

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK

Mata Pelajaran : Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKK)

Kelas/Semester : XII / 2

Materi Pembelajaran : Strategi Pemasaran dan Promosi

Alokasi Waktu : 3 x 45 menit

Kompetensi Dasar : 3.17 Menentukan media promosi
4.17 Membuat media promosi

Indikator :

3.17.1 Menjelaskan tujuan promosi

3.17.2 Menjelaskan media promosi

MATERI

Pendahuluan



A. Promosi dan Media Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengetahui produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka. Tujuan utama promosi, yaitu untuk menarik minat pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan.



Sumber: <https://www.slideshare.net/SyarifHamdani/media-promosi-untuk-farmasi>

Gambar 4.9 Media promosi

1. Tujuan Promosi

Ada beberapa tujuan dari promosi. Untuk lebih jelasnya, perhatikan uraian berikut.

a. Tujuan Promosi Penjualan Internal

Salah satu tujuan promosi adalah mendorong karyawan untuk lebih tertarik pada produk dan promosi perusahaan. Adapun tujuan internalnya adalah untuk meningkatkan atau mempertahankan moral karyawan, melatih karyawan, kerja sama, serta semangat bagi usaha promosinya. Promosi penjualan juga dapat menambah dan melengkapi kegiatan – kegiatan bagian humas dengan memberikan berupa peralatan dan materi yang diperlukan untuk melaksanakan program humas internal. Contoh peralatan yang mendukung program tersebut antara lain slide, film, brosur, dan selebaran.

b. Tujuan Promosi Penjualan Perantara

Usaha – usaha promosi penjualan dengan perantara dapat digunakan untuk memperlancar atau mengatasi perubahan – perubahan musiman dalam pesanan. Selain itu, untuk mendorong jumlah pembelian yang lebih besar, mendapat dukungan yang luas dalam saluran terhadap usaha promosi, serta memperoleh tempat dan ruang gerak yang lebih baik. Tujuannya, untuk mengatasi fluktuasi yang bersifat musiman dalam pesanan. Misalnya, ditawarkan kepada perantara dua unit gratis apabila ia membeli 10 unit atau memberikan potongan musiman 25%. Teknik promosi semacam ini dapat mendorong jumlah penambahan yang lebih besar.

c. Tujuan Promosi penjualan Konsumen

Promosi penjualan konsumen dilakukan untuk mendapatkan orang yang bersedia mencoba produk baru dan untuk meningkatkan volume penjualan. Misalnya, mendapat potongan 20% apabila membeli satu produk. Tujuan lainnya adalah untuk mendorong penggunaan produk yang ada, menyaingi produk yang dilakukan oleh pesaing, dan mempertahankan penjualan.

Jadi, promosi penjualan perusahaan yang ditunjukkan pada konsumen dapat dibedakan ke dalam dua kelompok berikut.

- 1) Kegiatan yang ditujukan untuk mendidik atau memberitahukan konsumen.
- 2) Kegiatan yang ditujukan untuk mendorong para konsumen.

Untuk memberitahukan informasi produk konsumen, perusahaan dapat menyediakan buku kecil, mengadakan demonstrasi, dan menawarkan jasa konsultasi. Namun, untuk mendorong para konsumen, perusahaan dapat memberikan contoh barang atau hadiah.

2. Media Promosi

Media promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengomunikasikan suatu produk/jasa/perusahaan ataupun lainnya untuk dapat diketahui masyarakat lebih luas. Adanya promosi ini, diharapkan seseorang dapat mengetahui, mengakui, memiliki, dan meningkatkan diri pada suatu barang/jasa/perusahaan yang menjadi sasarannya. Salah satu bagian penting dari promosi, yaitu menentukan media promosi paling tepat. Berikut beberapa media promosi.

a. Poster

Poster biasanya dibuat dengan warna – warna kontras dan kuat serta ditempel pada dinding atau bidang datar. Poster dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian.

b. Billboard

Pemasangan billboard (papan iklan) bisa menggunakan struktur mandiri yang permanen, maupun ditempel pada konstruksi bangunan permanen.



Gambar 4.10 Contoh billboard produksi

c. Baliho

Baliho banyak digunakan untuk promosi jangka pendek atau bersifat insidental. Misalnya, pemilihan umum, pemilihan presiden, dan pemilihan kepala daerah. Selain itu, dapat juga digunakan untuk mempromosikan kegiatan tertentu. Misalnya, pertandingan olahraga dan pesta olahraga.



Gambar 4.11 Contoh promosi pesta olahraga di baliho

d. Banner

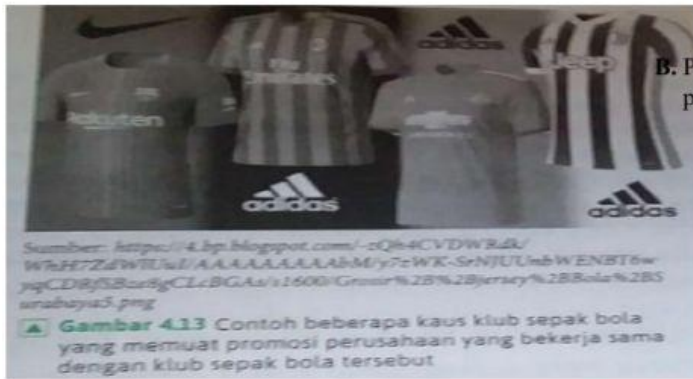
Banner tidak hanya ditempel di dinding, tetapi dapat juga di pasang padaudukan yang ringan sehingga mudah dipindahkan.



Gambar 4.12 Contoh banner tentang suatu seminar yang ditempel di dinding

e. Kaus

Kaus promosi adalah medium standar yang sudah pasti dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan promosi. Bentuk yang paling sederhana dari kaus promosi adalah pemuatan logo atau *tagline* perusahaan di bagian depan atau bagian belakang kaus promosi



B. Pemasaran pada Perangkat Keras Industri
perangkat keras adalah industri

perangkat keras adalah industri yang mengalami perubahan yang cepat dan siklus hidup produk yang pendek. Selain itu, industri perangkat keras memiliki

persaingan yang hebat. Sebagai akibatnya, teknologi yang digunakan juga ikut mengalami perubahan. Pada era ini, teknologi pada industri perangkat keras memakai teknologi standar terbuka. Tentu saja hal

tersebut membuat para produsen perangkat keras kesulitan dalam memberikan solusi terkait (*proprietary solution*) kepada konsumennya. Oleh karena itu, produsen perangkat keras menyiasatinya dengan menjalin kerja sama dengan perusahaan – perusahaan lain dengan membuat perjanjian mitra bisnis.



- A. Setelah membaca teori di atas, silahkan kerjakan soal berikut sesuai dengan perintahnya!
1. Suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa/image/perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas
 - a. Media pembelajaran
 - b. Media komunikasi
 - c. Media demontasi
 - d. Media promosi
 - e. Media produk
 2. Media promosi sebagai plakat yang dicetak pada kertas yang biasanya berukuran besar, berisi pengumuman atau iklan dalam bentuk gambar ataupun tulisan dan ditempelkan di dinding maupun tembok yang berada di tempat-tempat umum adalah
 - a. Pamphlet
 - b. Brosur
 - c. Flyer
 - d. Poster
 - e. Banner
 3. Ciri-ciri dari media promosi baliho adalah
 - a. Untuk promosi jangka pendek dan bersifat insidentil
 - b. Untuk promosi jangka panjang
 - c. Hanya digunakan untuk mempromosikan produk
 - d. Bersifat permanen
 - e. Bersifat tidak permanen

B. Tariklah garis dari lajur kiri ke lajur kanan sehingga menjadi jawaban yang benar!

Karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf diatas kertas yg berukuran besar atau kecil.

Kaus promosi

Kaus promosi adalah medium standar yang sudah pasti dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan promosi

Banner

Suatu media informasi nonpersonal yang berisi pesan informasi, untuk tujuan menjual atau memperkenalkan sesuatu pada masyarakat.

Poster

C. Isilah bagian yang kosong dengan kata – kata yang tepat!

Usaha – usaha promosi penjualan dengan perantara dapat digunakan untuk atau mengatasi perubahan – perubahan musiman dalam pesanan. Selain itu, untuk mendorong jumlah pembelian yang lebih besar, mendapat dukungan yang luas dalam saluran terhadap usaha , serta memperoleh tempat dan ruang gerak yang lebih baik. Tujuannya, untuk mengatasi yang bersifat musiman dalam pesanan. Misalnya, ditawarkan kepada perantara dua unit gratis apabila ia membeli 10 unit atau memberikan potongan musiman 25%. Teknik promosi semacam ini dapat mendorong jumlah penambahan yang lebih besar.

memperlancar

fluktuasi

promosi

D. Sebelum mengerjakan soal selanjutnya , silakan lihat vidio youtube berikut ini !



1.

Contoh media promosi berbasis online adalah facebook, twitter ads , website , landing page, seo, iklan di google atau iklan di youtube, email marketing, e-learning, online demo , online store, jualan di bukalapak, tokopedia, jd.id dsb,

benar

salah

2.

Contoh media promosi berbasis offline adalah sms blast, broadcast message, poster, flyer, spanduk, baliho, billboard, iklan / layanan di tv / radio

benar

salah

