

TUGAS

**LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK
(LKPD)**

**PRODUK KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN
STRATEGI PEMASARAN
SEMUA JURUSAN
SIKLUS 2**

**PPG DALJAB ANGKATAN 3 TAHUN 2023
LPTK. FKIP UNIVERSITAS PASUNDAN
(UNPAS) BANDUNG**



FKIP UNPAS
Pilihan Pasti Setiap Generasi

**Dibuat oleh
ACHMAD SOLEH**

**Asal Sekolah
SMK MARGA INSAN KAMIL**

TUGAS

**LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK
(LKPD)**

**PRODUK KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN
STRATEGI PEMASARAN
SEMUA JURUSAN
SIKLUS 2**

**PPG DALJAB ANGKATAN 3 TAHUN 2023
LPTK. FKIP UNIVERSITAS PASUNDAN
(UNPAS) BANDUNG**



FKIP UNPAS
Pilihan Pasti Setiap Generasi

**Dibuat oleh
ACHMAD SOLEH**

**Asal Sekolah
SMK MARGA INSAN KAMIL**

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK (LKPD) 1

Nama Sekolah : **SMK MARGA INSAN KAMIL**
Mata Pelajaran : Produk Kreatif dan Kewirausahaan
Materi Pokok : Pemasaran Produk Barang/Jasa
Sub. Pokok Materi : Mengidentifikasi Masalah
Alokasi Waktu : 2 X 45 Menit (1 X Pertemuan)

Nama Kelompok :

1.
2.
3.
4.
5.

I. Kompetensi Dasar (KD) dan Indikator Pencapaian Kompetensi (IPK)

Kompetensi Dasar (KD)	Indikator Pencapaian Kompetensi (IPK)
Kompetensi Dasar (KD) Pengetahuan 3.9. Menganalisis Pemasaran Produk.	IPK (Pengetahuan) 3.9.1. Mendeskripsikan pemasaran produk (C3) 3.9.2. Menyimpulkan fungsi dan tujuan pemasaran (C4) 3.9.3. Menganalisis strategi pemasaran produk online/offline (C4) 3.9.4. Merumuskan Bauran Pemasaran (7P) (C6) 3.9.5. Mendesain rencana pemasaran produk (C6)
Kompetensi Dasar (KD) Keterampilan 4.9. Menerapkan pemasaran produk	K (Keterampilan) 4.9.1. Menentukan rencana Pemasaran Produk online/offline (P5) 4.9.2. Mengaplikasikan pemasaran produk secara online/offline (P2)

II. Tujuan Pembelajaran

Melalui kegiatan pembelajaran menggunakan model Project Based Learning yang dipadukan dengan STEAM (*science, technology, engineering, art, dan mathematics*) dan pendekatan saintifik dengan melaksanakan berbagai metode yang telah ditetapkan dalam pembelajaran ini, peserta didik diharapkan dapat :

- 1) Mendeskripsikan dan menguraikan kembali konsep pemasaran dengan bahasa sendiri.
- 2) Menyimpulkan tujuan dan fungsi pemasaran terhadap kegiatan usaha dengan tepat
- 3) Membandingkan bentuk-bentuk strategi pemasaran dengan lengkap

- 4) Menyimpulkan dan merancang strategi pemasaran melalui Bauran Pemasaran 7P yang tepat untuk produk yang akan dijual.
- 5) Mendesain rencana usaha dan pemasaran produk
- 6) Menyiapkan survey pasar dan media promosi berkaitan dengan rencana pemasaran produk dengan sesuai.
- 7) Mengaplikasikan pemasaran produk secara online/offline dengan tepat

III. TEORI :

Pengertian Produk

Produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman,



acara, orang, tempat, properti, organisasi, dan informasi. Dalam merencanakan penawaran pasarnya, pemasar harus melihat lima tingkat produk. Setiap tingkat menambah nilai pelanggan yang lebih besar, dan kelima merupakan bagian dari hierarki nilai pelanggan (customer-value hierarchy). Selain itu pemasar juga mengklasifikasikan produk berdasarkan ketahanan/durabilitas, keberwujudan, dan kegunaan (konsumen atau industri). Setiap jenis produk mempunyai strategi bauran pemasaran yang sesuai



I. PROSEDUR KERJA :

- Bacalah LKPD dengan cermat.
- Perhatikan video yang di putarkan oleh pendidik di kelas.
- Diskusikan dengan teman sekelompok kamu.
- Jawablah pertanyaan pada LKPD dengan benar.
- Gunakan literatur dari buku ajar untuk menjawab pertanyaan pada LKPD.

1. Stimulus

Produk Jasa



Pasar tradisional



Gambar 1. Gambar Produk Barang.

Gambar 2. Gambar Penawaran Produk Jasa

Sumber : <https://www.google.com/search?q>

1. Berdasarkan gambar di atas, perbedaan apa yang terlihat dari 2 produk di atas?

Jawab :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

IV. IDENTIFIKASI MASALAH

2. Jelaskan klasifikasi produk berdasarkan keberwujudan/ *Tangibility*.

Jawab :

.....

.....

.....

.....

.....

3. Menentukan siapa pengguna dari produk, merupakan salah satu kegiatan penting dalam melaksanakan pemasaran. Analisislah klasifikasi produk berdasarkan pemakainya dan untuk apa barang tersebut dikonsumsi.

Jawab :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

V. HASIL PENGAMATAN

4. Berdasarkan video yang ditayangkan buat deskripsi dari klasifikasi produk dan berikan contoh masing-masing lima yang ada disekitar anda.

No.	Indikator	Penjelasan	Contoh
1.	Wujudnya		1. 2. 3. 4. 5.
2.	Daya tahannya		1. 2. 3. 4. 5.

3.	Barang konsumen		1. 2. 3. 4. 5.
4.	Barang Industri		1. 2. 3. 4. 5.

5. KESIMPULAN :

.....

.....

.....

.....

.....



LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK (LKPD) 2

Nama Sekolah : **SMK MARGA INSAN KAMIL**
Mata Pelajaran : Produk Kreatif dan Kewirausahaan
Materi Pokok : Pemasaran Produk Barang/Jasa
Sub. Pokok Materi : Menerapkan Pemasaran Barang dan Jasa
Alokasi Waktu : 2 X 45 Menit (1 X Pertemuan)

Nama Kelompok :

1.
2.
3.
4.
5.

I. Kompetensi Dasar (KD) dan Indikator Pencapaian Kompetensi (IPK)

Kompetensi Dasar (KD)	Indikator Pencapaian Kompetensi (IPK)
Kompetensi Dasar (KD) Pengetahuan 3.9. Menganalisis Pemasaran Produk.	IPK (Pengetahuan) 3.9.1. Mendeskripsikan pemasaran produk (C3) 3.9.2. Menyimpulkan fungsi dan tujuan pemasaran (C4) 3.9.3. Menganalisis strategi pemasaran produk online/offline (C4) 3.9.4. Merumuskan Bauran Pemasaran (7P) (C6) 3.9.5. Mendesain rencana pemasaran produk (C6)
Kompetensi Dasar (KD) Keterampilan 4.9. Menerapkan pemasaran produk	K (Keterampilan) 4.9.1. Menentukan rencana Pemasaran Produk online/offline (P5) 4.9.2. Mengaplikasikan pemasaran produk secara online/offline (P2)

II. Tujuan Pembelajaran

Melalui kegiatan pembelajaran menggunakan model Project Based Learning yang dipadukan dengan STEAM (*science, technology, engineering, art, dan mathematics*) dan pendekatan saintifik dengan melaksanakan berbagai metode yang telah ditetapkan dalam pembelajaran ini, peserta didik diharapkan dapat :

- 1) Mendeskripsikan dan menguraikan kembali konsep pemasaran dengan bahasa sendiri.
- 2) Menyimpulkan tujuan dan fungsi pemasaran terhadap kegiatan usaha dengan tepat
- 3) Membandingkan bentuk-bentuk strategi pemasaran dengan lengkap

- 4) Menyimpulkan dan merancang strategi pemasaran melalui Bauran Pemasaran 7P yang tepat untuk produk yang akan dijual.
- 5) Mendesain rencana usaha dan pemasaran produk
- 6) Menyiapkan survey pasar dan media promosi berkaitan dengan rencana pemasaran produk dengan sesuai.
- 7) Mengaplikasikan pemasaran produk secara online/offline dengan tepat



III. TEORI :

A. Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli

Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang definisi strategi marketing, diantaranya adalah:

1. Kotler dan Amstrong

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), pengertian strategi pemasaran adalah logikapemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

2. Kurtz

Menurut Kurtz (2008), pengertian strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga.

3. Philip Kotler

Menurut Philip Kotler, pengertian strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauranpemasaran, dan budget untuk pemasaran.

4. Tjiptono

Menurut Tjiptono, pengertian strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan progam pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.

5. Stanton

Menurut Stanton, pengertian strategi pemasaran adalah sesuatu yang melingkupi semua sistem yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan menyalurkan produk (barang atau jasa) yang dapat memuaskan konsumen

B. Fungsi Strategi Pemasaran

Secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya:

1. Meningkatkan Motivasi untuk Melihat Masa Depan
2. Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif
3. Merumuskan Tujuan Perusahaan
4. Pengawasan Kegiatan Pemasaran

C. Tujuan Strategi Pemasaran

Secara umum, setidaknya ada 4 tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah:

1. Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran
2. Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan
3. Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran
4. Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran

D. Unsur-Unsur Utama Pemasaran

Unsur-unsur utama pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi tiga unsur utama yaitu:

1. Unsur Strategi Persaingan
2. Unsur Taktik Pemasaran
3. Unsur Nilai Pemasaran



IV. PROSEDUR KERJA :

- Bacalah LKPD dengan cermat.
- Perhatikan video yang di putarkan oleh pendidik di kelas.
- Diskusikan dengan teman sekelompok kamu.
- Jawablah pertanyaan pada LKPD dengan benar.
- Gunakan literatur dari buku ajar untuk menjawab pertanyaan pada LKPD.

2. Stimulus



#MarketingStrategy #DigitalMarketing #InternetSukses
Jurus Ampuh Marketing Strategi 4P+3V | Internet Sukses

Sumber : https://youtu.be/-w_ug-NQFCc



6. Berdasarkan video di atas, Jelaskan strategi apa saja yang mempengaruhi kesuksesan strategi pemasaran ?

Jawab :

.....

.....

.....

.....

.....

V. IDENTIFIKASI MASALAH

7. Jelaskan apa itu bauran pemasaran/ marketing mix.

Jawab :

.....

.....

.....

.....

.....

8. Salah satu penentu kesuksesan kegiatan pemasaran adalah dengan melakukan analisis bauran pemasaran. Jelaskan bagaimana strategi bauran pemasaran berkontribusi mensukseskan kegiatan pemasaran

Jawab :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

HASIL PENGAMATAN

9. Silahkan melakukan observasi perusahaan disekitar anda. Kemudian adakan wawancara bagaimana strategi bauran pemasaran diterapkan pada perusahaan tersebut.

No.	Indikator	Penjelasan
-----	-----------	------------

1.	Product	
2.	Price	
3.	Promotion	
4.	Place	

10. KESIMPULAN :

.....

•

.....

•

.....

•

.....

•

.....

•

.....

•

LEMBAR KEGIATAN PESERTA DIDIK (LKPD)

MENERAPKAN PEMASARAN BARANG DAN JASA

Nama Sekolah : SMK
Mata Pelajaran : Marketing
Kelas/Semester : X / 2
Program Keahlian : Bisnis Daring dan Pemasaran
Materi Pokok : Menyusun Perencanaan Pemasaran
Alokasi Waktu : 2 x 45 menit



Nama Kelompok :

1.
2.
3.
4.
5.

Indikator Pencapaian :

- 3.8.4 Menganalisis berbagai konsep faktor penentu kesuksesan Strategi
- 3.8.5 Mengkategorikan hirarki organisasi bisnis berdasarkan jumlah bidang usahanya
- 3.8.6 Merumuskan tahapan-tahapan dalam menentukan strategi
- 4.8.3 Strategi yang tepat untuk melakukan pemasaran barang dan jasa
- 4.8.4 Mendesain tahap-tahap menentukan Strategi

I. TUJUAN :

- 3.8.6.1 Siswa mampu menganalisis berbagai konsep faktor penentu kesuksesan Strategibenar melalui presentasi
- 3.8.7.1 Siswa mampu mengkategorikan hirarki organisasi bisnis berdasarkan jumlah bidang usahanya dengan benar melalui presentasi
- 3.8.8.1 Siswa dapat merumuskan tahapan-tahapan dalam menentukan strategi denganbenar melalui presentasi
- 4.8.3.1 Siswa mampu menentukan strategi pemasaran barang dan jasa dengan tepatmelalui kegiatan penugasan