

BAURAN PEMASARAN

NAMA :

KELAS :

PERTEMUAN 9



Tujuan Pembelajaran

Peserta didik mampu memahami Konsep Bauran Pemasaran (Marketing Mix)



Instruksi

1. Bacalah studi kasus UMKM berikut dengan cermat.
2. Identifikasi unsur Product, Price, Place, dan Promotion (4P) berdasarkan kasus.
3. Jawablah pertanyaan secara singkat dan tepat.
4. Kerjakan secara individu.



Studi Kasus - UMKM “Milkshake Kayutangan” – Kota Malang

UMKM Milkshake Kayutangan merupakan usaha minuman yang berlokasi di kawasan wisata Kayutangan Heritage, Kota Malang. Produk utama yang dijual adalah milkshake dengan berbagai varian rasa seperti coklat, vanilla, strawberry, matcha, dan taro. Selain itu, tersedia topping tambahan seperti boba, oreo, dan keju.

Harga milkshake berkisar antara Rp12.000–Rp18.000, menyesuaikan varian rasa dan topping yang dipilih. Harga tersebut dianggap terjangkau oleh kalangan pelajar dan wisatawan yang berkunjung ke kawasan Kayutangan.

Milkshake Kayutangan menjual produknya melalui kedai kecil di area wisata dan menerima pesanan melalui aplikasi GoFood dan GrabFood. Untuk promosi, pemilik usaha aktif memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok, serta memberikan promo diskon pada hari tertentu dan paket bundling saat akhir pekan.

- 1 Product (Produk)
Sebutkan 2 karakteristik produk Milkshake Kayutangan berdasarkan studi kasus.

- 2 Price (Harga)
Bagaimana strategi harga yang diterapkan UMKM tersebut?

- 3 Place (Tempat/Distribusi)
Jelaskan saluran distribusi yang digunakan oleh Milkshake Kayutangan.

- 4 Promotion (Promosi)
Sebutkan 2 bentuk promosi yang dilakukan oleh UMKM tersebut.

5

Kesimpulan Marketing Mix

Menurutmu, apakah bauran pemasaran yang diterapkan sudah sesuai dengan target pasar? Jelaskan secara singkat.