



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI,
PENDIDIKAN DASAR DAN PENDIDIKAN MENENGAH
DIREKTORAT SEKOLAH MENENGAH ATAS
2020



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
X



**PEMASARAN PRODUK DENGAN INSPIRASI BUDAYA
NON BENDA SECARA LANGSUNG**

**PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN
KELAS X**

PENYUSUN

**MARTA MILA SUGHESTI, S.Pd, S.S, M.Pd
SMA NEGERI 2 SITUBONDO**

DAFTAR ISI

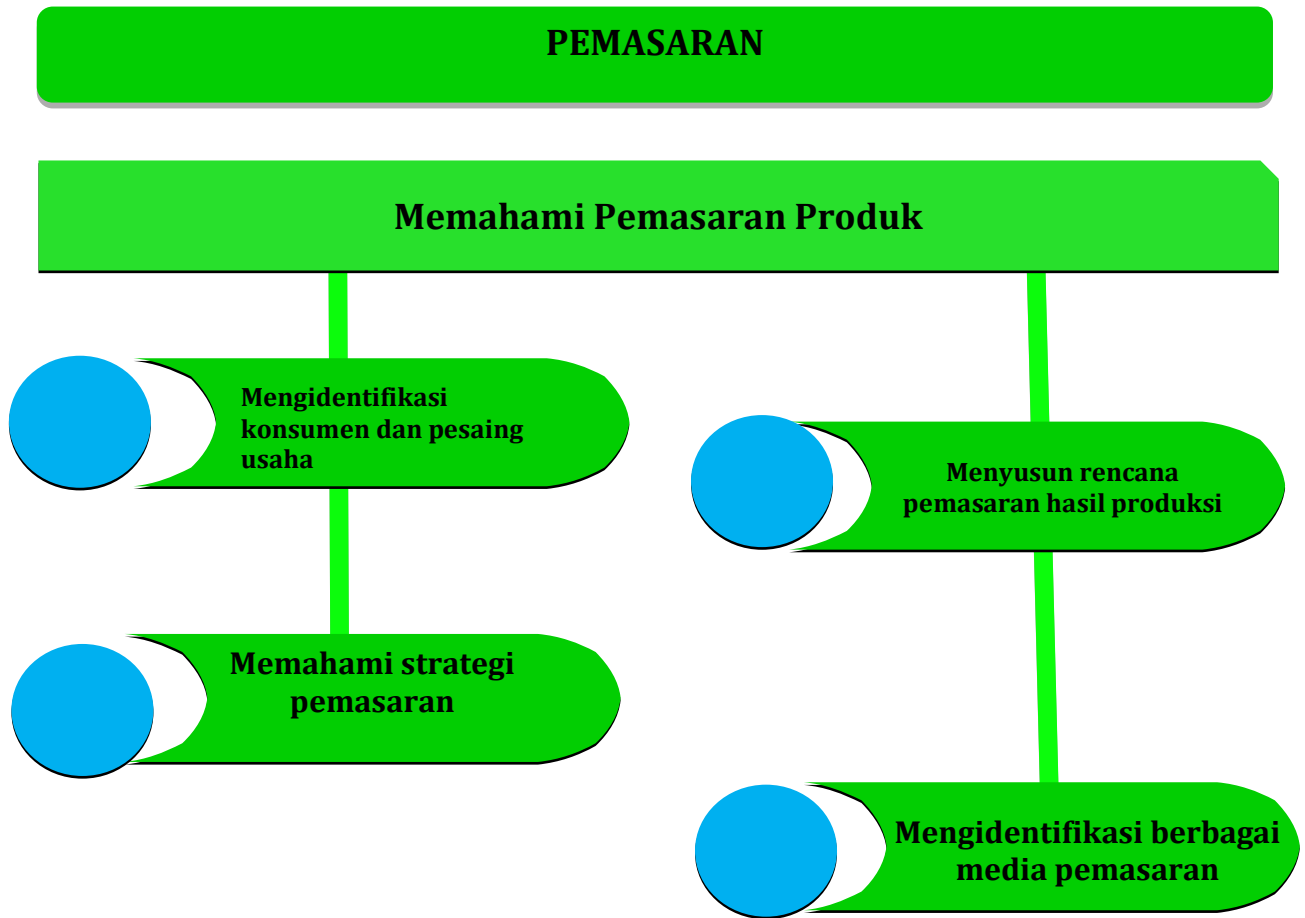
Contents

PENYUSUN	ii
DAFTAR ISI	iii
GLOSARIUM	iv
PETA KONSEP	v
PENDAHULUAN	1
A. Identitas Modul	1
B. Kompetensi Dasar	1
C. Deskripsi Singkat Materi	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul	1
E. Materi Pembelajaran	2
KEGIATAN PEMBELAJARAN 1	3
A. Tujuan Pembelajaran	3
B. Uraian Materi	3
C. Rangkuman	6
D. Latihan Soal	6
E. Penilaian Diri	8
KEGIATAN PEMBELAJARAN 2	10
A. Tujuan Pembelajaran	10
B. Uraian Materi	10
C. Rangkuman	12
D. Penugasan	12
E. Latihan Soal	13
F. Penilaian Diri	14
DAFTAR PUSTAKA	18

GLOSARIUM

Konsumen	:	setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain
Pesaing usaha	:	kompetisi antar penjual yang saling berusaha untuk mendapatkan konsumen, keuntungan dan jumlah penjualan yang tinggi.
Strategi pemasaran	:	cara pengaturan pemasaran untuk mencapai keuntungan dalam Penjualan
Budaya non benda	:	hasil karya yang abstrak, bukan merupakan benda
Rencana pemasaran	:	panduan bagi perusahaan untuk menjalankan strategi pemasaran yang perlu dilakukan berdasarkan analisis dalam mengantisipasi perubahan keadaan.
Produksi	:	Suatu kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa.
Media pemasaran	:	media yang digunakan untuk menyampaikan suatu produk kepada pelanggan.

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran	: Prakarya Dan Kewirausahaan
Kelas / Semester	: X / Ganjil
Alokasi Waktu	: 4 Jam Pelajaran (2 X Pertemuan)
Judul Modul	: Pemasaran Produk Kerajinan dengan inspirasi budaya non benda secara langsung

B. Kompetensi Dasar

- 3.5 Memahami pemasaran produk kerajinan dengan inspirasi budaya non benda secara langsung
- 4.5 Memasarkan produk kerajinan dengan inspirasi budaya non benda secara langsung

C. Deskripsi Singkat Materi

Modul ini sebagai pendamping buku teks pelajaran (BTP) atau buku sekolah elektronik (BSE) sebagai media pendukung bagi kalian dalam memahami materi tentang pemasaran produk kerajinan dengan inspirasi budaya non benda secara langsung. Materi pemasaran produk kerajinan dengan inspirasi budaya non benda secara langsung ini adalah materi yang sangat penting dan harus kalian kuasai karena akan sangat berguna bagi kalian dalam kehidupan sehari-hari dimana kalian akan belajar bagaimana memasarkan produk kerajinan yang terinspirasi dari budaya non benda disekitar kalian yang dapat kalian pasarkan secara langsung.

Semoga modul ini bermanfaat, kalian dapat mengerti dan memahami isi modul serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

D. Petunjuk Penggunaan Modul

Hal yang perlu diperhatikan dalam penggunaan Modul ini adalah:

1. Mempelajari modul pemasaran sangat disarankan untuk dilakukan secara berurutan. Dimana modul ini terdiri atas 2 Kegiatan Pembelajaran yaitu (a) mengidentifikasi konsumen dan pesaing usaha, memahami strategi pemasaran hasil produksi usaha yang terinspirasi dari budaya non benda (b) menyusun rencana pemasaran hasil produksi usaha dan mengidentifikasi berbagai media pemasaran hasil produksi usaha yang terinspirasi dari budaya non benda
2. Baca peta konsep materi dan pahami isinya
3. Setelah membaca dan mempelajari materi pembelajaran, kerjakan soal latihan dan tugas
4. Lakukan penilaian diri
5. Kerjakan soal evaluasi di akhir materi
6. Menggunakan alat, bahan dan media sesuai yang tercantum pada setiap penugasan.
7. Menggunakan berbagai referensi yang mendukung atau terkait dengan materipembelajaran.

8. Meminta bimbingan guru jika merasakan kesulitan dalam memahami materi modul.
9. Mampu menyelesaikan 75% dari semua materi dan penugasan maka Anda dapat dikatakan TUNTAS belajar modul ini.

E. Materi Pembelajaran

Modul ini terbagi menjadi **2** kegiatan pembelajaran dan di dalamnya terdapat uraian materi, contoh soal, soal latihan dan soal evaluasi.

- Pertama :1. Mengidentifikasi konsumen
2. Mengidentifikasi pesaing usaha
3. Memahami strategi pemasaran hasil produksi usaha yang terinspirasi dari budaya non benda
- Kedua : 1. Menyusun rencana pemasaran hasil produksi usaha
2. Mengidentifikasi berbagai media pemasaran hasil produksi usaha yang terinspirasi dari budaya non benda

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

KONSUMEN, PESAING USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN HASIL PRODUK KERAJINAN NON BENDA

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat:

1. Mengidentifikasi konsumen
2. Mengidentifikasi pesaing usaha
3. Memahami strategi pemasaran hasil produksi usaha yang terinspirasi dari budaya non benda

B. Uraian Materi

Apersepsi

Dalam dunia usaha tidak akan terlepas dari sebuah proses yang sangat penting yaitu pemasaran. Tanpa adanya pemasaran, maka konsumen tidak akan tahu tentang produk yang kita hasilkan. Semakin gencar usaha pemasaran yang kita lakukan, semakin banyak orang yang akan mengetahui produk kita yang tidak menutup kemungkinan akan membuat konsumen tertarik dan meningkatkan penjualan produk kita. Proses pemasaran dalam sebuah usaha akan menentukan berkembang atau tidaknya sebuah usaha. Kolaborasi antara kualitas produk yang maksimal dan sumberdaya manusia yang ahli dalam sebuah pemasaran akan menjadi ujung tombak keberhasilan sebuah usaha. Nah apakah kalian ingin menjadi seorang ahli pemasaran ? ayo kita belajar bersama dalam modul ini



Sumber : <https://tinyurl.com/yyb9evb3>



Sumber : <https://tinyurl.com/yyb9evb3>

Anak- anak, sebelum kita belajar lebih jauh, alangkah baiknya jika kita memahami terlebih dahulu beberapa definisi yang terkait dalam modul kali ini, antara lain:

1. Konsumen

Ada beberapa pendapat tentang konsumen, nah kalian simak baik-baik ya

- a. Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 “ Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain”
- b. Az. Nasution (1995) membagi pengertian konsumen dalam dua kategori yaitu :
 1. sebagai pengguna atau pemakai barang dan/atau pelayanan jasa dengan tujuan mendapatkan barang dan/atau pelayanan jasa untuk dijual kembali,

2. sebagai pemakai barang dan/atau pelayanan jasa untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya



Sumber : <https://bit.ly/2QSjFmB>

2. Pesaing Usaha



Sumber : <https://tinyurl.com/yxoy3ej>

Nah anak-anak, apakah kalian pernah merasa bersaing dengan teman kalian dalam mencapai prestasi? Pasti pernah kan? Dalam dunia usaha juga ada persaingan loh, kita pelajari yuk! Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang berarti persaingan, pertandingan atau kompetisi. Dalam kamus manajemen, persaingan diartikan sebagai usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang berusaha mendapatkan pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Pesaing usaha dapat juga diartikan sebagai kompetisi antar penjual yang saling berusaha untuk mendapatkan konsumen, keuntungan dan jumlah penjualan yang tinggi. Nah, kalian bisa paham kan dengan penjelasan diatas?

3. Strategi Pemasaran

Anak-anak, dalam dunia usaha kita juga harus mampu membuat strategi atau cara agar produk yang kita hasilkan banyak peminatnya sehingga akan mampu meningkatkan hasil penjualan dan menambah penghasilan kita. Kalian mau tahu apa itu strategi pemasaran? Mari simak penjelasan dibawah ini.

Pengertian strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.

Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.

Strategi Pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yaitu:

- Produksi
- Pemasaran

- **Konsumsi**

Dalam hal ini, pemasaran menjadi bagian yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Ada beberapa pendapat ahli tentang strategi pemasaran yaitu:

1. **Kotler dan Amstrong**

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran 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, bauran pemasaran, 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 program 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.

(sumber : <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html>)



Sskema marketing mix (Sumber : <https://tinyurl.com/y542e65c>)

4. **Kerajinan Budaya non benda**

Budaya non benda adalah hasil karya yang abstrak, bukan merupakan benda (tari, Puisi, Lagu / Nyanyian, Lambang lambang / Simbol, dll)



Sumber : <https://tinyurl.com/yxjir96x>



Sumber: <https://tinyurl.com/y5b9lt23>

Tarian, puisi, simbol, musik, nyanyian dan simbol itu dapat menjadi sumber inspirasi untuk dikembangkan menjadi produk kerajinan. Setiap daerah dapat mengembangkan kerajinan khas daerahnya dengan mengambil inspirasi dari budaya lokal daerahnya masing-masing.

C. Rangkuman

Dari uraian di atas dapat kita tarik kesimpulan bahwa dalam dunia usaha kita harus memahami beberapa hal agar kita sukses dalam usaha :

1. Dalam dunia usaha tidak akan terlepas dari sebuah proses pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan penghasilan.
2. Konsumen merupakan pemakai barang dan atau jasa
3. Pesaing usaha merupakan kompetitor antar pejual dan pengusaha
4. Strategi pemasaran adalah cara yang dilakukan oleh seorang pengusaha untuk memuaskan konsumen dan memperoleh keuntungan
5. Budaya non budaya adalah hasil karya abstrak bukan benda

D. Latihan Soal

<https://tinyurl.com/y2gxnwzl>

<https://tinyurl.com/y2wtljds>

JAWABAN

1. Suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran. Pengertian tersebut menurut ...
 - a. Phillip Kotler
 - b. Kotler dan amstrong
 - c. Kurtz
 - d. Tjiptono
 - e. Stanton
2. 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, hal ini merupakan pengertian menurut ...
 - a. Phillip Kotler
 - b. Kotler dan amstrong
 - c. Kurtz

- d. Tjiptono
 - e. Stanton
3. Upaya memasarkan suatu produk kerajinan non benda, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.
- a. Strategi promosi
 - b. Strategi pemasaran
 - c. pstrategi
 - d. pemasaran
 - e. promosi
4. Persaingan merupakan hal yang biasa dalam dunia bisnis. ,Pengertian persaingan dalam bahasa inggris adalah ...
- a. Competition
 - b. Competitor
 - c. Compete
 - d. Colleague
 - e. Corporate
5. 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.
- a. Phillip Kotler
 - b. Kotler dan amstrong
 - c. Kurtz
 - d. Tjiptono
 - e. Stanton

Kunci Jawaban

1. A
2. D
3. B
4. A
5. E

Pembahasan

1. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.
2. 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 program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.
3. Strategi adalah perencanaan, pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan untuk menjual produk sehingga strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.
4. Competition adalah bersaingnya para penjual untuk mendapatkan keuntungan
5. 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.

E. Penilaian Diri

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan jujur dan bertanggung jawab!

No.	Pertanyaan	Jawaban	
1	saya mampu mempelajari kegiatan pembelajaran I dengan baik	Ya	Tidak
2	saya mampu menjelaskan konsep konsumen dengan baik	Ya	Tidak
3	saya mampu menerapkan konsep konsumen dalam sebuah permasalahan kontekstual	Ya	Tidak
4	saya mampu menjelaskan konsep pesaing usaha dengan baik	Ya	Tidak
5	saya mampu menerapkan konsep pesaing usaha dalam sebuah permasalahan kontekstual	Ya	Tidak
6	saya mampu menjelaskan konsep strategi dengan baik	Ya	Tidak
7	saya mampu menerapkan strategi pemasaran dalam sebuah permasalahan kontekstual	Ya	Tidak
8	saya mampu menjelaskan konsep budaya non benda dengan baik	Ya	Tidak

9	saya mampu menerapkan konsep budaya non benda dalam sebuah permasalahan kontekstual	Ya	Tidak
---	---	----	-------

- Bila ada jawaban "Tidak", maka segera lakukan review pembelajaran, terutama pada bagian yang masih "Tidak".
- Bila semua jawaban "Ya", maka Anda dapat melanjutkan ke pembelajaran berikutnya

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

RENCANA DAN MEDIA PEMASARAN

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah kegiatan pembelajaran ini diharapkan:

1. menyusun rencana pemasaran hasil produksi usaha kerajinan non benda
2. mengidentifikasi berbagai media pemasaran hasil produksi usaha kerajinan non benda

B. Uraian Materi

Penjualan langsung adalah hasil dari promosi langsung yang dilakukan oleh penjual terhadap pembeli.

Ada beberapa cara yang dapat kita lakukan untuk memasarkan produk. Pemasaran dapat dilakukan melalui promosi dan demo penggunaan produk kepada calon konsumen. Untuk jenis seperti ini, sistem penjualan langsung dapat berupa penjualan satu tingkat *single-level marketing* atau multi tingkat *multi-level marketing*.

Banyak wirausahawan langsung memasarkan dan menjual kepada konsumen tanpa membutuhkan toko atau pramuniaga dan pemasaran produk kerajinan dapat dilakukan dengan cara pemesanan.

Konsumen secara langsung dapat melihat produk ataupun melalui gambar dari produk kerajinan, dan kemudian mememesannya.

Produsen kerajinan selain menjual produk sendiri, dapat juga membentuk kelompok penjual yang akan memasarkan dan menjualkan produknya secara langsung kepada konsumen atau kelompok penjual dapat terdiri dari beberapa tingkatan.

(sumber: <https://segalaserbaserbi.blogspot.com/2020/03/pemasaran-langsung-kerajinan-dengan.html>)

1. Rencana pemasaran

Segala kegiatan yang akan kita lakukan harus direncanakan terlebih dahulu. Suatu perencanaan disusun sebagai pedoman dalam melaksanakan suatu kegiatan, sehingga kegiatan tersebut dapat mencapai tujuan secara maksimal. Philip Kotler menyatakan bahwa rencana pemasaran adalah salah satu keluaran (*output*) yang paling utama dimana perencanaan tersebut dibuat untuk merespon perubahan kondisi. Nah, jadi rencana pemasaran merupakan panduan bagi perusahaan untuk menjalankan strategi – strategi pemasaran yang perlu dilakukan berdasarkan analisis dalam mengantisipasi perubahan keadaan.

2. Produksi

Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia memerlukan barang dan jasa. Suatu kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa disebut produksi. Kegiatan produksi membutuhkan faktor-faktor produksi seperti sumber alam, tenaga kerja, modal dan teknologi. Pada hakekatnya produksi merupakan usaha atau kegiatan yang dilakukan guna menimbulkan kegunaan atau manfaat dari suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup orang banyak.



Sumber : <https://bit.ly/3jsMKBa>

3. Media pemasaran

Anak-anak, dalam sebuah bisnis kita harus mampu mengidentifikasi target pasar yang dituju dan media pemasaran yang digunakan untuk menyampaikan suatu produk kepada pelanggan. Berikut ini, kalian akan mengenal 4 macam media pemasaran yang biasa digunakan dalam sebuah bisnis, yaitu:

1. Media Pemasaran Konvensional
 - a. Radio: ada 3 jenis radio yaitu konvensional (AM/FM), internet, dan satelit.
 - b. Televisi : persaingan pemasaran dalam televisi sangatlah sengit dan memakan biaya besar.
 - c. Media cetak : ada beberapa jenis yaitu koran atau majalah, media cetak online
 - d. Blog dan publikasi online : banyak sekali keuntungan yang bisa kita rasakan seperti ruang lingkup audiens yang lebih luas, ada fitur link untuk terhubung ke dalam website kita, akses yang lebih mudah, dan memiliki kata kunci yang diasosiasikan langsung kepada bisnis kita
2. Penerbitan
 - a. Menulis sebuah buku dalam versi cetak maupun digital..
 - b. Menulis artikel
 - c. Koran

3. Speaking

Melalui speaking kita dapat berhadapan langsung dengan audiens dalam jumlah besar untuk meningkatkan kredibilitas dan penjualan produk kita. Speaking ini dapat melalui beberapa kegiatan seperti workshop, seminar dan konferensi.

4. Sosial Media

Social media adalah suatu bagian yang penting dari sebuah proses pemasaran dan strategi pemasaran secara keseluruhan. Media sosial yang saat ini bisa digunakan dalam pemasaran sebuah produk dan jasa seperti *Instagram, Whatsapp, Line, Facebook, dll*



Sumber : <https://tinyurl.com/yygfnamp>

Sumber : <https://tinyurl.com/y5jdmk4>

Anak-anak, kalian cukup memahami mana media pemasaran yang paling cocok diterapkan untuk sebuah bisnis, kemudian fokus untuk mengembangkan strateginya, karena hal ini akan jauh lebih efektif dan efisien daripada kalian memaksakan menjalankan semuanya tapi hasilnya tidak maksimal.

C. Rangkuman

Anak-anak, dari uraian di atas dapat kita tarik kesimpulan bahwa dalam dunia usaha kita harus mempersiapkan banyak hal:

1. Segala kegiatan yang akan kita lakukan harus direncanakan terlebih dahulu.
2. Suatu perencanaan disusun sebagai pedoman dalam melaksanakan suatu kegiatan, sehingga kegiatan tersebut dapat mencapai tujuan secara maksimal.
3. Suatu kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa disebut produksi
5. Media pemasaran digunakan untuk menyampaikan suatu produk kepada pelanggan.
6. Jenis media pemasaran:
 - a. Media Pemasaran Konvensional
 - b. Penerbitan
 - c. *Speaking*
 - d. Sosial Media

D. Penugasan



Sumber : <https://tinyurl.com/y3wtjnjj>

Sekolahmu merupakan sekolah kewirausahaan yang salah satu programnya adalah membentuk wirausahawan muda di sekolah. Setiap kelas disekolahmu diberi modal oleh pihak sekolah untuk dikelola sebagai modal usaha yang nantinya akan menghasilkan sebuah produk unggulan dari masing-masing kelas. Kamu ditunjuk untuk menjadi seorang manager dan penanggung jawab atas modal yang diberikan oleh sekolah. Nah dengan memanfaatkan sumber daya sekitar , jawablah pertanyaan berikut

1. Buatlah sebuah rencana bisnis dari topik yang telah diberikan diatas
2. Pilih salah satu media promosi yang kalian pahami dan dapat kalian gunakan dalam memasarkan produk kalian
3. Tuliskan dan gambarkan media promosi dan strategi bisnis yang kamu pilih
4. Presentasikan hasil kerjamu di depan kelas!

E. Latihan Soal

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan benar dan tepat!

1. Sebutkan 4 (empat) jenis media pemasaran yang biasa digunakan dalam sebuah bisnis
2. Jelaskan yang dimaksud dengan penjualan langsung
3. Sebutkan media pemasaran konvensional

Kunci Jawaban

1.
 - a. media konvensional
 - b. speaking
 - c. Penertiban
 - d. Sosial media
2. Penjualan langsung adalah adalah hasil dari promosi langsung yang dilakukan oleh penjual terhadap pembeli.
3. Jenis media konvensional, yaitu :
 - a. Radio: ada 3 jenis radio yaitu konvensional (AM/FM), internet, dan satelit.
 - b. Televisi : persaingan pemasaran dalam televisi sangatlah sengit dan memakan biaya besar.
 - c. Media cetak : ada beberapa jenis yaitu koran atau majalah, media cetak online
 - d. Blog dan publikasi online : banyak sekali keuntungan yang bisa kita rasakan seperti ruang lingkup audiens yang lebih luas, ada fitur link untuk terhubung ke dalam website kita, akses yang lebih mudah, dan memiliki kata kunci yang diasosiasikan langsung ke

Pembahasan

- 1 Media pemasaran adalah alat yang digunakan untuk sarana menjual produk kerajinan Inspirasi non benda
2. Penjualan langsung merupakan teknik yang dilakukan untuk menjual produk kerajinan non benda,
3. Media pemasaran konvensional merupakan media yang digunakan tanpa menggunakan internet

F. Penilaian Diri

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan jujur dan bertanggung jawab!

No.	Pertanyaan	Jawaban	
1	saya mampu mempelajari kegiatan pembelajaran II dengan baik	Ya	Tidak
2	saya mampu menjelaskan konsep rencana pemasaran dengan baik	Ya	Tidak
3	saya mampu menerapkan konsep rencana pemasaran dalam sebuah permasalahan kontekstual	Ya	Tidak
4	saya mampu menjelaskan konsep produksi usaha dengan baik	Ya	Tidak
5	saya mampu menerapkan konsep produksi usaha dalam sebuah permasalahan kontekstual	Ya	Tidak
6	saya mampu menjelaskan konsep media pemasaran dengan baik	Ya	Tidak
7	saya mampu menerapkan penggunaan media pemasaran dalam sebuah permasalahan kontekstual	Ya	Tidak

- Bila ada jawaban "Tidak", maka segera lakukan review pembelajaran, terutama pada bagian yang masih "Tidak".
- Bila semua jawaban "Ya", maka Anda dapat melanjutkan ke pembelajaran berikutnya.

EVALUASI

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan benar dan tepat!

1. Kebudayaan non benda adalah
 - A. Kebudayaan yang mengacu pada hasil karya bersifat abstrak, bukan berwujud, dan diturunkan antar generasi
 - B. Kebudayaan yang berdasarkan atas hasil karya dalam bentuk material konkret/ benda nyata
 - C. Kebudayaan hasil dari akulturasi suku
 - D. Kebudayaan yang mengacu pada hasil karya seniman tradisional jaman dahulu
 - E. Kebudayaan yang berdasarkan atas warisan leluhur yang dilestarikan

2. Sistem penjualan langsung adalah...
 - A. Double multi-level marketing
 - B. Triangle multi-level marketing
 - C. Single multi-level marketing
 - D. Multiply level marketing
 - E. Increasing multi-level marketing

3. Perusahaan yang memiliki usaha di bidang penjualan langsung wajib memiliki...
 - A. Surat izin gangguan
 - B. Surat izin perdagangan usaha
 - C. Surat izin mendirikan bangunan
 - D. Surat izin usaha penjualan langsung
 - E. Surat izin tempat usaha

4. Memilih pelanggan sasaran, mengidentifikasi kebutuhan dan keinginannya, serta menetapkan bauran pemasaran yang sesuai merupakan contoh implementasi fungsi perencanaan manajemen dari ...
 - A. Promosi
 - B. Strategi
 - C. Tujuan
 - D. Sasaran
 - E. Rencana

5. Salah satu masalah pokok yang digunakan untuk mengembangkan program pemasaran adalah ...
 - A. Terbatasnya jumlah pegawai yang kompeten
 - B. Bagaimana perusahaan mengalokasikan anggaran pada masing-masing alat bauran pemasaran
 - C. Mengidentifikasi target penjualan pesaing
 - D. Tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk perusahaan
 - E. Penjualan produk murah

6. Jika Anda membeli barang dan jasa untuk dijual kembali guna memperoleh laba maka anda tergolong dalam kelompok...
 - A. Pasar internasional
 - B. Pasar bisnis
 - C. Pasar penjual
 - D. Pasar pemerintah

- E. Pasar tradisional
7. Ukuran perusahaan yang digunakan dan pola pertumbuhan adalah faktor-faktor yang digunakan perusahaan untuk mensegmentasikan
- A. Pasar konsumen
 - B. Produk
 - C. Harga
 - D. Pasar bisnis
 - E. Promosi
8. Salah satu persyaratan atau faktor yang harus dipertimbangkan untuk menunjang upaya mensegmentasikan pasar secara efektif adalah
- A. Bahasa yang digunakan
 - B. Segmen pasar yang cukup luas
 - C. Pola pertumbuhan
 - D. Jenis industri
 - E. Segmen konsumen
9. Konsumen mempunyai preferensi yang sama, baik kualitas maupun harga adalah ciri preferensi
- A. Homogen
 - B. Menyebar
 - C. Mengelompok
 - D. Homogenitas pasar
 - E. Homogen dan menyebar
10. Aktivitas mental dan fisik seseorang yang secara nyata menggunakan barang dan jasa yang dibeli adalah definisi
- A. Perilaku pembelian pelanggan
 - B. Perilaku sosial pembeli
 - C. Perilaku konsumen
 - D. Perilaku pasar
 - E. Perilaku pasar dan konsumen

Kunci Jawaban

1. A

2. C

3. D.

4. B

5. B

6. B

7. A

8. B

9. D

10 D

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 Az. Nasution, Konsumen dan Hukum, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, h. 19
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Boon, Kurtz (2008). Contemporary Marketing ., New York: Sount-West Cengage Learning., Prakarya dan Kewirausahaan, Kemdikbud RI, 2018
- <http://repository.uin-suska.ac.id/6594/4/BAB%20III> diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <https://www.pelajaran.co.id/2020/19/pengertian-persaingan-usaha.html> diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <http://digilib.polban.ac.id/files/disk1/88/jbptppolban-gdl-loftyraini-4363-2-bab2--4>. diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <http://digilib.unila.ac.id/722/10/BAB%20II> diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <https://bit.ly/3jyEy2d> diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <https://bit.ly/3hPWYVh> diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <https://www.pahlevi.net/jenis-jenis-promosi/> diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <https://www.harmony.co.id/blog/pengertian-pemasaran-langsung-beserta-contohnya> diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <https://tinyurl.com/y3wtjnjj> diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <https://tinyurl.com/yygfnamp> diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <https://tinyurl.com/y5jdmk4> diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <https://bit.ly/3jsMKBa> diunduh tanggal 3 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB
- <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html> (Diakses tanggal 27 Oktober 2020 : 14.45)
- <https://segalaserbaserbi.blogspot.com/2020/03/pemasaran-langsung-kerajinan-dengan.html> (Diakses tanggal 27 Oktober 2020 : 17.30)