

**KISI-KISI KOMPETENSI KEAHLIAN PEMASARAN TAHUN 2021**  
**Mata Pelajaran : Produktif Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP)**  
**US SMK PRISMA TP 2020-2021**

No.	Kompetensi Dasar	Materi	Indikator Soal	Level Kognetive	Paket	Redaksi Soal danPilihan Jawaban
1	Menganalisis peluang bisnis dengan analisis SWOT	Analisa SWOT	Peserta didik dapat menganalisis peluang bisnis dengan analisis SWOT secara tepat	C2	A	<p>Jumlah kematian akibat epidemi virus corona china korban 902 orang penduduk yang paling parah pada abad 21 ini wabah diawali muncul pada desember lalu dimana semua perusahaan industry dan pabrik fasilitas umum kereta api semuanya ditutup dan menyebabkan harga masker terbilang mahal, sekiranya 10 lembarsehargaRp. 3.000.000,00. Tuan ahmad sebagai enterpenur ingin membuat industri masker dan ingin melakukan export ke china, dalam analisa SWOT berarti ahmad telah menerapkan ...</p> <p>a. Strenght</p> <p>b. Weaknesses</p> <p>c. Opportunities</p> <p>d. Threats</p>

						e. Opportunities & weaknesses
2.	Menganalisis Perencanaan bauran Pemasaran	Bauran Produk	Peserta didik dapat melaksanakan kombinasi dari variabel pemasaran	C3	A	<p>Bauran pemasaran terdiri atas segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya, kemungkinan-kemungkinan itu dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang dikenal dengan “empat P. Yang tidak termasuk dalam 4 P adalah...</p> <p>a. Product b. Price c. Promotion d. Produsen e. Place</p>
3	Menerapkan prosedur pengurusan surat izin usaha	Surat Izin Usaha	Peserta didik menerapkan prosedur pengurusan surat Izin Usaha	C3	A	<p>Agar legalitas usaha secara hukum diakui maka seorang pengusaha dalam menjalankan usaha perdagangannya harus mengurus SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) baik skala besar maupun kecil, syarat – syarat persyaratan SIUP yang berbentuk PT ...</p> <p>a. KTP Penanggungjawab/ direktur b. Kartu keluarga dan NPWP c. Izin gangguan/ HO d. Dokumen paspor e. a,b &amp;c benar</p>
4	Melakukan negosiasi	Teknik negosiasi	Disajikan suatu gambaran mengenai karakter calon pelanggan, peserta didik mampu memilih teknik negosiasi yang tepat untuk pelanggan tersebut	C3	A	<p>Jika dalam suatu negosiasi bisnis Anda mendapatkan apa yang Anda inginkan, maka sikap Anda adalah....</p> <p>a. Menyadari bahwa pihak Anda memang masih banyak kekurangan b. Mengusahakan jalan pintas yang tidak baik c. Memperjuangkannya lagi di lain kesempatan</p>

						<p>d. Merendahkan pihak lawan</p> <p><b>e. Tetap bersikap rendah hati</b></p>
5	Menganalisis Presentasi Bisnis	Presentasi Bisnis	Peserta didik dapat memilih struktur teks negosiasi bisnis yang tepat	C4	A	<p>Pilihlah struktur teks negosiasi, berikut ini dengan benar</p> <p>a. <b>Orientasi –permintaan- pemenuhan- penawaran- persetujuan- pembelian- penutup</b></p> <p>b. Orientasi &amp; Penutup</p> <p>c. Orientasi – isi - penutup</p> <p>d. Orientasi- permintaan- penawaran- penutup</p> <p>e. Pembukaan - isi- pemulihan – penutup</p>
6	Menerapkan prosedur penulisan surat niaga dalam bidang bisnis	Surat penawaran	Disajikan pernyataan berupa tujuan presentasi bisnis, peserta didik dapat menganalisis presentasi dengan benar	C3	A	<p>Hal penting yang harus dicantumkan di dalam surat penawaran barang/ jasa. Berikut ini adalah poin-poin penting yang harus dijelaskan di dalam surat penawaran, kecuali ...</p> <p>a. Nama perusahaan yang memberikan penawaran</p> <p>b. Jumlah stok barang/ jasa, merek dan harga yang ditawarkan kepada konsumen</p> <p>c. Syarat atau opsi cara pembayaran produk, misalnya pembayaran lunas di awal, sistem DP, bayar di tempat, dan lainnya</p> <p>d. Menjelaskan mengenai mutu produk yang ditawarkan</p> <p><b>e. Tata Cara menawarkan barang</b></p>
7	Menerapkan perencanaan bauran pemasaran	Perencanaan harga	Disajikan data tentang perhitungan harga beserta denda, peserta didik dapat menilai jumlah pembayarang dengan benar	C3	A	<p>PT. Gunung Agung menjual buku kepada Toko Buku Prima sebanyak 100 exemplar @Rp. 75.000,-, dengan pembayaran secara kredit dengan tempo 2 minggu. Jika melebihi waktu yang disepakati, denda 15%. Anda diminta menghitung jumlah pembayaran beserta denda. Berapakah jumlah pembayaran yang</p>

						<p>disampaikan kepada pelanggan adalah ....</p> <p>a. Rp. 7.625.000,-</p> <p><b>b. Rp 8.625.000,-</b></p> <p>c. Rp 8.725.000,-</p> <p>d. Rp 9.525.000,-</p> <p>e. Rp 9.625.000,-</p>
8	Menganalisis teknik memperoleh modal usaha	Modal Usaha	Peserta didik dapat menganalisis teknik memperoleh modal usaha	C2	A	<p>cara memperoleh modal usaha yang hendak memulai</p> <p>Cara memperoleh modal usaha yang hendak memulai bisnis skala kecil maupun menengah. Ada beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk mendapatkan dana usaha, diantaranya kecuali ...</p> <p>a. Dana sendiri</p> <p>b. Dana Hibah</p> <p>c. Menjalin kerjasama</p> <p>d. Mengajukan pinjaman</p> <p><b>e. Dana saham</b></p>
9	Menjelaskan pengertian pasar	Pengertian Pasar	Peserta didik mampu menjelaskan pengertian pasar	C1	A	<p>Pasar adalah sekumpulan orang yang ingin meraih kepuasan dengan menggunakan uang untuk berbelanja serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uangnya, merupakan pengertian pasar dari pendapat ....</p> <p><b>a. William J. Stanton</b></p> <p>b. Kotler</p> <p>c. Amstrong</p> <p>d. Dr. Winardi, SE</p> <p>e. Simamora</p>
10	Mendeskripsikan pengertian bisnis online	Pengertian bisnis online	Peserta didik dapat menjelaskan pengertian bisnis online	C1	A	<p>Kegiatan bisnis yang dilakukan melalui website, blog maupun akun sosial media merupakan jenis penjualan ....</p> <p>a. Langsung</p> <p><b>b. Online</b></p> <p>c. Tidak Langsung</p> <p>d. Tatap muka</p>


						e. Multilevel marketing
11	Melakukan langkah-langkah analisa pasar	Analisa pasar	Disajikan ilustrasi suatu kegiatan dalam salah satu tahap analisa pasar, siswa dapat melanjutkan langkah langkah analisa pasar	C3	A	<p>Analisa pasar merupakan hal penting untuk menentukan pasar baru. Hasil dari analisa pasar akan bermanfaat untuk mengetahui potensi bisnis yang ada dan berapa lama suatu bisnis dapat bertahan.</p> <p>Langkah-langkah analisa pasar yaitu</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menguraikan struktur produk pasar</li> <li>2. Menganalisis pasar target potensial</li> <li>3. Mendefinisikan pasar yang relevan</li> <li>4. Menganalisis kebutuhan primer untuk pasar yang relevan</li> <li>5. Menganalisis kebutuhan selektif dalam pasar relevan</li> </ol> <p><i>Urutan yang tepat untuk melakukan langkah analisa pasar adalah ....</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. 1-2-3-4-5</li> <li><b>b. 1-3-4-5-2</b></li> <li>c. 2-3-1-5-4</li> <li>d. 1-4-2-3-5</li> <li>e. 3-2-1-5-4</li> </ol>
12	Menganalisis promosi penataan produk dan loyalitas pelanggan	promosi penataan produk dan loyalitas pelanggan	Peserta didik dapat menganalisis promosi penataan produk dan loyalitas pelanggan	C3	A	<p>Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah...</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. penawaran dan pembelian</li> <li><b>b. harga dan kebiasaan</b></li> <li>c. tingkat pendidikan dan strata kehidupan</li> <li>d. budaya dan faktor alam</li> <li>e. faktor usia dan pendidikan</li> </ol>
13	Menerapkan strategi STP	Analisis STP	Peserta didik dapat menerapkan strategi STP untuk mengatasi kegagalan usaha	C2	A	Sebagai wirausahawan muda, pak Tomy akan mencoba keberuntungan di bidang kuliner, lebih tepatnya beliau akan membuka stand bakso di






						<p>sebuah maal di Jakarta. Untuk dapat mencapai segmentasi pasar yang sudah ditetapkan, maka kebijakan produknya sebagai berikut, kecuali .....</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Harganya relatif mahal</li> <li><b>Konsumennya anak-anak</b></li> <li>Rasanya enak dan spesial</li> <li>Tempatnya nyaman dan terkesan mewah</li> <li>Terdiri dari berbagai pilihan menu dan rasa bakso</li> </ol>
14	Menerapkan strategi merk pada suatu produk	Strategi merk	Peserta didik mampu menentukan penerapan strategi merk yang digunakan perusahaan dengan tepat	C2	A	<p>PT. Unilever memproduksi produk shampoo Sunsilk, setiap tahun selalu melakukan inovasi dengan membuat produk baru atau produk tambahan dengan menggunakan nama yang sama, tetapi dengan tambahan atau feature tertentu, seperti bentuk, ukuran, kemasan, dan variant, strategi yang digunakan PT. Unilever untuk produk shampoo sunsilk adalah....</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Strategi perluasan lini produk</b></li> <li>Strategi perluasan merek</li> <li>Strategi banyak merek</li> <li>Strategi merek baru</li> <li>Strategi merek bersama</li> </ol>
15	Mendeskripsikan pengertian website	Website	Peserta didik dapat menentukan website berdasarkan ilustrasi yang dibuat	C2	A	<p>Sign up adalah cara yang digunakan untuk....</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Masuk email</b></li> <li>Penghapus email</li> <li>Membuat email baru</li> <li>Mengubah email</li> <li>Mengirim email</li> </ol>

16	Memahami langkah-langkah pembuatan email	Pembuatan email	Peserta didik dapat mengurutkan langkah-langkah pembuatan email	C2	A	<p>Berikuta dalam langkah-langkah membuat email, yaitu.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Klik <i>create an account</i>, sebuah kotak akan terbuka</li> <li>2. Isi data diri anda dengan lengkap</li> <li>3. Masukkan alamat <a href="http://www.gmail.com">www.gmail.com</a> pada web browser anda</li> <li>4. Isi semua kolom yang belum terisi dengan data yang benar</li> <li>5. Klik <i>next step</i>, akan muncul <i>agreement</i> atau kotak persyaratan, klik pada <i>Agree</i></li> </ol> <p><b>Urutan yang benar dalam langkah-langkah membuat email adalah.....</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>A. 1, 2, 3, 4, 5</li> <li>B. 1, 3, 5, 2, 4</li> <li>C. 2, 1, 3, 4, 5</li> <li><b>D. 3, 1, 2, 4, 5</b></li> <li>E. 5, 4, 3, 2, 1</li> </ol> <p><b>A. Dapat di laksanakan</b></p>
17	Memahami langkah-langkah pembuatan sosial media	Pembuatan sosial media	Peserta didik dapat mengurutkan langkah-langkah pembuatan akun sosial media	C2	A	<p>Perhatikan susunan langkah pembuatan akun instagram berikut dibawah ini :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Silakan anda pilih, daftar instagram menggunakan email atau nomor ponsel (phone).</li> <li>2. Selamat, akun instagram anda berhasil dibuat</li> <li>3. Masukkan nama beserta pasword yg anda inginkan Kemudian pilih Next.</li> <li>4. Masukkan username yang anda inginkan</li> <li>5. Pilih Sign up untuk membuat akun instagram pada laman istagram.</li> </ol> <p><b>Manakah urutan langkah-langkah dalam membuat akun instagram yang benar?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>A. 1-3-2-5-4</li> <li>B. 1-2-4-3-5</li> <li>C. 3-2-1-4-5</li> <li>E. 5-1-4-3-2</li> </ol>


						C. 2-3-4-5-1
18	Menerapkan pemasaran online menggunakan media sosial		Peserta didik dapat menerapkan pemasaran Ol menggunakan media sosial sesuai kebutuhan	C2	A	<p>Jika ingin mengembangkan bisnis dengan mendapat peluang jaringan B2B ( business to business ) maka cara yang efektif untuk mendapatkannya adalah dengan...</p> <p>a. Twitter b. Facebook c. E-mail d. Pinterest e. <b>LinkedIn</b></p>
19	Menjelaskan iklan PPC melalui google adwords	Iklan media internet	Peserta didik mampu menjelaskan iklan PPC melalui Google Adwords dengan benar	C2	A	<p><i>Traffic cellular</i> saat ini menjadi sangat penting karena penggunaan <i>smartphone</i> terus meningkat dan jaringan data 4G semakin berkembang, bahkan saat ini kita sedang dalam tahap berpindah ke 5G. Banyak orang melirik <i>smartphone</i> dan mengakses media sosial bahkan di tengah-tengah pekerjaan penting mereka, lihat saja orang-orang di sekitarmu. Kehadiran <i>Facebook Ads</i> ini pada akhirnya juga memberikan kesempatan untuk mendapatkan akses 20 ke <i>audience</i> seluler sehingga pesan iklan yang kamu pasang pasti sampai di layar ponsel mereka dalam bentuk .....</p> <p>A. Facebook Ads                      D. Twitter ads B. Instagram Ads                    E. Google Ads <b>C. Social Advertising</b></p>





20	Memahami jenis-jenis blog	Jenis Blog	Peserta didik dapat menentukan jenis blog berdasarkan gambar dengan tepat	C2	A	 <p>Gambar di atas adalah sebuah contoh blog, dari segi tampilan dan isi, blok ini termasuk jenis</p> <p>A. Facebook Ads                      D. Twitter ads  B. Instagram Ads                      E. Google Ads  <b>C. Social Advertising</b></p>
21	Menganalisa strategi diferensiasi produk	Strategi diferensiasi produk	Peserta didik dapat menganalisa untuk mengevaluasi strategi diferensiasi produk yang paling tepat	C2	A	<p>Keunggulan motor-motor dan mobil-mobil Jepang dari Amerika dan Eropa, salah satunya disebabkan oleh keunggulan jaringan bengkel dan toko spare-part sampai ke kota-kota kecil, dikatakan juga bahwa montir-montirnya ahli (expertise) dan selama ini terbukti keunggulannya (performance). Untuk mengimbangi kondisi tersebut, Motor Bangau dari Jialing, dalam iklan yang diperankan Rano Karno dan Basuki, menekankan ketersediaan spare-part yang tersedia banyak dan dimana saja sebagai keunggulan motor itu. Ilustrasi tersebut menggambarkan jenis diferensiasi ....</p> <p>a. Diferensiasi Produk Utama  b. Diferensiasi Layanan Tambahan  c. Diferensiasi Personil  d. <b>Diferensiasi Saluran</b>  e. Diferensiasi mutu</p>
22	Menganalisis Riset Pasar Dan	Riset Pasar Dan Informasi	Peserta didik dapat menganalisa produk yang	C2	A	<p>Gambar dibawah ini yang tidak termasuk produk inovasi adalah.....</p>


	Informasi Pemasaran	Pemasaran	termasuk produk inovasi dengan tepat			    <p>a. </p> <p>e.</p>
23	Memahami jenis-jenis usaha ritel	Peserta didik dapat mengenali jenis ritel	Peserta didik dapat mengenali jenis ritel	C2	A	<p>Berikut ini adalah ciri – ciri dari suatu usahar itel :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang dijual tidak dipajang terbuka</li> <li>2. Menawarkan tempat yang lebih luas</li> <li>3. Pencatatan penjualan sangats ederhana</li> <li>4. Memiliki system manajemen yang terkelola dengan sangat baik dan hati – hati</li> <li>5. Kurang memperhatikan pemasok</li> <li>6. Menawarkan tingkat kenyamanan yang tinggi dalam berbelanja</li> </ol> <p><b>Berdasarkan ciri – ciri tersebut, jenis ritel modern ditunjukkan oleh nomor ...</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. 1, 2, 3</li> <li>b. 1, 3, 5</li> <li>c. 2, 3, 4</li> <li><b>d. 2, 4, 6</b></li> <li>e. 4, 5, 6</li> </ol>
24	Menentukan bauran public relation	Contoh kegiatan bisnis retail	Peserta didik dapat menentukan bauran public relation yang digunakan pada even	C1	A	<p>Pada hariSelasa, 12 Maret 2019, Kementrian Perdagangan bekerjasama dengan Badan Perlindungan Konsumen Nasional( BPKN ) RI menyelenggarakan HariKonsumen Nasional ( Harkonas ) 2019 bertajuk “Saatnya Konsumen Berdaya”. Pada kampanye ini, pemerintah yang memiliki peran penting untuk memastikan ha kkonsumen dapat terlindungi.</p> <p>Sebagai peritel no. 1 di Indonesia, Transmart turut serta</p>





						<p>memberikan dukungan. Bentuk dukungan yang diberikan peritel pemilik konsep 4 in 1 ini, yaitu dengan menghadirkan beragam promo pada pekan special yang bertajuk “Seseruan 11 Hari “ periode 7 -17 Maret 2019.</p> <p>Transmart pun memfasilitasi area untukacaralombamenggambartingkat SD rancangan BKPN RI dan Kemendagri di Transmart BuahBatu Bandung.</p> <p><b><i>Dari kegiatan/event tersebut, bauran public relation yang digunakanadalah ...</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Publikasi</li> <li>b. Information and image</li> <li>c. Lobbying and negotiation</li> <li><b>d. Social responsibility</b></li> <li>e. News</li> </ul>
25	Mementukan jenis waralaba	Model waralaba	Peserta didik dapat menentukan jenis waralaba	C1	A	<p>Dalam kehidupan sehari-hari kita tentu banyak sekali memanfaatkan berbagai lembaga waralaba, misalnya saat kita berbelanja berbagai kebutuhan di minimarket, selain minimarket kita juga sering sekali berbelanja di outlet-outlet penjualan barang seperti handphone maupun makanan-makanan bermerk luar negeri. Saat ini bisnis waralaba sudah menjamur dalam kehidupan sehari-hari mulai dari berbagai jasa seperti ojek online sampai dengan online shop. Berikut yang termasuk contoh bisnis waralaba dalam kategori di bidang makanan adalah....</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Star Buck,Thai Tea, TEGUK, HAUS</li> <li><b>b. Hoka-Hota Bento, Pizza Hut, Mc Donald, Geprek Bensu</b></li> <li>c. Lazada,Shopee, Zalora, BukaLapak</li> <li>d. Giant, Care Four, Tip Top</li> <li>e. Indomart, Alfa mart, Alfa Midi, Idol mart</li> </ul>

26	Melaksanakan perhitungan nilai persediaan	Nilai persediaan	Peserta didik dapat menghitung nilai persediaan dengan menerapkan metode LIFO	C2	A	<table><tr><th>No</th><th>NamaBarang</th><th>TanggalPembelian</th><th>Quantitas</th><th>Jumlah</th><th></th></tr><tr><td>1</td><td>Pasta Gigi Pepsodent 375 Gr @ Rp 12.500</td><td>1 / 2 / 2020</td><td>24</td><td>Rp 300.000</td><td></td></tr><tr><td>2</td><td>Pasta Gigi Pepsodent 375 Gr @Rp 15.000</td><td>6 / 2 / 2020</td><td>24</td><td>Rp 360.000</td><td></td></tr><tr><td>3</td><td>IndomieAyam special 85 gr@Rp 2800</td><td>20/ 2 / 2020</td><td>40</td><td>Rp 112.000</td><td></td></tr><tr><td>4</td><td>KecapBango 125 gr @Rp 18.000</td><td>26/ 2 / 2020</td><td>30</td><td>Rp 540.000</td><td></td></tr><tr><td>5</td><td>KecapBango 125 gr @ Rp 18.500</td><td>27 / 2 / 2020</td><td>30</td><td>Rp 555.000</td><td></td></tr></table> <p>Dari data diatas, dengan menggunakan metode LIFO jumlah persediaan Pasta gigi Pepsodent 375 Gr adalah berjumlah :</p> <p>a. 4 b. 14 c. 20 d. 24 e. Tidak tersisa</p>	No	NamaBarang	TanggalPembelian	Quantitas	Jumlah		1	Pasta Gigi Pepsodent 375 Gr @ Rp 12.500	1 / 2 / 2020	24	Rp 300.000		2	Pasta Gigi Pepsodent 375 Gr @Rp 15.000	6 / 2 / 2020	24	Rp 360.000		3	IndomieAyam special 85 gr@Rp 2800	20/ 2 / 2020	40	Rp 112.000		4	KecapBango 125 gr @Rp 18.000	26/ 2 / 2020	30	Rp 540.000		5	KecapBango 125 gr @ Rp 18.500	27 / 2 / 2020	30	Rp 555.000	
No	NamaBarang	TanggalPembelian	Quantitas	Jumlah																																						
1	Pasta Gigi Pepsodent 375 Gr @ Rp 12.500	1 / 2 / 2020	24	Rp 300.000																																						
2	Pasta Gigi Pepsodent 375 Gr @Rp 15.000	6 / 2 / 2020	24	Rp 360.000																																						
3	IndomieAyam special 85 gr@Rp 2800	20/ 2 / 2020	40	Rp 112.000																																						
4	KecapBango 125 gr @Rp 18.000	26/ 2 / 2020	30	Rp 540.000																																						
5	KecapBango 125 gr @ Rp 18.500	27 / 2 / 2020	30	Rp 555.000																																						
27	Memahami bentuk penjualan	Marketing Mix	Peserta didik dapat menganalisis dokumen-dokumen yang digunakan untuk melakukan stock opname	C3	A	 <p>Berdasarkan gambar di atas bentuk penjualan langsung yang sesuai adalah . . .</p> <p>a. Sales promotion b. Personal selling c. Direct respon marketing d. Merchandising dan point of purchase</p>																																				

						e. Multi Level Marketing
28	Memahami perkembangan produk	Model pengembangan produk	Peserta didik dapat menganalisa macam-macam pengembangan produk	C2	A	<p>Gambar dibawah ini menunjukan .....</p>  <p>a. Adanya keseragaman produk  b. Terdapat banyak produk yang sama  <b>c. Terdapat diferensiasi produk</b>  d. Produk tersebut banyak diminati  e. Produk tersebut merupakan produk konsumtif</p>
29	Memahami kasus perilaku konsumen	Perilaku konsumen	Peserta didik dapat menganalisis perilaku konsumen	C1	A	<p>Respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian disebut dengan...</p> <p>a. pelayanan  b. purna Jual  <b>c. ketidakpuasan Pelanggan</b>  d. customer Service  e. buying Service</p>

30	Memahami fixture barang	Fixture penataan produk	Peserta didik dapat menjelaskan fixture yang digunakan untuk penataan produk	C1	A	 <p>Berdasarkan gambar disamping merupakan media display yang digunakan dalam penataan barang yang dikenal dengan nama....</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>chelving</li> <li>gondola</li> <li>end chelving</li> <li><b>hambalan</b></li> <li>frozen Island</li> </ol>
31.	Memahami dasar dasar pemasaran	Riset dan Pemasaran	Siswa dapat memahami/ menetapkan tujuan perencanaan	C3	B	<p>Tahapan pertama yang perlu dilakukan manajemen dalam proses perencanaan strategi adalah.....</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Memiliki startegi dan taktik</b></li> <li>Mengevaluasi hasil</li> <li>Menetapkan tujuan</li> <li>Menganalisa situasi bisnis</li> <li>Menetapkan harga pokok</li> </ol>
32	Menerapkan SOP penataanproduk	SOP penataan produk	Siswa mampu memilih SOP penataan produk produk <i>drink, food, fresh</i> dan kosmetik di supermarket	C2	A	<p>SOP display swalayan untuk barang supermarket paling awal yang harus diperhatikan adalah penggunaan ruangan. Penggunaan ruangan harus disesuaikan dengan .....</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>harga produk</li> <li>warna produk</li> </ol>

						c. mutu produk d. besar kecilnya produk <b>e. katagori produk dan ukuran produk</b>
33	Menerapkan SOP display	SOP Display	Peserta didik menerapkan SOP display	C2	A	Perhatikan pernyataan berikut: 1. Menghindari kegagalan, keraguan dan duplikasi 2. Penilaian kinerja baik dan tidaknya display produk 3. Sebagai dasar hukum bila terjadi penyimpangan 4. Agar mengetahui dengan jelas peran dan fungsi tiap-tiap posisi dalam organisasi 5. Merindungi organisasi dari mal praktik atau kesalahan administrasi lainnya <b><i>Yang termasuk tujuan SOP Display adalah....</i></b> a. 1,2,5 b. 2,4,5 <b>c. 1,4,5</b> d. 3,4,5 e. 1,2,3
34	Menyajikan gambar tampilan penataan barang	Tampilan penataan barang	Siswa mampu mengevaluasi tampilan penataan barang	C2	A	Penempatan barang supermarket yang sejenis berderet ke arah vertikal atau atas bawah dan merek barang juga harus terlihat di bagian muka secara vertikal. Gambar manakah yang merupakan penempatan barang secara vertikal! 


						<p>b.</p>  <p>c.</p>  <p>d.</p>  <p>e.</p> 
35	Memahami SOP administrasi transaksi	SOP administrasi transaksi	Siswa dapat menjelaskan SOP administrasi pada alur kegiatan transaksi	C1	A	<p>Di bawah ini menunjukkan SOP transaksi</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelanggan memesan sepatu</li> <li>2. Pihak penjual mengkonfirmasi pemesanan ke pelanggan</li> <li>3. Pihak penjual melakukan pengecekan barang yang dipesan</li> <li>4. Pelanggan melakukan pembayaran</li> <li>5. Barang diterima oleh pelanggan</li> </ol>



						<p><b>SOP diatas menunjukkan bentuk SOP.....</b></p> <p><b>a. Pembelian tunai</b></p> <p>b. Pembelian kredit</p> <p>c. Penjualan COD</p> <p>d. Pembuatan sepatu</p> <p>e. Pembelian bayar di belakang</p>
36	Melaksanakan pencatatan bukti transaksi	Bukti transaksi	Siswa dapat menerapkan pencatatan bukti transaksi sesuai prosedur	C2	A	<p>Ibu Ani staf tata usaha sebuah sekolah membeli alat tulis kantor di toko buku "ABC" : 1 dus Spidol Rp.100.000, Kertas HVS A4 5 rim Rp. 150.000, dan Map Bisnis 1 lusin Rp. 35.000. Pada pembelian tersebut ibu Ani memperoleh Bukti transaksi berupa :.....</p> <p>a. Faktur</p> <p>b. Nota Debet</p> <p><b>c. Nota Kontan</b></p> <p>d. Cek</p> <p>e. Bilyet Giro</p>
37	Memahami kegiatan transaksi di internet	Langkah pembuatan bukti transaksi di internet	Peserta didik dapat mengurutkan langkah-langkah pembuatan bukti transaksi di internet	C1	A	<p>Proses <i>e-commerce</i> dapat dilakukan dengan cara konsumen berkunjung ke <i>website</i> merchant untuk melihat dan memilih produk yang diinginkan. Lalu konsumen setuju untuk membeli di merchant dan memberi instruksi pembelian online ke merchant. Setelah itu, prinsip pembayarannya tidak jauh berbeda dengan dunia nyata, hanya saja semua metode yang ditawarkan menggunakan teknologi canggih. Perhatikanlah pernyataan berikut ini terkait dengan mekanisme transaksi di <i>e-commerce</i>!</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mempunyai email <i>address</i></li> <li>2) Customer menuliskan nama produk, jumlah produk, alamat pengiriman dan metode pembayaran</li> <li>3) Customer menerima konfirmasi barang yang dipesan</li> </ol>

						<p>4) Customer diminta untuk mengirimkan salinan dari informasi <i>credit card</i> atau media pembayaran lain</p> <p>5) Pihak ketiga mengeluarkan kartu untuk customer</p> <p>6) Setelah dinyatakan sah, beberapa hari kemudian barang yang dipesan sampai tujuan.</p> <p><b>Bagaimana urutan mekanisme transaksi e-commerce yang tepat melalui email ...</b></p> <p><b>a. (1), (2), (3), (4), (5), dan (6)</b></p> <p>b. (2), (3), (5), (6), (1), dan (4)</p> <p>c. (1), (2), (3), (6), (4), dan (5)</p> <p>d. (2), (3), (1), (4), (5), dan (6)</p> <p>e. (1), (2), (4), (3), (5), dan (6)</p>
38	Melaksanakan langkah pengoperasian mesin pembayaran tunai	Langkah pengoperasian mesin pembayaran tunai	Peserta didik dapat menerapkan langkah pengoperasian mesin pembayaran tunai untuk melayani transaksi	C3	A	<p>Seorang konsumen membeli 2 pcs pasta gigi dengan kode barang 180 PLU seharga Rp 6.500,00 dan konsumen tersebut memperoleh diskon sebesar 2 %, pembayaran dilakukan secara tunai. Apabila transaksi tersebut dicatat dengan Cash Register Casio SE-S400 maka caranya adalah ...</p> <p>a. Ketik Rp 6.500,00 lalu tekan 2 x Kode Barang (180 PLU) lalu tekan Subtotal</p> <p>b. Rp 6.500 x 2 lalu ketik 180 PLU lalu ketik 2 % lalu tekan Subtotal</p> <p><b>c. Ketik 2 x Kode Barang (180 PLU) lalu ketik 2 % lalu tekan Subtotal</b></p> <p>d. Ketik 180 PLU x 2 lalu ketik 2 % lalu tekan Subtotal</p> <p>e. Ketik 2 % lalu tekan Kode Barang 180 PLU X 2 lalu tekan Subtotal</p>
39	Melaksanakan langkah pengoperasian alat bantu verifikasi	Langkah pengoperasian mesin alat bantu verifikasi	Peserta didik dapat menerapkan langkah pengoperasian alat bantu verifikasi	C2	A	<p>Cara mengoperasikan alat bantu verifikasi pembayaran non tunai di samping yang benar adalah ....</p> <p>a. Amati kartu, nyalakan lampu (mesin), letakkan kartu</p> <p><b>b. Nyalakan lampu (mesin), letakkan kartu, amati kartu</b></p>



						<p>c. Letakkan kartu, nyalakan lampu (mesin), amati kartu</p> <p>d. Nyalakan lampu (mesin), letakkan kartu</p> <p>e. Nyalakan lampu (mesin), amati kartu</p>
40	Memahami dokumen transaksi pembelian	Dokumen transaksi pembelian	Siswa dapat menganalisis dokumen transaksi pembelian	C1	A	<p>Berikut ini merupakan dokumen kegiatan transaksi :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Surat pesanan</li> <li>2. Nota</li> <li>3. Kwiansi</li> <li>4. Surat penerimaan barang</li> <li>5. Kartu persediaan</li> <li>6. Faktur</li> </ol> <p><b><i>Diantara dokumen transaksi diatas, yang merupakan dokumen transaksi pembelian adalah ....</i></b></p> <p><b>a. 1, 4, 5</b></p> <p>b. 1, 2, 4</p> <p>c. 2, 3, 5</p> <p>d. 1, 3, 6</p> <p>e. 4, 5, 6</p>
1	Memahami tujuan penataan Produk	Bagian-bagian penataan produk	Siswa dapat membedakan model-model display dan tujuan dari macam display	C3	A	<p>Gambar dibawah ini adalah contoh window display</p>  <p>Apa yang menjadi tujuan window display ?</p> <p>Jawab :</p> <p>A menarik perhatian orang</p>

						<p>B Menonjolkan barang yang dijual di toko</p> <p>C Menimbulkan dorongan seketika orang untuk membeli</p> <p>D menimbulkan daya tarik</p> <p>E menunjukan kualitas barang yang dijual</p>
2	Pelayanan penjualan	Menganalisis penjualan (A3) yang diberikan kepada pelanggan	Siswa dapat menjelaskan tujuan konsep pelayanan A3	C3	A	<p>Dalam kegiatan pelayanan kita memakai konsep attitude, attention dan action untuk menciptakan pelayanan prima, dalam hal ini untuk apa konsep ini diciptakan dan apa tujuannya dari 3A tersebut</p> <p>Jawab :</p> <p>Salah satu cara dalam menciptakan dan mempertahankan pelanggan</p>
3	Retail /retailing	Fungsi utama retailing	Siswa mampu menjelaskan fungsi utama retailing	C2	A	<p>Yang merupakan fungsi usaha ritel dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan yaitu</p> <p>Jawab :</p> <p>Memberikan beragam produk sehingga memungkinkan pelanggan bisa memilih produk yang diinginkan</p>
1	Menerapkan perencanaan bauran pemasaran	Perencanaan harga	Disajikan data tentang perhitungan harga beserta denda , peserta didik dapat menilai jumlah pembayarang dengan benar	C3	A	<p>PT. corona Indonesia menjual alat-alat kesehatan kepada Apotik MUTIARA sebanyak 200 set alat deteksi jantung @Rp.1500.000,-, dengan pembayaran secara kredit dengan tempo 3 bulan. Jika melebihi waktu yang disepakati, denda 25%. Anda diminta menghitung jumlah pembayaran beserta denda. Berapakah jumlah pembayaran yang harus dibayar Apotik Mutiara adalah ....</p> <p>Jawab :</p> <p>Harga 200 set X Rp. Rp. 1.500.000 : Rp. 300.000.000</p> <p>Denda : <math>25/100 \times \text{Rp. 300.000.000}</math> : Rp. 75.000.000</p> <hr/> <p>Yang harus dibayar : Rp. 375.000.000</p>

5	Bisnis on line	Memahami syarat pemasaran melalui media sosial	Siswa dapat menjelaskan syarat-syarat membuat blog atau web agar menjadi media pemasaran	C3	A	<p>Yang menjadi Syarat yang harus dipenuhi web atau blog agar menjadi media pemasaran on line antara lain</p> <p>Jawab :</p> <p>A. Desain yang menarik</p> <p>B. Tampilan yang menarik</p> <p>C. Sajian informasi yang lengkap</p> <p>D. Kenyamanan dan kemudahan untuk diakses</p>
---	----------------	--	--	----	---	---