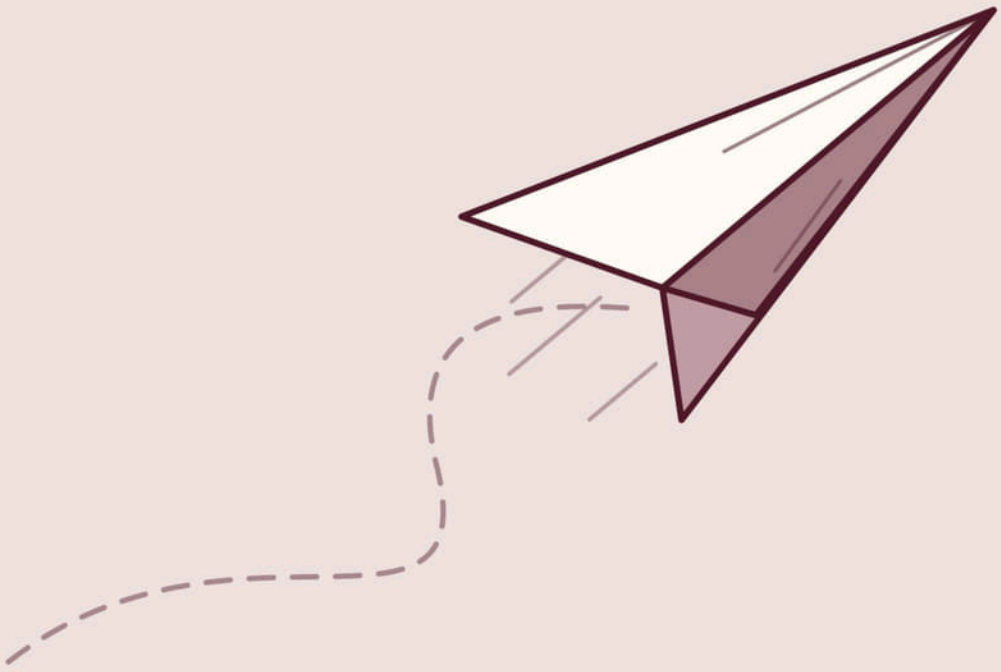
TKA SMK

PEMASARAN

Materi, Strategi, dan Simulasi



Handaka Lumu
by Next Level Study Indonesia

2026/2027 · SMKPEM

TKA SMK PEMASARAN

Materi, Strategi, dan Simulasi

Handaka Lumu

by Next Level Study Indonesia

The Dancer of the Silent Stage

"Semakin kau mengenalku, semakin banyak yang kamu tidak tahu"



KETERANGAN BUKU

TKA SMK Pemasaran: Materi, Strategi, dan Simulasi

Penulis: Handaka Lumu

Penyusun soal: Tim Next Level Study Indonesia

Penerbit: Next Level Study Indonesia

Edisi: Edisi 1 · Gratis untuk pelajar Indonesia · 2026/2027 · Kode buku SMKPEM

© 2026 Next Level Study Indonesia. Hak cipta dilindungi undang-undang.

GRATIS · TIDAK UNTUK DIPERJUALBELIKAN

Buku ini dibagikan gratis sebagai dedikasi Next Level Study Indonesia untuk bangsa. Boleh diperbanyak dan dibagikan untuk belajar, tetapi tidak untuk diperjualbelikan.

Sumber soal asli: Belum ada soal asli TKA untuk mapel ini; bentuk soal mengikuti soal asli TKA SMK 2025 Projek Kreatif dan Kewirausahaan (Pusat Asesmen Pendidikan, Kemendikdasmen).

Acuan kisi-kisi: https://pusmendik.kemendikdasmen.go.id/tka/tka/view/mata-pelajaran-pilihan/sma/smk-pemasaran

Kata Pengantar

Kamu yang sedang bersiap,

Terima kasih sudah membuka buku ini. Pemasaran sering disangka sekadar pandai berbicara dan pandai membujuk orang membeli. Padahal pemasaran yang baik justru dimulai dari mendengarkan. Ia bertanya apa yang dibutuhkan pelanggan, membaca angka penjualan dengan teliti, menjaga keselamatan di tempat kerja, lalu menyampaikan tawaran dengan jujur dan sopan. Semua itu sudah kamu temui sejak praktik di unit produksi sekolah, di toko tempat PKL, atau di warung milik keluargamu.

Buku ini lahir dari satu pengamatan. Soal TKA SMK jarang bertanya "apa pengertian ini". Soal-soalnya bercerita tentang seorang pemilik toko, seorang pramuniaga, atau sebuah usaha kecil yang sedang menghadapi masalah, lalu meminta kamu memilih keputusan yang paling tepat. Banyak siswa tersandung bukan karena kurang rajin, tetapi karena terbiasa menghafal istilah tanpa pernah memakainya pada sebuah kasus. Karena itu, buku ini saya tulis supaya kamu paham alasan di balik setiap konsep, bukan hanya namanya.

Isinya mengikuti kisi-kisi resmi Pusmendik untuk mata pelajaran Pemasaran. Setiap sub bab lebih dulu menjelaskan materinya secara utuh, lengkap dengan gambar, contoh dari dunia usaha di sekitarmu, dan contoh soal yang diselesaikan langkah demi langkah. Sesudah itu baru disajikan strategi menjawab dan jebakan yang sering dipasang. Di akhir setiap bab ada kuis, dan di akhir buku ada simulasi TKA yang berwaktu seperti ujian sesungguhnya. Buku ini tidak menjanjikan nilai tertentu. Yang bisa saya janjikan hanyalah penjelasan yang jujur dan latihan yang terarah.

Bacalah berurutan. Kerjakan latihan dengan pensil di tangan, jangan hanya dengan mata. Bila skor kuis belum memuaskan, kembalilah ke sub bab yang ditunjuk tabel anjuran. Latihan dan kuis yang sama juga bisa kamu buka di LMS NLS lewat kode QR di dalam buku.

Seorang pemasar yang baik bekerja dengan kesetiaan. Ia menepati janji kepada pelanggan, bahkan ketika tidak ada yang mengawasi. Belajarlah dengan kesetiaan yang sama. Berjanjilah pada dirimu untuk tidak berhenti di tengah jalan. Persembahkan kesungguhanmu untuk orang tua yang menunggumu pulang membawa kabar baik, untuk guru yang sabar menuntunmu, dan untuk negeri yang kelak membutuhkan tenaga serta pikiranmu di dunia kerja. Belajarlah dengan sepenuh jiwa dan raga, karena ilmu yang kamu kumpulkan hari ini adalah baktimu esok hari.

Selamat belajar. Saya percaya kamu bisa.

Oktober 2026

Handaka Lumu

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Panduan Memakai Buku

Buku ini dipakai berurutan: kenali ujiannya (Bagian A), pelajari 5 bab materi (Bagian B), uji kesiapanmu dengan simulasi TKA berwaktu (Bagian C), lalu cocokkan jawaban dan pelajari pembahasannya (Bagian D).

Peta belajar

Langkah	Kamu mengerjakan	Hasil
1	Bagian A: kenali bentuk soal dan peta kisi-kisi	Tahu apa yang diuji
2	Bab demi bab: baca sub bab, kerjakan latihan, lalu Kuis Akhir Bab	Skor kuis per bab
3	Ulangi sub bab yang ditunjuk tabel anjuran di akhir kuis	Titik lemah berkurang
4	Bagian C: 3 simulasi TKA berwaktu	Skor simulasi
5	Bagian D: kunci dan pembahasan semua soal	Paham alasan, bukan hanya jawaban

Tanda di dalam buku

Tanda	Artinya
◎ APA YANG DIUJI	Tujuan belajar sub bab dan indikator resmi yang diuji
◆ KONSEP INTI	Materi lengkap: penjelasan runtut, gambar, dan contoh terselesaikan
▲ STRATEGI DAN JEBAKAN	Langkah menjawab dan pola pengecoh yang sering dipasang
● BEDAH SOAL	Soal dibahas langkah demi langkah
✎ LATIHAN	Soal untuk dikerjakan sendiri; kunci singkat di bawahnya
✔ PERIKSA DIRI	Pertanyaan refleksi dan hal yang perlu diingat
Kotak QR	Membuka latihan dan kuis yang sama di LMS NLS

Kode

SMKPEM-1.2 = sub bab 1.2; SMKPEM-KB1 = kuis akhir bab 1; SMKPEM-FIN1 = simulasi 1. Kode yang sama dipakai di LMS.

Belajar lewat PDF atau LMS

Semua latihan, kunci, dan pembahasan sudah ada di buku ini, jadi kamu bisa belajar hanya dengan PDF atau cetakan. LMS menambahkan latihan dan kuis interaktif, serta menyimpan skormu.

Buka buku ini di LMS NLS

Pindai untuk membuka course buku ini.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Daftar Isi

Kata Pengantar ii
Panduan Memakai Buku iii
Bagian A · Mengenal TKA Pemasaran 1
Bagian B · Materi 7
Bab 1 · Dasar Bisnis, Pemasaran, dan Riset Pasar 7
Sub bab 1.1 · Konsep dasar bisnis dan pemasaran 8
Sub bab 1.2 · Jenis dan strategi pemasaran berdasarkan data 19
Sub bab 1.3 · Kebutuhan pasar konsumen dan pasar industri 33
Sub bab 1.4 · Tujuan riset pasar dan pemanfaatan data hasil riset 44
Kuis Akhir Bab 1 58
Bab 2 · Perkembangan Pemasaran, Profesi, dan Peluang Usaha 69
Sub bab 2.1 · Pemasaran konvensional dan transisi digital 70
Sub bab 2.2 · Pemasaran modern: e-commerce, marketplace, dan media sosial 84
Sub bab 2.3 · Profesi dan perencanaan karier bidang pemasaran 98
Sub bab 2.4 · Peluang usaha berdasarkan kebutuhan pasar 112
Kuis Akhir Bab 2 125
Bab 3 · K3 dan Budaya Kerja Pemasaran 137
Sub bab 3.1 · Prinsip K3 di lingkungan pemasaran dan ritel 138
Sub bab 3.2 · Prosedur tanggap darurat dasar 151
Sub bab 3.3 · Standar penampilan pribadi dan budaya kerja 164
Sub bab 3.4 · Kerja sama dalam tim 175
Kuis Akhir Bab 3 186
Bab 4 · Ilmu Ekonomi dan Perilaku Konsumen 197
Sub bab 4.1 · Masalah ekonomi: kelangkaan, kebutuhan, dan pilihan 198
Sub bab 4.2 · Pelaku ekonomi dan arus barang, jasa, dan uang 210
Sub bab 4.3 · Fungsi manajemen dalam kegiatan usaha 223
Sub bab 4.4 · Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen 235
Sub bab 4.5 · Tahapan proses keputusan pembelian 247
Sub bab 4.6 · Alasan dan pertimbangan konsumen memilih produk atau jasa 260
Kuis Akhir Bab 4 274
Bab 5 · Komunikasi Pemasaran 286
Sub bab 5.1 · Sinyal calon pelanggan dan buyer persona 287
Sub bab 5.2 · Bahasa pemasaran, AIDA, dan efektivitas komunikasi 300
Sub bab 5.3 · Pelayanan prima dan menghadapi keberatan pelanggan 313
Kuis Akhir Bab 5 326
Bagian C · Simulasi TKA 336
Simulasi 1 — Prediksi TKA 2026 337
Simulasi 2 — Prediksi TKA 2026 353
Simulasi 3 — Prediksi TKA 2026 368
Bagian D · Kunci dan Pembahasan 384

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Penutup 476
Lampiran 478

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Bagian A · Mengenal TKA Pemasaran

Apa itu TKA SMK Pemasaran

Tes Kemampuan Akademik (TKA) Pemasaran adalah salah satu mata pelajaran **pilihan** program keahlian SMK dalam kisi-kisi resmi Pusat Asesmen Pendidikan (Pusmendik) Kemendikdasmen, dengan nama "SMK - Pemasaran". Kisi-kisi itu disusun dari Capaian Pembelajaran (Keputusan Kepala BSKAP Kemendikdasmen Nomor 046/H/KR/2025). Tujuannya mengukur **pemahaman konseptual** dan **keterampilan analitis** di bidang pemasaran: konsep bisnis, perkembangan pemasaran, keselamatan dan kesehatan kerja (K3), budaya kerja, ekonomi, manajemen, riset pasar, perilaku konsumen, dan strategi pemasaran.

Kisi-kisi menyebut tiga kompetensi yang diukur. Pertama, memahami konsep pemasaran di berbagai industri. Kedua, menerapkan konsep itu bersama kecakapan kerja dasar. Ketiga, **menganalisis dan mengevaluasi kasus bisnis** untuk mengambil keputusan pemasaran. Artinya, mengenal istilah saja tidak cukup. Kamu juga harus bisa memakainya.

> Halaman kisi-kisi Pusmendik tidak menyebut jumlah soal dan waktu. Pemberitaan tentang TKA 2026 menyebut setiap mata pelajaran pilihan berisi **25 soal** dan dikerjakan dalam **60 menit**, sehingga rata-rata kamu punya sekitar **2,4 menit** per soal. Buku ini memakai angka itu untuk kuis dan simulasi. Pastikan ketentuan resminya lewat pengumuman Pusmendik menjelang ujian.

Satu catatan jujur tentang soal

Untuk mata pelajaran ini **belum ada soal asli TKA** yang dipublikasikan. Soal asli TKA SMK 2025 hanya tersedia untuk mata pelajaran Projek Kreatif dan Kewirausahaan. Karena itu, soal di buku ini adalah **soal latihan baru** yang disusun tim NLS. Bentuk, panjang, dan tingkat kesulitannya mengikuti soal asli Projek Kreatif dan Kewirausahaan, sedangkan isinya mengikuti kisi-kisi Pemasaran. Buku ini juga tidak memuat persentase benar nasional, karena datanya memang belum ada. Tokoh dan usaha dalam soal dan contoh adalah **rekaan**, ditandai di akhir kasusnya.

Apa yang diuji: empat elemen, delapan subelemen

Kisi-kisi membagi muatan TKA Pemasaran menjadi empat elemen dan delapan subelemen. Buku ini membaginya menjadi lima bab.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Elemen kisi-kisi	Subelemen	Bab di buku ini
Wawasan dunia kerja pemasaran	konsep dasar bisnis dan pemasaran; analisis kebutuhan dan riset pasar	Bab 1
Wawasan dunia kerja pemasaran	perkembangan dan transformasi pemasaran; profesi, karier, dan peluang usaha	Bab 2
Kecakapan kerja dasar, K3, dan budaya kerja	K3 dan budaya kerja pemasaran	Bab 3
Ilmu ekonomi dan kegiatan usaha	konsep ekonomi dan manajemen; perilaku konsumen dalam keputusan pembelian	Bab 4
Komunikasi pemasaran	bahasa pemasaran dan pelayanan prima	Bab 5

Elemen pertama berisi empat subelemen sehingga dipecah menjadi dua bab. Dengan begitu, setiap bab bisa diakhiri satu kuis yang mewakili semua sub babnya.

Peta berikut memperlihatkan **batasan materi** menurut kisi-kisi dan sub bab yang membahasnya. Batasan ini penting karena menunjukkan seberapa dalam soal boleh bertanya.

Subelemen	Batasan menurut kisi-kisi	Sub bab
Konsep dasar bisnis dan pemasaran	skala usaha lokal dan nasional	1.1, 1.2
Analisis kebutuhan dan riset pasar	pasar konsumen dan pasar industri	1.3, 1.4
Perkembangan dan transformasi pemasaran	pemasaran konvensional, transisi digital, dan pemasaran modern	2.1, 2.2
Profesi, karier, dan peluang usaha	konteks ritel atau UMKM; analisis peluang yang sederhana	2.3, 2.4
K3 dan budaya kerja pemasaran	lingkungan ritel; tanggap darurat dasar (kebakaran ringan, kecelakaan ringan, risiko umum)	3.1 – 3.4
Konsep ekonomi dan manajemen	kelangkaan, kebutuhan, dan pilihan; rumah tangga, produsen, dan pemerintah tanpa analisis makro yang rumit; arus barang, jasa, dan uang yang sederhana; empat fungsi manajemen	4.1 – 4.3
Perilaku konsumen	faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis; empat tahap keputusan beli; studi kasus di ritel	4.4 – 4.6
Bahasa pemasaran dan pelayanan prima	buyer persona sebagai gambaran pelanggan; pelayanan prima mencakup sikap, komunikasi, dan penanganan keberatan pelanggan	5.1 – 5.3

Pada paket latihan buku ini (enam paket berisi 150 soal), porsi soal per bab adalah sebagai berikut. Angka ini bobot **soal latihan NLS**, bukan bobot ujian resmi.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Bab	Isi	Porsi soal latihan
Bab 1	dasar bisnis, pemasaran, dan riset pasar	18 %
Bab 2	perkembangan pemasaran, profesi, dan peluang usaha	24 %
Bab 3	K3 dan budaya kerja	16 %
Bab 4	ilmu ekonomi dan perilaku konsumen	26 %
Bab 5	komunikasi pemasaran	16 %

Konteks soal: dunia kerja pemasaran

Soal TKA SMK memakai kasus dunia kerja yang akrab bagi siswa SMK: toko kain di pasar, unit produksi sekolah, warung makan, toko ponsel, dealer motor, hingga toko online. Tokohnya sering siswa PKL, pramuniaga, atau pemilik usaha kecil. Kasus-kasus ini hampir selalu bertanya satu hal: **tindakan atau keputusan mana yang paling tepat?**

Konteks	Contoh situasi
Ritel dan UMKM	pemilik toko menentukan stok, harga, atau promosi berdasarkan tabel penjualan
Pasar industri	pabrik roti, hotel, atau restoran yang membeli bahan dalam jumlah besar dan rutin
Pemasaran digital	toko di marketplace dengan peringkat menurun, unggahan media sosial yang kurang menarik
Tempat kerja	lantai licin, kabel di jalur pengunjung, api kecil di gudang, selisih uang kasir
Pelayanan	pelanggan yang keberatan dengan harga atau kecewa dengan barang yang baru dibeli

Contoh soal resmi pada halaman kisi-kisi juga memuat tabel, misalnya tabel minat beli. Soal serupa bisa berupa rincian biaya atau perbandingan harga. Tabel dibaca dengan tenang dan lengkap: judul, satuan, kolom, lalu baris.

Pola soal: dari kasus ke keputusan

Kebanyakan soal mengikuti satu pola. Kamu diberi **situasi** (data, kejadian, atau keluhan), lalu diminta memilih **tindakan atau pernyataan** yang paling sesuai. Gunakan empat langkah berikut.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah	Pertanyaan yang kamu ajukan	Contoh (toko ponsel dengan ulasan buruk soal pengiriman)
1. Baca masalahnya	Apa yang sebenarnya terjadi dan siapa yang mengalaminya?	pembeli kecewa karena pesanan terlambat, bukan karena ponselnya
2. Cari konsep	Konsep pemasaran mana yang dipakai?	pelayanan prima dan penanganan keluhan
3. Cocokkan dengan kondisi	Apa batasan dalam soal (modal, wewenang, waktu, pelanggan)?	pramuniaga tidak berwenang memberi ganti rugi
4. Uji pilihan	Apakah pilihan ini menyelesaikan **masalah di soal**, bukan masalah lain?	pilih tanggapan yang minta maaf, mencatat keluhan, dan meneruskan ke pihak berwenang

Langkah 4 adalah saringan terakhir. Pengecoh sering berupa tindakan yang **baik secara umum**, tetapi tidak menyelesaikan masalah di soal itu, atau melampaui wewenang tokohnya.

Tiga tingkat berpikir

Kisi-kisi menyusun soal dalam tiga level kognitif.

Level	Yang diminta	Contoh
Memahami	mengenali aktivitas kerja, tujuan riset pasar, perkembangan pemasaran, profesi, masalah ekonomi, dan faktor keputusan beli	menentukan ciri pemasaran konvensional dari sebuah kasus
Menerapkan	menentukan jenis dan strategi pemasaran, merencanakan karier, menjalankan fungsi manajemen, menerapkan K3 dan budaya kerja	memilih tindakan yang tepat saat api kecil muncul di gudang
Bernalar	menganalisis kebutuhan pasar, riset pasar dan strategi berbasis data, buyer persona, tahapan keputusan beli, dan AIDA	memilih segmen sasaran dari tabel minat beli

Soal level bernalar jarang selesai dengan mengenali satu istilah. Setelah paham konsepnya, kamu masih harus **menimbang**: apakah data cukup, tindakan mana yang menyasar sumber masalah, dan pilihan mana yang sesuai dengan tokoh dan kondisinya.

Bentuk soal dan cara menjawabnya

Kisi-kisi memuat tiga bentuk soal, dan buku ini memakai ketiganya.

Bentuk	Cara menjawab
Pilihan ganda (PG)	pilih **satu** jawaban dari lima pilihan A–E
PG kompleks kategori (Benar/Salah)	tentukan **setiap** pernyataan Benar atau Salah
PG kompleks pilih lebih dari satu (MCMA)	pilih **semua** pilihan yang benar; jumlah jawaban tidak disebutkan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Pilihan ganda. Pilihan jawaban biasanya berupa tindakan atau keputusan. Coret lebih dulu pilihan yang jelas tidak sesuai kondisi tokoh, lalu bandingkan sisanya dengan masalah di soal.

Benar/Salah. Perlakukan setiap pernyataan sebagai soal kecil yang berdiri sendiri. Sebuah pernyataan bisa terdengar masuk akal, tetapi tetap Salah karena tidak didukung data atau kasus yang diberikan. Contoh bentuk (rekaan untuk latihan): sebuah usaha makanan ringan menyurvei 150 pembeli. Pernyataan "keputusan didasarkan pada data survei" Benar bila memang ada hasil survei di soal. Pernyataan "150 responden pasti mewakili seluruh pelanggan di kota" Salah, karena soal tidak menyebut cara pemilihan responden.

Pilih lebih dari satu (MCMA). Jangan menebak jumlah jawabannya. Nilai setiap pilihan satu per satu dengan informasi di soal, lalu pilih semua yang lolos. Satu pilihan benar yang terlewat atau satu pilihan salah yang terpilih sudah membuat jawabanmu keliru.

Keterampilan yang dipakai di semua bab

Keterampilan berikut tidak punya sub bab sendiri, tetapi dipakai di banyak soal.

Membaca tabel data usaha

Sebelum mencari jawaban, baca **judul tabel, satuan, dan nama kolom**. Tanyakan dulu apa yang dibandingkan: produk dengan produk, hari dengan hari, atau segmen dengan segmen. Lalu tandai angka yang menonjol. Kesimpulan harus sebatas tabel. Jangan menarik kesimpulan tentang hal yang tidak ada di tabel.

Hitungan dasar usaha

Hitungan di soal hanya aritmetika usaha. Rumus yang sering dipakai:

Yang dihitung	Rumus	Contoh (rekaan)
Harga jual	biaya + laba	biaya Rp8.000, laba 25 % dari biaya → Rp8.000 + Rp2.000 = Rp10.000
Laba kotor	pendapatan − biaya	Rp500.000 − Rp420.000 = Rp80.000
Persentase	bagian ÷ keseluruhan × 100 %	30 dari 120 pembeli = 25 %
Selisih	nilai besar − nilai kecil	stok catatan 50 − stok fisik 46 = 4

Tulis hitungannya di kertas, lalu cocokkan dengan pilihan. Hati-hati dengan satuan (rupiah, buah, persen).

Membaca label, denah, dan tampilan

Beberapa soal memakai gambar: label kemasan, denah toko, poster, atau tampilan halaman toko online. Baca **semua teks di gambar** sebelum membaca pilihan, karena informasi penting sering ada di sana.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Strategi 60 menit

1. **Putaran pertama (±35 menit):** kerjakan soal yang kasusnya langsung terbaca dan pilihannya jelas. Tandai soal bertabel panjang atau MCMA yang ragu, lalu lewati.
2. **Putaran kedua (±20 menit):** kerjakan soal yang ditandai dengan empat langkah di atas. Coret pilihan yang tidak menyelesaikan masalah di soal.
3. **Lima menit terakhir:** periksa soal Benar/Salah dan MCMA pernyataan demi pernyataan, lalu pastikan tidak ada soal yang terlewat.
4. **Waspadai pilihan yang terlalu mutlak atau terlalu besar.** Tindakan yang berlebihan (memecat, menuntut, memarahi pelanggan) atau tindakan yang melampaui wewenang tokoh jarang menjadi jawaban terbaik. Tetap periksa dengan soal.

Cara memakai buku ini untuk Pemasaran

- **Ikuti urutan bab.** Bab 1 menjadi dasar semua bab lain. Konsep 4P, segmentasi, dan riset pasar muncul lagi di perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran.
- **Prioritaskan sub bab bertanda ★.** Sub bab ini memuat soal latihan yang seluruhnya berkategori sulit atau berbobot besar.
- **Kerjakan contoh terselesaikan dengan pensil.** Tutup jawabannya, kerjakan sendiri, baru cocokkan.
- **Kerjakan kuis akhir bab dalam 60 menit**, sama dengan waktu ujian, lalu ikuti tabel anjuran di bawahnya.
- **Simpan Simulasi TKA untuk akhir.** Tiga simulasi berisi soal yang belum pernah kamu lihat dan menjadi ukuran kesiapanmu sebenarnya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Bagian B · Materi

Bagian ini memuat 5 bab. Tiap bab diakhiri kuis; kerjakan berurutan.

Bab 1 · Dasar Bisnis, Pemasaran, dan Riset Pasar

SMKPEM-B1

Setelah mempelajari bab ini, kamu dapat:

- menjelaskan konsep dasar bisnis dan pemasaran, termasuk bauran pemasaran dan segmentasi pasar
- membaca data penjualan dan memilih strategi pemasaran yang didukung data
- menganalisis kebutuhan pasar konsumen dan pasar industri
- menentukan tujuan riset pasar dan memanfaatkan hasilnya untuk keputusan pemasaran

Peta bab

Sub bab	Judul
1.1	Konsep dasar bisnis dan pemasaran
1.2	Jenis dan strategi pemasaran berdasarkan data
1.3	Kebutuhan pasar konsumen dan pasar industri
1.4	Tujuan riset pasar dan pemanfaatan data hasil riset

Next Level Study
Educational Institutions

Bab 1 di LMS

Buka seluruh latihan bab ini di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-B1

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 1.1 · Konsep dasar bisnis dan pemasaran

SMKPEM-1.1

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **memahami, menerapkan, dan menganalisis konsep dasar bisnis dan pemasaran** dalam kegiatan usaha, pada skala usaha lokal dan nasional. Soal tidak akan berhenti pada "apa pengertian pemasaran". Soal akan menceritakan sebuah usaha yang sedang menghadapi masalah, misalnya penjualan turun atau peluang kerja sama dengan peritel besar, lalu bertanya **keputusan mana yang paling tepat** dan mengapa.

Pada soal latihan buku ini, sub bab ini muncul sebagai kasus tentang orientasi pemasaran, perbedaan keinginan dan permintaan, serta persiapan usaha kecil yang ingin naik ke skala nasional. Data persentase benar nasional belum ada karena soal asli mata pelajaran ini belum dipublikasikan.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menjelaskan arti bisnis, jenis usaha, serta perbedaan usaha skala lokal dan nasional;
- membedakan kebutuhan, keinginan, dan permintaan, lalu memakainya untuk memperkirakan pasar;
- membedakan empat orientasi pemasaran dan menyebutkan orientasi mana yang berangkat dari pelanggan;
- menyusun bauran pemasaran (4P) serta segmentasi, target, dan posisi untuk sebuah usaha sederhana.

◆ KONSEP INTI

Bisnis dan pemasaran adalah dasar semua bab lain di buku ini. Riset pasar, pemasaran digital, perilaku konsumen, dan komunikasi pemasaran semuanya berpijak pada satu gagasan: **usaha hidup karena ada pelanggan yang merasa tertolong**. Bagian ini menjelaskan gagasan itu dari awal, langkah demi langkah.

1. Apa itu bisnis?

Bisnis adalah kegiatan menyediakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan orang lain dengan tujuan memperoleh **laba**. Laba adalah selisih antara pendapatan dari penjualan dan seluruh biaya untuk menjalankan usaha. Pendapatan Rp1.000.000 dengan biaya Rp850.000 menghasilkan laba Rp150.000. Bila biaya lebih besar daripada pendapatan, usaha menderita rugi.

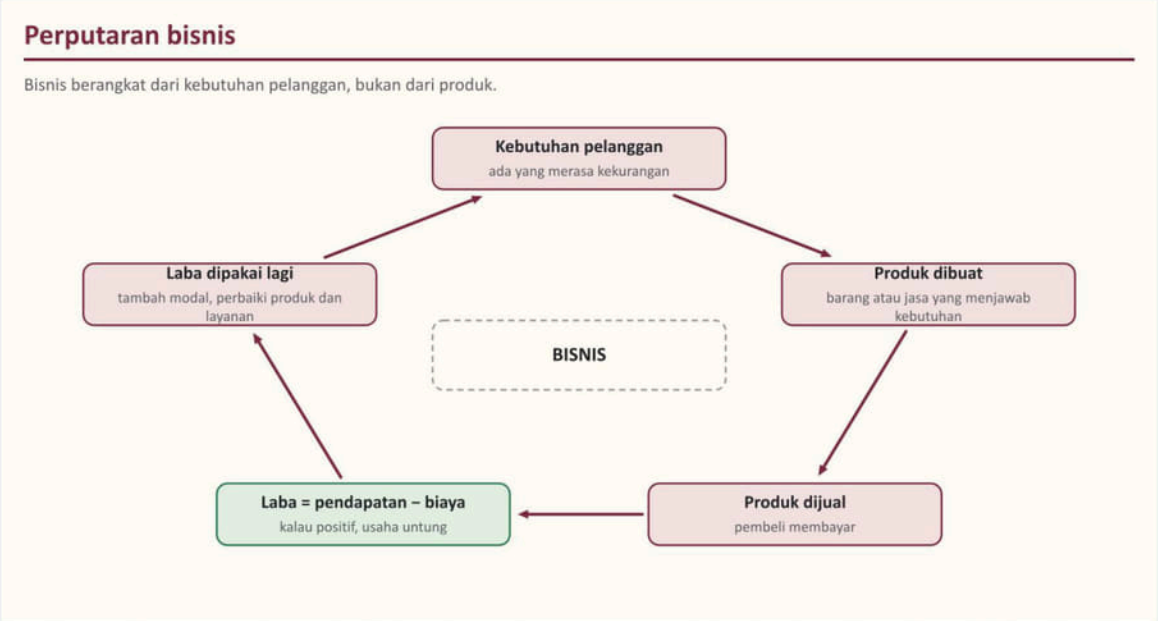
Hasil bisnis berupa dua jenis:

- **Barang**: produk berwujud yang bisa dipegang dan disimpan, seperti makanan kemasan, kaos, atau perabot.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- **Jasa**: kegiatan yang dirasakan manfaatnya tetapi tidak berwujud dan tidak bisa disimpan, seperti servis motor, pangkas rambut, atau pengiriman paket.

Gambar 1.1 menunjukkan perputaran sederhana sebuah bisnis. Bisnis mulai dari kebutuhan pelanggan, bukan dari produk. Produk dibuat untuk menjawab kebutuhan itu, dijual, lalu menghasilkan pendapatan. Setelah biaya dikurangkan, sisanya menjadi laba yang dipakai untuk menambah modal dan memperbaiki usaha.



Gambar 1.1 Perputaran bisnis dari kebutuhan pelanggan sampai laba. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Usaha skala lokal dan skala nasional

Kisi-kisi menyebut dua skala usaha. **Usaha skala lokal** melayani pelanggan di satu daerah yang sempit: satu pasar, satu kecamatan, atau satu kota. Contohnya warung makan, toko kelontong, penjahit langganan, dan unit produksi sekolah yang menjual ke warga sekitar. Pemilik biasanya mengenal pelanggannya, memproduksi dalam jumlah kecil, dan mengatur semuanya sendiri.

Usaha skala nasional melayani pelanggan di banyak provinsi, sering lewat jaringan toko modern, agen, atau toko online. Contohnya mi instan, minuman kemasan, dan sabun yang bisa dibeli di mana saja. Skala nasional menuntut hal-hal yang belum tentu diperlukan di skala lokal:

Hal yang dituntut	Skala lokal	Skala nasional
Legalitas dan label	sering cukup dikenal pelanggan	izin edar dan label lengkap (komposisi, berat, tanggal kedaluwarsa, halal bila perlu)
Jumlah produksi	menyesuaikan pesanan harian	rutin, dalam jumlah besar, dengan mutu yang sama setiap kali
Kemasan	sederhana	aman, rapi, tahan distribusi jauh
Pembayaran	tunai atau langsung	sering bertempo (misalnya 30 hari), sehingga perlu modal kerja
Harga	ditetapkan penjual langsung kepada pembeli	bertingkat: produsen → distributor/peritel → konsumen

Kisi-kisi hanya meminta kamu memahami perbedaan ini pada tingkat dasar. Perhatikan pola jawabannya: usaha yang ingin naik skala harus **menyiapkan syarat legal, kapasitas, dan modal kerja**, bukan sekadar menambah promosi.

3. Kebutuhan, keinginan, dan permintaan

Tiga istilah ini sering tertukar, padahal akibatnya besar bagi perhitungan pasar.

- **Kebutuhan** adalah keadaan merasa kekurangan sesuatu. Siswa yang berjalan jauh ke sekolah **membutuhkan** alat transportasi. Kebutuhan masih umum dan belum menunjuk produk tertentu.
- **Keinginan** adalah hasrat terhadap produk tertentu untuk memenuhi kebutuhan itu. Siswa tadi **ingin** sepeda listrik model terbaru.
- **Permintaan** adalah keinginan yang didukung **kemampuan** dan **kesediaan** membayar. Hanya siswa yang punya uang dan mau mengeluarkannya yang masuk hitungan permintaan.

Pemasar yang cermat menyiapkan stok berdasarkan permintaan, bukan keinginan. Banyak orang yang ingin, tetapi hanya sebagian yang sanggup dan bersedia membeli.

4. Apa itu pemasaran?

Pemasaran adalah proses memahami kebutuhan pelanggan, menciptakan produk yang menjawabnya, menyampaikan produk itu dengan harga dan cara yang pantas, lalu menjaga hubungan baik agar pelanggan kembali. Kata kuncinya adalah *pelanggan*. Pemasaran berbeda

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

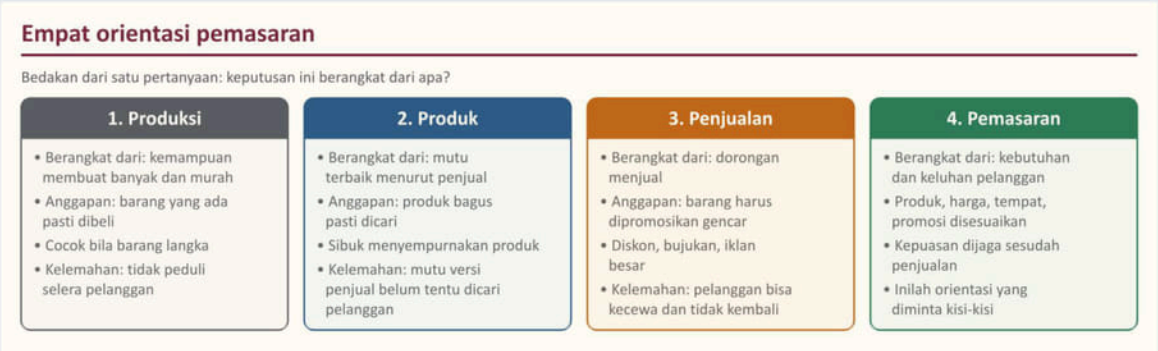
dari penjualan. **Penjualan** berfokus pada memindahkan barang yang sudah ada menjadi uang. **Pemasaran** berfokus pada menemukan apa yang dibutuhkan pelanggan sebelum barang dibuat, dan terus berlangsung sesudah barang terjual.

Ide penting lain adalah **nilai pelanggan**: manfaat yang diterima pelanggan dikurangi pengorbanannya, baik uang, waktu, tenaga, maupun risiko. Pelanggan membeli bila manfaat terasa lebih besar daripada pengorbanan. Warung yang 200 meter dari rumah bisa menang atas toko besar yang lebih murah tetapi harus ditempuh dua puluh menit, karena pengorbanan waktunya lebih kecil. Bila kenyataan sesuai harapan, pelanggan **puas**, dan pelanggan yang puas cenderung kembali serta bercerita kepada orang lain.

5. Empat orientasi pemasaran

Cara pemilik usaha memandang pasarnya berubah dari zaman ke zaman. Ada empat orientasi, dan Gambar 1.2 meringkasnya.

1. **Orientasi produksi.** Pemilik percaya pelanggan akan membeli barang yang tersedia dan murah, sehingga ia fokus menambah produksi dan menekan biaya. Cocok bila barang langka dan permintaan jauh lebih besar daripada pasokan. Kelemahannya: ia tidak peduli apakah barang itu sesuai selera.
2. **Orientasi produk.** Pemilik percaya pelanggan membeli barang yang bermutu terbaik, sehingga ia sibuk menyempurnakan produk menurut penilaiannya sendiri. Kelemahannya: mutu yang dinilai penjual belum tentu mutu yang dicari pelanggan.
3. **Orientasi penjualan.** Pemilik percaya barang tidak akan laku sendiri, sehingga ia mendorong penjualan lewat promosi gencar, diskon, dan bujukan. Kelemahannya: pelanggan bisa membeli sekali lalu kecewa, dan usaha tidak mengetahui mengapa orang tidak membeli.
4. **Orientasi pemasaran.** Pemilik **mulai dari pelanggan**: apa kebutuhannya, apa yang mengganggunya, apa yang ia hargai. Produk, harga, dan promosi disesuaikan, lalu kepuasan pelanggan dijaga. Inilah orientasi yang dipakai usaha modern dan yang dimaksud kisi-kisi ketika berbicara tentang konsep pemasaran.



Gambar 1.2 Empat orientasi pemasaran dan titik berangkat masing-masing. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Cara membedakannya cepat: tanyakan **"keputusan ini berangkat dari apa?"** Dari kemampuan produksi, dari mutu menurut penjual, dari upaya mendorong penjualan, atau dari kebutuhan pelanggan.

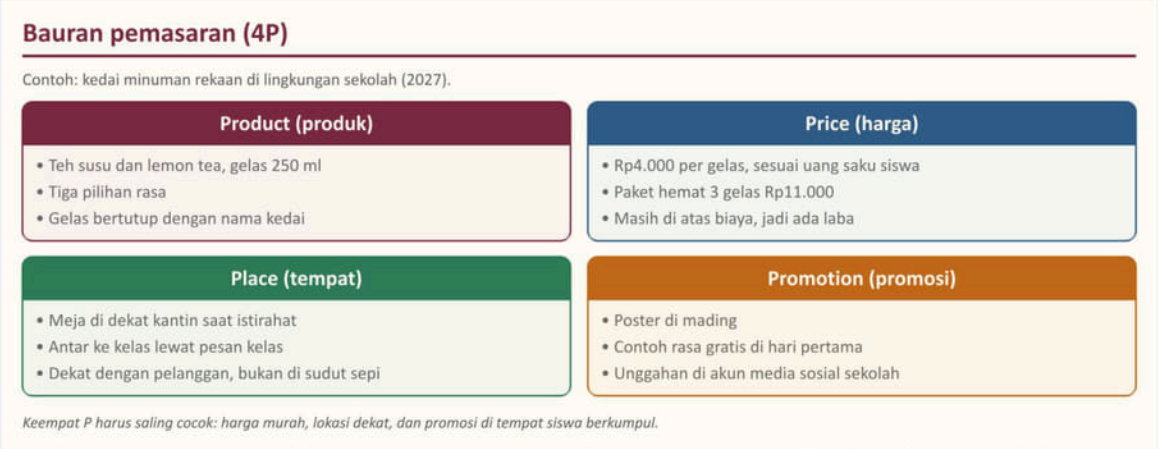
Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

6. Bauran pemasaran (4P)

Setelah memahami pelanggan, pemasar menyusun empat keputusan pokok yang disebut **bauran pemasaran** atau **4P**:

P	Pertanyaan kunci	Contoh keputusan
Product (produk)	Apa yang dijual, dengan mutu, ukuran, kemasan, dan merek seperti apa?	ukuran gelas, variasi rasa, kemasan
Price (harga)	Berapa harga yang pantas bagi pelanggan dan masih memberi laba?	harga satuan, paket hemat, diskon
Place (tempat/distribusi)	Di mana dan bagaimana produk sampai ke pelanggan?	lapak di kantin, toko online, antar ke kelas
Promotion (promosi)	Bagaimana pelanggan tahu dan tertarik?	poster, media sosial, contoh gratis

Keempat P harus **saling cocok**. Kedai minuman yang ingin menyasar siswa berarti memilih harga yang sesuai uang saku, lokasi di dekat kantin, rasa yang disukai remaja, dan promosi lewat poster serta media sosial sekolah. Harga premium di lokasi yang sepi pembeli akan gagal walaupun produknya enak. Gambar 1.3 memperlihatkan 4P kedai minuman rekaan di sebuah sekolah.



Gambar 1.3 Contoh 4P untuk kedai minuman rekaan di lingkungan sekolah. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

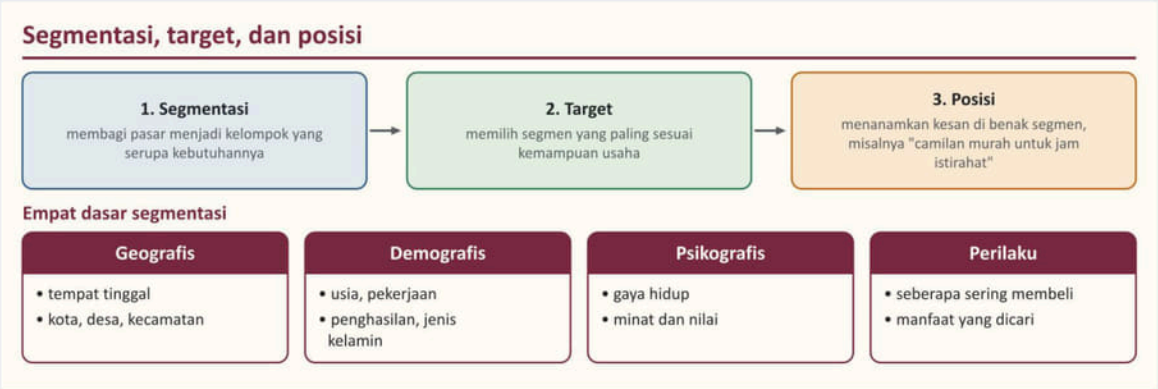
Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

7. Segmentasi, target, dan posisi

Tidak ada produk yang cocok untuk semua orang. Karena itu pemasar membagi pasar menjadi kelompok, memilih kelompok yang dilayani, lalu menentukan citra yang ingin tertanam.

Gambar 1.4 merangkum ketiganya.

- **Segmentasi** adalah membagi pasar menjadi kelompok pelanggan yang serupa kebutuhannya. Dasar pembagiannya antara lain **geografis** (tempat tinggal), **demografis** (usia, jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan), **psikografis** (gaya hidup, minat), dan **perilaku** (seberapa sering membeli, manfaat yang dicari).
- **Target** (penentuan sasaran) adalah memilih satu atau beberapa segmen yang paling sesuai dengan kemampuan usaha dan paling berpeluang membeli.
- **Posisi** (penempatan) adalah kesan yang ingin ditanamkan di benak segmen sasaran, misalnya "kopi murah untuk anak sekolah" atau "roti sehat untuk keluarga".



Gambar 1.4 Tiga langkah segmentasi, target, dan posisi beserta empat dasar segmentasi. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Penyesuaian produk dan harga yang dilakukan sebuah usaha setelah menemukan kebutuhan kelompok tertentu merupakan contoh segmentasi. Misalnya, perusahaan memperkenalkan kemasan kecil setelah mengetahui banyak pelanggan menginginkan porsi praktis dan terjangkau.

8. Dari keluhan pelanggan ke keputusan

Semua konsep di atas bertemu pada satu kebiasaan berpikir. Ketika sebuah usaha mengalami masalah, **jangan langsung mencari solusi**. Ikuti urutan berikut.

1. **Siapa pelanggannya?** Sebutkan segmennya (Gambar 1.4). Keluhan seorang siswa belum tentu mewakili keluhan seorang pemilik kantor.
2. **Apa yang sebenarnya mereka butuhkan atau keluhkan?** Cari kalimat di cerita yang menyebut alasan mereka pindah, ragu, atau berhenti membeli. Alasan itu adalah penyebab, bukan gejala. Penurunan penjualan hanyalah gejala.
3. **Bagian bauran 4P mana yang berhubungan dengan penyebab itu?** Bila alasannya ukuran atau rasa, yang disentuh adalah produk. Bila alasannya terlalu mahal, yang disentuh adalah harga. Bila alasannya sulit ditemukan, yang disentuh adalah tempat. Bila alasannya tidak tahu ada produknya, yang disentuh adalah promosi.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

4. **Apakah keputusan itu cukup dengan kemampuan usaha?** Modal, tenaga, dan waktu selalu terbatas. Keputusan terbaik adalah yang menjawab penyebab dan masih terjangkau.

Contoh singkat (rekaan): sebuah toko jajanan di dekat SMK mencatat bahwa siswa jarang membeli kue basah yang dijual per loyang. Pelanggan utamanya siswa dengan uang saku terbatas. Penyebabnya terletak pada ukuran dan harga satuan yang terlalu besar bagi segmen itu. Bagian bauran yang disentuh adalah produk dan harga, sehingga keputusan yang tepat ialah memotong kue menjadi porsi kecil berharga ramah uang saku. Memperbesar spanduk atau menambah jumlah loyang tidak menyentuh penyebab itu.

Bila kamu terbiasa menempuh keempat langkah ini, soal pemasaran yang tampak berbeda-beda akan terlihat memiliki pola yang sama. Lihat kembali peta konsep pada Gambar 1.5 di akhir bagian ini untuk melihat keterkaitan semua istilah tadi.

9. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Bisnis bertujuan laba, tetapi laba datang dari **kepuasan pelanggan**.
- Skala nasional menuntut izin edar, label, produksi stabil, dan modal kerja.
- **Permintaan = keinginan + kemampuan + kesediaan membayar.** Stok disiapkan menurut permintaan.
- Orientasi pemasaran berangkat dari **kebutuhan pelanggan**; tiga orientasi lain berangkat dari produksi, produk, atau dorongan penjualan.
- 4P (produk, harga, tempat, promosi) harus saling cocok dengan segmen yang dituju.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Mengenali orientasi pemasaran

Tiga usaha rekaan (2027) mengambil keputusan berikut. Tentukan orientasi masing-masing.

- **Bengkel Maju Jaya:** "Mesin kami paling bagus di kota. Pelanggan pasti akan datang sendiri." Pemilik menghabiskan dana untuk alat baru, tetapi tidak pernah menanyakan keluhan pelanggan.
- **Toko Buku Cahaya:** pelanggan sering menanyakan buku tulis bergaris tebal untuk siswa kelas awal. Pemilik mencatat pertanyaan itu, memesan buku jenis tersebut, dan menaruhnya di rak depan.
- **Konveksi Rapi:** pesanan seragam sedang sepi, sehingga pemilik membuat spanduk besar dan menawarkan potongan 30 % setiap hari tanpa mencari tahu alasan sepinya.

Langkah. (1) Tanyakan untuk tiap usaha: keputusan ini berangkat dari apa? (2) Bengkel berangkat dari **mutu menurut pemilik** → orientasi produk. (3) Toko buku berangkat dari **pertanyaan pelanggan** → orientasi pemasaran. (4) Konveksi berangkat dari **upaya mendorong penjualan** lewat promosi dan diskon tanpa mencari sebab → orientasi penjualan.

Jawaban: bengkel = produk, toko buku = pemasaran, konveksi = penjualan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Contoh 2 — Permintaan dari keinginan

Sebuah kedai kopi di sekolah menyurvei 50 guru. Hasilnya: 30 guru menyukai kopi susu (keinginan), 18 di antaranya menyisihkan Rp10.000 per hari untuk minuman, dan 12 dari 18 itu bersedia membeli kopi susu seharga Rp9.000 pada jam istirahat. Berapa guru yang dapat dianggap sebagai permintaan, dan berapa gelas per hari bila tiap orang membeli satu gelas?

Langkah.

1. Keinginan: 30 guru.
2. Sanggup membayar: 18 guru. Angka ini sudah menyaring keinginan menurut kemampuan.
3. Bersedia membeli dengan harga Rp9.000: 12 guru. Angka ini menyaring lagi menurut kesediaan.
4. Permintaan = keinginan yang **sanggup dan bersedia** membeli = **12 guru**.
5. Bila tiap guru membeli satu gelas per hari: 12 × 1 = **12 gelas per hari**.

Pemeriksaan: 12 < 18 < 30, jadi tiap penyaringan memang mengecilkan jumlah. Stok disiapkan untuk sekitar 12 gelas, bukan 30.

Contoh 3 — Menyusun 4P dan segmen untuk usaha sekolah

Siswa jurusan Pemasaran akan membuka lapak keripik pisang di koperasi sekolah. Susun segmen, target, posisi, dan 4P.

Langkah.

1. **Segmen** (demografis dan perilaku): siswa, guru, dan orang tua yang menunggu anaknya.
2. **Target:** siswa yang membeli camilan saat istirahat (jumlahnya paling banyak, dekat dengan lokasi).
3. **Posisi:** "camilan renyah murah untuk jam istirahat".
4. **Produk:** keripik pisang kemasan kecil 50 gram, tiga rasa. **Harga:** Rp3.000, sesuai uang saku. **Tempat:** rak koperasi dekat kantin. **Promosi:** poster di mading dan contoh rasa gratis pada hari pertama.
5. **Periksa kecocokan 4P:** harga murah, kemasan kecil, dan lokasi dekat kantin sama-sama sesuai dengan siswa. Tidak ada P yang bertentangan.

❖ PETA KONSEP



Gambar 1.5 Peta konsep konsep dasar bisnis dan pemasaran. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal tentang konsep dasar bisnis dan pemasaran:

1. **Tandai masalah dan pelakunya.** Siapa pelanggan, apa yang mereka keluhkan atau inginkan, dan apa batasan usahanya (modal, waktu, skala)?
2. **Tanyakan "berangkat dari apa?"** untuk soal orientasi. Jawaban orientasi pemasaran selalu berangkat dari kebutuhan atau keluhan pelanggan.
3. **Pilih keputusan yang menyasar penyebab.** Bila pelanggan pindah karena ukuran produk terlalu besar, keputusan yang menyasar penyebab adalah menyesuaikan ukuran, bukan menambah promosi atau memperbanyak produksi.
4. **Pada soal skala nasional,** cari syarat legal, label, kapasitas, harga bertingkat, dan modal kerja. Pada soal pernyataan benar/salah, nilai setiap pernyataan satu per satu.
5. **Pada soal permintaan,** pakai angka yang sudah lolos tiga penyaringan: ingin, sanggup, bersedia.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Promosi dijadikan obat semua penyakit.** Pelanggan tidak kembali bukan selalu karena kurang iklan.
- **Harga murah dikira jawaban benar.** Produksi lebih banyak untuk menurunkan harga tidak menolong bila pelanggan tidak membutuhkan produk sebesar itu.
- **Keinginan dibaca sebagai permintaan.** Angka terbesar di soal sering baru keinginan.
- **Menjumlahkan kelompok yang bertumpang tindih** (misalnya "ingin" ditambah "mampu") padahal yang diminta adalah irisan keduanya.
- **Harga ke peritel disamakan dengan harga eceran.** Peritel perlu laba, sehingga harga dari produsen ke peritel lebih rendah daripada harga di rak.
- **Orientasi tertukar karena kata "pelanggan".** Orientasi penjualan juga menyebut pelanggan, tetapi hanya sebagai sasaran bujukan, bukan titik berangkat.

> Contoh salah tafsir: sebuah toko tas melihat penjualan turun. Pemilik memutuskan memasang iklan di tiga tempat dan menyebutnya "orientasi pemasaran" karena iklannya menyebut pelanggan. Padahal ia tidak pernah menanyakan alasan pelanggan berhenti membeli. Keputusannya berangkat dari dorongan penjualan, jadi itu orientasi penjualan.

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menceritakan sebuah unit produksi sekolah yang penjualannya turun karena pelanggan memilih produk berukuran kecil di tempat lain. Perhatikan bahwa penyebabnya sudah ditulis di soal. Tugasmu mencari keputusan yang menyasar penyebab itu (langkah 3 di atas), lalu menyingkirkan orientasi produksi, penjualan, dan produk yang tampak menarik.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Unit produksi roti SMK Harapan Bangsa menjual roti tawar ukuran besar sejak 2025. Pada semester ganjil 2026/2027 penjualannya turun hampir separuh. Beberapa guru yang menjadi pelanggan tetap bercerita bahwa roti sering tersisa sampai basi karena keluarga mereka kecil, dan kini mereka membeli roti ukuran kecil di minimarket. Ketua tim produksi ingin mengembalikan penjualan tanpa menambah modal besar.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan yang paling tepat diambil tim produksi adalah ....

A. Menambah jumlah produksi agar biaya per roti turun dan harganya lebih murah
B. Memasang spanduk promosi yang lebih besar di gerbang sekolah setiap pagi
C. Membuat roti tawar ukuran kecil sesuai kebutuhan keluarga pelanggan
D. Memberi potongan harga untuk setiap pembelian dua roti tawar ukuran besar
E. Mengganti resep agar roti lebih lembut daripada roti tawar di minimarket

Pembahasan **Kunci: C**

Konsep: Usaha yang berorientasi pemasaran berangkat dari kebutuhan dan keinginan pelanggan, lalu menyesuaikan produknya. Orientasi produksi (memperbanyak produksi), orientasi produk (memperbaiki mutu menurut penjual), dan orientasi penjualan (promosi gencar) belum tentu menjawab kebutuhan pelanggan.

Langkah:
1. Keluhan pelanggan: roti besar sering tersisa basi karena keluarga mereka kecil.
2. Pelanggan pindah ke minimarket karena di sana ada roti ukuran kecil.
3. Keputusan yang menjawab penyebabnya: menyediakan roti tawar ukuran kecil.

Analisis setiap opsi:
- **A.** ✗ Produksi lebih banyak dengan ukuran yang sama justru menambah roti yang tersisa basi.
- **B.** ✗ Promosi lebih besar tidak mengubah ukuran roti yang menjadi alasan pelanggan pindah.
- **C.** ✓ Ukuran kecil langsung menjawab keluhan pelanggan dan tidak membutuhkan modal besar.
- **D.** ✗ Jebakan: potongan harga memang menarik, tetapi membeli dua roti besar membuat makin banyak roti yang tersisa basi.
- **E.** ✗ Pelanggan tidak mengeluhkan kelembutan roti; masalahnya ukuran yang terlalu besar.

Jawaban: C.

✎ LATIHAN

Kerjakan tanpa melihat kunci. Untuk soal pertama, tulis dulu syarat usaha skala nasional yang disebut di soal. Untuk soal kedua, tulis tiga angka ingin, sanggup, dan bersedia sebelum memilih.

1. Sambal bawang Mbok Tini dijual di pasar kecamatan sejak 2023 dalam kemasan plastik ikat. Pada 2027 sebuah jaringan minimarket nasional menawarkan kerja sama untuk menjual sambal itu di 200 gerainya. Peritel meminta kemasan botol berlabel lengkap, pasokan rutin 2.000 botol per bulan, dan pembayaran 30 hari setelah barang diterima. Harga eceran di rak minimarket ditetapkan oleh peritel.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Pernyataan yang tepat tentang persiapan Mbok Tini adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Produk perlu memiliki izin edar yang diminta peritel dan label kemasan yang lengkap.
☐ B. Harga jual ke peritel dibuat sama dengan harga eceran di pasar agar pembeli tidak bingung.
☐ C. Kapasitas produksi dan kestabilan rasa harus dijaga karena pesanan menjadi besar dan rutin.
☐ D. Kemasan plastik ikat tetap dipakai agar biaya produksi tidak bertambah selama kerja sama.
☐ E. Mbok Tini perlu menyiapkan modal kerja karena peritel membayar 30 hari setelah barang diterima.

2. Toko sepatu Langkah di dekat sebuah SMK ingin menambah stok sepatu olahraga merek terkenal seharga Rp600.000 untuk tahun ajaran 2027/2028. Dari survei kepada 100 siswa, 80 siswa ingin memiliki sepatu itu, tetapi hanya 12 siswa yang menyatakan sanggup dan bersedia membelinya dengan harga tersebut. Sisanya memilih sepatu sekitar Rp200.000. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Angka yang paling tepat dipakai pemilik untuk memperkirakan permintaan sepatu Rp600.000 dari 100 siswa itu adalah ....

A. 80 siswa
B. 92 siswa
C. 68 siswa
D. 12 siswa
E. 100 siswa

Kunci singkat: 1. A, C, E 2. D

✔ PERIKSA DIRI

- Dapatkah kamu menjelaskan, dengan satu contoh dari sekolahmu, mengapa 40 orang yang ingin belum tentu berarti 40 pembeli?
- Apa pertanyaan yang membedakan orientasi pemasaran dari orientasi penjualan?
- **Yang harus kuingat:** mulai dari pelanggan; permintaan memerlukan kemampuan dan kesediaan; usaha yang naik skala menyiapkan legalitas, kapasitas, dan modal kerja.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 1.1: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.
next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-1.1

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 1.2 · Jenis dan strategi pemasaran berdasarkan data

SMKPEM-1.2

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi meminta kamu **menentukan jenis dan strategi pemasaran** dan **menganalisis kegiatan usaha berdasarkan data**. Pada soal, kalimat ini hampir selalu muncul sebagai **tabel penjualan** yang disertai sebuah tujuan, misalnya menambah pembeli, menambah laba, atau memilih satu produk untuk dipromosikan. Tugasmu memilih keputusan yang **paling didukung data**.

Soal latihan buku ini yang membahas sub bab ini seluruhnya berkategori **sulit**. Kesulitannya bukan pada hitungan yang rumit. Hitungannya hanya perkalian, pengurangan, dan persen. Kesulitannya terletak pada **memilih data yang tepat** dari tabel yang penuh angka. Data persentase benar nasional belum ada.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- membedakan jenis pemasaran menurut produk, sasaran, dan saluran;
- menyusun strategi pemasaran dari tujuan usaha, bukan dari kebiasaan;
- membaca tabel penjualan secara berurutan dan menghitung pendapatan serta laba;
- membedakan produk terlaris, pendapatan terbesar, dan laba terbesar, lalu memilih yang sesuai tujuan.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Jenis pemasaran

Pemasaran bisa dikelompokkan dari tiga sudut. Gambar 1.6 merangkumnya. Kelompok ini membantu kamu menentukan cara memasarkan yang cocok.

Menurut produknya.

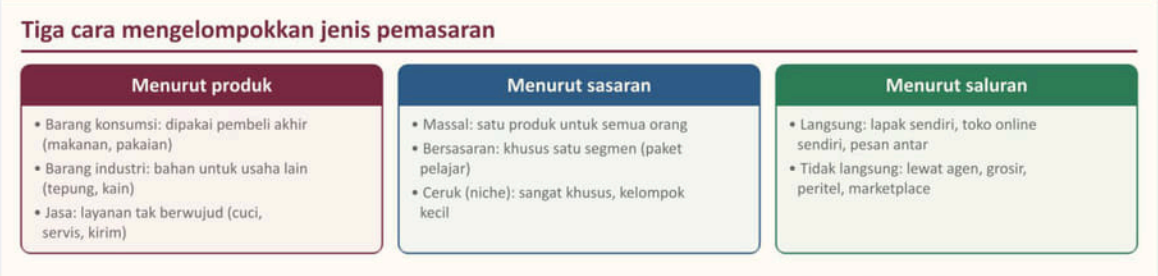
- **Pemasaran barang konsumsi** menjual barang untuk dipakai langsung oleh pembeli akhir: makanan, pakaian, alat tulis. Pembelinya banyak, membeli sedikit demi sedikit, dan sering dipengaruhi selera.
- **Pemasaran barang industri** menjual bahan atau peralatan kepada usaha lain yang memakainya untuk menghasilkan barang: tepung untuk pabrik roti, kain untuk konveksi. Pembelinya sedikit tetapi membeli banyak, dan keputusannya rasional.
- **Pemasaran jasa** menjual layanan yang tidak berwujud dan tidak bisa disimpan: cuci pakaian, servis, pengiriman. Mutu layanan sangat bergantung pada orang yang melayani, sehingga keramahan dan ketepatan waktu ikut dijual.

Menurut sasarannya.

- **Pemasaran massal** menawarkan produk yang sama kepada semua orang, misalnya air minum kemasan.
- **Pemasaran bersasaran (segmen)** menawarkan produk khusus untuk kelompok tertentu, misalnya paket makan hemat untuk pelajar. Inilah yang paling banyak dipakai UMKM.
- **Pemasaran ceruk (*niche*)** menawarkan produk sangat khusus untuk kelompok kecil, misalnya perlengkapan khusus pendaki.

Menurut salurannya.

- **Pemasaran langsung** bertemu pembeli tanpa perantara: lapak sendiri, toko online sendiri, pesan antar.
- **Pemasaran tidak langsung** memakai perantara seperti agen, grosir, peritel, atau marketplace.



Gambar 1.6 Jenis pemasaran menurut produk, sasaran, dan saluran. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Strategi pemasaran: dari tujuan ke 4P

Strategi pemasaran adalah rencana tindakan di bidang produk, harga, tempat, dan promosi (4P, sub bab 1.1) untuk mencapai **tujuan usaha** tertentu. Urutan berpikirnya selalu sama: tujuan dulu, baru tindakan. Tujuan yang berbeda menuntut strategi yang berbeda walaupun datanya sama.

Tujuan	Strategi yang masuk akal
Menambah pembeli baru	promosi di saluran tempat calon pembeli berada; contoh gratis; produk yang sudah terbukti diminati kelompok itu
Menambah laba	menjual lebih banyak produk berlaba besar; menekan biaya; menaikkan harga bila pelanggan tetap membeli
Mempertahankan pelanggan lama	pelayanan, program anggota, produk yang konsisten
Memperkenalkan produk baru	promosi besar, contoh gratis, harga perkenalan
Mengatasi stok menumpuk	diskon terbatas, paket, promosi pada segmen yang tepat

Bila tujuan tidak dibaca dengan benar, jawabanmu akan tampak masuk akal tetapi salah sasaran.

3. Strategi harga

Harga adalah satu-satunya P yang langsung menghasilkan uang, sehingga perlu hati-hati. Tiga cara menetapkan harga yang sering muncul di kelas SMK:

1. **Berdasarkan biaya.** Harga jual = biaya total per unit + laba yang diinginkan. Bila laba dinyatakan sebagai persen dari biaya, laba = persen × biaya.
2. **Berdasarkan pesaing.** Harga disesuaikan dengan harga produk sejenis di sekitar. Produk yang lebih baik boleh sedikit lebih mahal.
3. **Berdasarkan pembeli.** Harga disesuaikan dengan kesediaan membayar segmen sasaran. Harga paket (beli tiga lebih murah) dan potongan harga termasuk di sini.

Gambar 1.7 memperlihatkan susunan harga jual dari biaya sampai laba. Dari susunan ini kamu bisa melihat bahwa **laba tidak sama dengan pendapatan**. Pendapatan adalah seluruh uang yang masuk. Laba adalah sisa setelah biaya dikurangkan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan



Gambar 1.7 Harga jual tersusun dari biaya dan laba. Contoh: pisang cokelat goreng rekaan. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Rumus yang perlu kamu hafal karena dipakai berulang:

Yang dihitung	Rumus
Pendapatan	harga jual × jumlah terjual
Laba per unit	harga jual − biaya per unit
Laba total	laba per unit × jumlah terjual
Rata-rata	jumlah seluruh nilai ÷ banyak data
Persentase	bagian ÷ keseluruhan × 100 %
Selisih	nilai yang lebih besar − nilai yang lebih kecil

Selain tiga dasar itu, ada beberapa kebiasaan penetapan harga yang sering muncul di toko dan kedai:

- **Harga psikologis**, misalnya Rp9.900 dan bukan Rp10.000, karena angka pertama terasa lebih murah di mata pembeli.
- **Harga paket**, misalnya tiga gelas Rp11.000 ketika harga satuan Rp4.000. Pembeli merasa untung, penjual menjual lebih banyak sekaligus.
- **Potongan harga (diskon)** untuk tujuan tertentu, misalnya menghabiskan stok yang hampir kedaluwarsa. Potongan yang terus-menerus justru menurunkan laba dan membuat pembeli menunggu diskon.
- **Harga berjenjang** untuk pembeli dalam jumlah besar. Semakin banyak yang dibeli, semakin kecil harga per unit. Pasar industri sangat menyukai cara ini.

Satu catatan penting: **menurunkan harga tidak otomatis menambah laba**. Bila harga turun 10 % tetapi pembeli hanya bertambah 5 %, laba total justru bisa turun. Itu sebabnya harga selalu diuji dengan hitungan laba total, bukan dengan perasaan.

4. Strategi produk, tempat, dan promosi

Tiga P yang lain juga bisa diatur menurut tujuan.

Strategi produk menyangkut ukuran, rasa, variasi, kemasan, dan mutu. Produk diubah bila data menunjukkan alasan penjualan tertahan ada di produk itu. Contoh: porsi terlalu besar untuk pelanggan perorangan, kemasan sulit dibawa, atau varian yang diminta belum tersedia.

Strategi tempat atau distribusi menyangkut di mana dan bagaimana pembeli memperoleh produk. Bila pembeli kantor memesan lewat aplikasi, sedangkan pembeli pelajar datang ke kedai, maka dua saluran itu memerlukan perlakuan berbeda. Saluran baru layak dibuka bila ada kelompok pembeli yang belum terjangkau.

Strategi promosi menyangkut pesan, media, dan waktu. Promosi paling efektif bila diarahkan ke saluran dan kelompok yang menjadi tujuan, dan pada produk yang memiliki bukti minat. Promosi tidak memperbaiki produk yang memang ditolak pembeli.

Perhatikan bahwa satu masalah hampir selalu menunjuk **satu P utama**. Alasan "porsi terlalu besar" menunjuk produk. Alasan "tidak tahu ada kedai ini" menunjuk promosi. Alasan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

"kejauhan" menunjuk tempat. Alasan "mahal" menunjuk harga. Tugasmu memilih P yang paling tepat, lalu keputusan yang paling kecil biayanya tetapi menyentuh penyebab.

5. Data penjualan dan cara membacanya

Data penjualan adalah catatan apa yang terjual, berapa banyak, kapan, di mana, dan kepada siapa. Data biasanya ditulis dalam tabel. Pemasar memakainya untuk menemukan produk yang diminati, hari yang ramai, saluran yang efektif, dan segmen yang menguntungkan. Keputusan yang bersandar pada data lebih tepat daripada keputusan yang bersandar pada perasaan.

Bacalah tabel dengan urutan lima langkah:

1. **Baca judul dan satuan.** Apakah angkanya rupiah, buah, kilogram, atau persen? Mencampur satuan menghasilkan jawaban salah.
2. **Baca tujuan** yang ditulis di soal. Tujuan menentukan kolom mana yang penting.
3. **Bandingkan** angka dalam satu kolom: mana yang terbesar, terkecil, dan paling menyimpang.
4. **Hitung bila perlu**: pendapatan, laba per unit, laba total, total, atau persen.
5. **Tarik kesimpulan sebatas tabel.** Jangan menambah alasan yang tidak tertulis, misalnya "karena musim hujan".

Kualitas data juga perlu diperiksa. Data yang baik mencakup **periode yang sama** untuk semua yang dibandingkan (satu bulan dengan satu bulan), memakai **satuan yang sama**, dan berasal dari **catatan nyata**, bukan dugaan. Bila satu produk dicatat sepekan dan produk lain sebulan, perbandingan keduanya menyesatkan. Data dari dalam usaha (catatan kasir, nota) menjelaskan apa yang sudah terjadi. Data dari luar usaha (survei pembeli, harga pesaing) menjelaskan apa yang mungkin terjadi.

Gambar 1.8 memakai data laundry rekaan untuk memperlihatkan bahwa **tiga pertanyaan yang tampak mirip bisa memiliki tiga jawaban berbeda**: layanan terlaris, laba per pesanan terbesar, dan laba total terbesar.

Tabel penjualan laundry rekaan (satu bulan)

Tiga pertanyaan yang tampak mirip, tiga jawaban berbeda.

Layanan	Tarif per pesanan	Biaya per pesanan	Pesanan per bulan	Pendapatan	Laba per pesanan	Laba total
Cuci setrika kiloan	Rp40.000	Rp27.500	**120**	Rp4.800.000	Rp12.500	**Rp1.500.000**
Cuci sepatu	Rp35.000	Rp15.000	40	Rp1.400.000	**Rp20.000**	Rp800.000
Cuci selimut	Rp30.000	Rp20.000	50	Rp1.500.000	Rp10.000	Rp500.000
Cuci bedcover	Rp45.000	Rp30.000	20	Rp900.000	Rp15.000	Rp300.000

- Paling laris (pesanan terbanyak): cuci setrika kiloan, 120 pesanan
- Laba terbesar untuk setiap pesanan: cuci sepatu, Rp20.000
- Laba total terbesar: cuci setrika kiloan, Rp1.500.000

Hitungan: pendapatan = tarif × pesanan; laba per pesanan = tarif − biaya; laba total = laba per pesanan × pesanan.

Gambar 1.8 Tabel penjualan laundry rekaan satu bulan, lengkap dengan hasil hitungan. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Dari Gambar 1.8 terlihat bahwa **cuci setrika kiloan** paling banyak dipesan (120 pesanan) dan memberi laba total terbesar (Rp1.500.000). Namun **cuci sepatu** memberi laba terbesar untuk

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

setiap pesanan (Rp20.000). Layanan yang dipilih untuk dipromosikan bergantung pada tujuan: menambah jumlah pembeli, menambah laba total, atau menambah laba dari setiap pesanan tambahan.

6. Menghitung persen dan perubahan

Tabel penjualan sering disertai pertanyaan tentang persen. Ada dua bentuk yang paling sering dipakai.

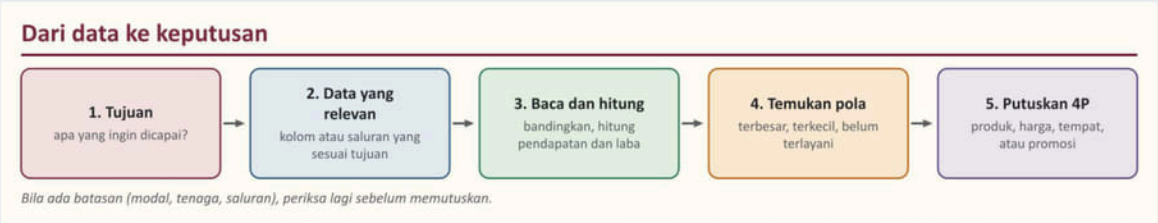
Persen bagian menunjukkan seberapa besar satu bagian dibanding seluruhnya: bagian ÷ keseluruhan × 100 %. Bila kiloan menyumbang Rp4.800.000 dari pendapatan Rp8.600.000, maka porsinya 4.800.000 ÷ 8.600.000 × 100 % ≈ 55,8 %.

Persen perubahan menunjukkan naik atau turunnya nilai dari waktu ke waktu: (nilai baru − nilai lama) ÷ nilai lama × 100 %. Bila pesanan cuci sepatu naik dari 40 menjadi 50, perubahannya (50 − 40) ÷ 40 × 100 % = 25 % naik. Hati-hati, pembaginya selalu **nilai lama**.

Dua kekeliruan yang sering terjadi: pertama, menganggap kenaikan 25 % dan penurunan 25 % saling menghapus (tidak, karena pembaginya berbeda); kedua, membandingkan angka dua kelompok yang jumlahnya berbeda tanpa menghitung persennya. Misalnya 30 dari 120 pembeli (25 %) lebih kecil proporsinya daripada 20 dari 50 pembeli (40 %), padahal 30 lebih besar daripada 20.

7. Dari data ke keputusan

Gambar 1.9 menunjukkan alur yang dipakai setiap kali kamu diberi data dan diminta memutuskan.



Gambar 1.9 Lima langkah dari tujuan sampai keputusan 4P. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Ada lima prinsip yang membuat keputusan tetap kuat (rangkumannya ada pada peta konsep di Gambar 1.10 pada akhir bagian ini):

1. **Pilih data yang cocok dengan tujuan.** Bila tujuannya menambah pembeli lewat aplikasi, penjualan di aplikasi lebih relevan daripada penjualan di toko.
2. **Laris, pendapatan besar, dan laba besar adalah tiga hal berbeda.** Produk murah bisa terjual paling banyak tetapi labanya kecil. Harga paling mahal belum tentu menghasilkan laba total terbesar bila pembelinya sedikit.
3. **Permintaan yang belum terlayani adalah peluang paling pasti.** Pesanan yang ditolak atau stok yang cepat habis menunjukkan pembeli yang sudah ada.
4. **Kapasitas terbatas memaksa memilih.** Bila tenaga atau modal hanya cukup untuk satu program, pilih yang tambahan labanya paling besar.
5. **Kesimpulan tidak boleh melampaui data.** Tabel penjualan satu bulan tidak membuktikan bahwa pelanggan "selalu" menyukai produk itu.

Catatan tambahan: menulis rekomendasi dari data

Pemasar tidak hanya membaca data, tetapi juga **menuliskan rekomendasi** kepada pemilik usaha. Rekomendasi yang baik memuat empat bagian singkat: **temuan** (apa yang terlihat di data, lengkap dengan angka), **alasan** (mengapa temuan itu penting bagi tujuan), **tindakan** (apa yang disarankan, siapa yang melakukan, kapan), dan **ukuran keberhasilan** (angka apa yang akan diperiksa untuk menilai hasilnya). Contoh untuk laundry rekaan pada Gambar 1.8: "Temuan: cuci sepatu memberi laba Rp20.000 per pesanan, tertinggi di antara empat layanan, tetapi hanya 40 pesanan. Alasan: tujuan bulan depan menambah laba lewat promosi satu layanan. Tindakan: promosikan cuci sepatu lewat poster di sekolah selama dua minggu. Ukuran: pesanan naik dari 40 menjadi minimal 50."

Rekomendasi seperti ini mengikat keputusan pada data. Lawannya adalah rekomendasi yang hanya berbunyi "sebaiknya promosi lebih banyak" tanpa angka dan tanpa alasan.

Satu hal lagi yang sering menjebak adalah **satuan yang tercampur**. Bila satu baris tabel dalam kilogram dan baris lain dalam pesanan, jumlahnya tidak dapat dibandingkan langsung. Ubah ke satuan yang sama lebih dulu, atau bandingkan memakai persen atau laba per pesanan. Periksa juga **periode** data: penjualan satu minggu tidak sebanding dengan penjualan satu bulan.

8. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Jenis pemasaran dibaca dari tiga sudut: produk, sasaran, saluran.
- **Tujuan dulu, strategi kemudian.**
- Tabel dibaca berurutan: satuan, tujuan, bandingkan, hitung, simpulkan.
- **Laris ≠ pendapatan terbesar ≠ laba terbesar.**
- Peluang yang paling pasti adalah permintaan yang belum terlayani.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▣ CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Menetapkan harga jual dari biaya

Usaha pisang cokelat goreng rekaan memiliki biaya bahan Rp1.500, biaya gas dan tenaga Rp500, dan biaya kemasan Rp300 per buah. Pemilik ingin laba 30 % dari biaya. Berapa harga jual per buah, dan berapa laba bila terjual 200 buah?

Langkah.

1. Biaya per buah = 1.500 + 500 + 300 = **Rp2.300**.
2. Laba per buah = 30 % × 2.300 = **Rp690**.
3. Harga jual = 2.300 + 690 = Rp2.990. Dibulatkan ke **Rp3.000** agar mudah dibayar.
4. Laba per buah setelah pembulatan = 3.000 − 2.300 = Rp700.
5. Laba untuk 200 buah = 200 × 700 = **Rp140.000**.

Pemeriksaan: pendapatan 200 × 3.000 = Rp600.000; biaya 200 × 2.300 = Rp460.000; selisihnya Rp140.000. Hasilnya cocok.

Contoh 2 — Tiga jawaban dari satu tabel

Gunakan tabel laundry pada Gambar 1.8. Pemilik ingin memilih **satu layanan** untuk dipromosikan bulan depan. Kapasitas mesin cukup, dan promosi diperkirakan menambah **10 pesanan** pada layanan yang dipilih. Tujuannya menambah laba sebanyak mungkin. Layanan mana yang dipilih?

Langkah.

1. Tujuan: tambahan laba dari 10 pesanan. Yang menentukan adalah **laba per pesanan**, bukan jumlah pesanan lama.
2. Laba per pesanan: kiloan Rp12.500; sepatu Rp20.000; selimut Rp10.000; bedcover Rp15.000.
3. Tambahan laba bila 10 pesanan: kiloan Rp125.000; sepatu **Rp200.000**; selimut Rp100.000; bedcover Rp150.000.
4. Terbesar: **cuci sepatu**.

Jawaban: cuci sepatu. Cuci kiloan memang paling laris dan memberi laba total terbesar, tetapi data itu menjawab pertanyaan lain.

Contoh 3 — Memilih data sesuai tujuan

Sebuah warung nasi bakar rekaan mencatat jumlah pembeli pekan lalu: Senin 40, Selasa 45, Rabu 50, Kamis 55, Jumat 90, Sabtu 70, Minggu 30. Tujuan pemilik: **menambah pembeli pada hari yang paling sepi**. Hari mana yang dipromosikan?

Langkah.

1. Tujuan menyebut hari paling sepi, jadi cari nilai **terkecil**.
2. Nilai terkecil: Minggu, 30 pembeli.
3. Hari paling ramai (Jumat, 90) bukan jawaban, karena tujuan bukan memperkuat hari ramai.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

4. Selisih Minggu dengan rata-rata hari lain: rata-rata enam hari lain = (40 + 45 + 50 + 55 + 90 + 70) ÷ 6 = 350 ÷ 6 ≈ 58; 58 − 30 = 28.

Jawaban: promosi diarahkan ke hari **Minggu**. Seandainya tujuannya menambah laba dari hari yang sudah ramai, jawabannya berbeda. Itulah mengapa tujuan dibaca lebih dulu.

❖ PETA KONSEP



Gambar 1.10 Peta konsep jenis dan strategi pemasaran berdasarkan data. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal tabel penjualan:

1. **Garis bawahi tujuan** di soal (menambah pembeli, menambah laba, mengatasi stok, memilih satu program).
2. **Tentukan kolom yang relevan.** Tulis di kertas kolom mana yang dipakai dan mengapa.
3. **Hitung dengan teratur.** Hitung laba, bukan hanya pendapatan, bila soal menyebut biaya.
4. **Uji setiap pilihan dengan data.** Alasan dalam pilihan jawaban (misalnya "karena paling laris") harus benar menurut tabel.
5. **Periksa batasan:** modal, tenaga, atau saluran yang hanya cukup untuk satu program.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Alasan benar di tabel, tetapi tidak menjawab tujuan.** "Produk ini paling laris di kedai" benar, namun tujuannya menambah pembeli di aplikasi.
- **Pendapatan disangka laba.** Pendapatan terbesar belum dikurangi biaya.
- **Kunci benar, alasan salah.** Dua pilihan menyebut harga yang sama tetapi alasannya berbeda; hanya satu alasan yang sesuai hitungan.
- **Total yang dilewatkan.** Menjumlahkan dua kolom mengubah urutan produk terlaris.
- **Satuan tercampur** (kilogram dengan pesanan, rupiah dengan buah).
- **Peluang yang jelas diabaikan.** Pesanan ditolak karena penuh menunjukkan permintaan yang sudah ada.
- **Membagi rata** ketika soal menyebut sumber daya hanya cukup untuk satu program.

> Contoh salah tafsir: sebuah kedai menyusun tabel penjualan mi, nasi, dan roti bakar. Siswa memilih roti bakar untuk dipromosikan karena harganya paling mahal. Padahal roti bakar hanya terjual sepuluh porsi sebulan, sehingga laba totalnya paling kecil. Harga tinggi tidak sama dengan laba total tinggi.

● BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut meminta memilih satu menu untuk dipromosikan lewat saluran tertentu. Perhatikan **kolom mana yang relevan dengan tujuan**: bukan total semua saluran, tetapi saluran yang menjadi tujuan promosi. Hitung total hanya untuk memeriksa pilihan yang menyebutnya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Kak Dewi, alumni SMK, mengelola kedai minuman dekat sekolah dan perkantoran. Pada Januari 2027 ia ingin menambah pembeli lewat aplikasi pesan-antar. Pembeli lewat aplikasi umumnya karyawan kantor sekitar, sedangkan pembeli di kedai umumnya pelajar. Anggaran promosinya hanya cukup untuk mempromosikan satu menu di aplikasi selama sebulan. Berikut data penjualan Desember 2026.

Menu	Harga	Terjual di kedai	Terjual lewat aplikasi
Teh tarik	Rp8.000	300 gelas	40 gelas
Kopi susu gula aren	Rp15.000	120 gelas	260 gelas
Jus alpukat	Rp14.000	90 gelas	30 gelas
Lemon tea	Rp9.000	210 gelas	25 gelas

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan promosi yang paling didukung data adalah ....

A. Mempromosikan teh tarik karena menu itu paling laris di kedainya
B. Mempromosikan jus alpukat agar penjualannya menyusul menu lain
C. Mempromosikan lemon tea karena harganya terjangkau bagi pelajar
D. Mempromosikan teh tarik karena total penjualannya paling banyak
E. Mempromosikan kopi susu karena peminatnya terbanyak di aplikasi

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Pembahasan **Kunci: E**

Konsep: Strategi pemasaran berbasis data memilih data yang sesuai dengan tujuan. Tujuan Kak Dewi adalah menambah pembeli lewat aplikasi, sehingga data yang paling relevan adalah penjualan di aplikasi, bukan penjualan di kedai.

Langkah:

1. Tujuan: menambah pembeli lewat aplikasi, dengan satu menu saja.
2. Penjualan di aplikasi: kopi susu 260 gelas, jauh di atas teh tarik 40, jus alpukat 30, dan lemon tea 25.
3. Pembeli aplikasi sudah terbukti menyukai kopi susu, sehingga promosi menu ini paling mungkin menarik pembeli aplikasi baru.
4. Cek ulang total: teh tarik 340 gelas, kopi susu 380 gelas; teh tarik pun bukan yang terbanyak secara total.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Jebakan: teh tarik memang paling laris di kedai, tetapi pembeli kedai bukan sasaran promosi aplikasi.
- **B.** ✗ Penjualan jus alpukat rendah di kedai maupun aplikasi, jadi tidak ada data yang menunjukkan minat pembeli aplikasi.
- **C.** ✗ Harga murah tidak didukung data aplikasi; lemon tea justru paling sedikit terjual di aplikasi.
- **D.** ✗ Jebakan: total teh tarik 300 + 40 = 340 gelas, lebih kecil daripada kopi susu 120 + 260 = 380 gelas.
- **E.** ✓ Kopi susu terjual 260 gelas di aplikasi, paling banyak di saluran yang menjadi tujuan promosi.

Jawaban: E.

✎ LATIHAN

Kerjakan dengan tabel di depanmu. Tulis tujuan, kolom yang dipakai, dan hasil hitungan sebelum memilih jawaban.

1. Tim kewirausahaan SMK menjual es kopi susu di bazar tiga hari pada April 2027 dengan harga berbeda setiap hari untuk menguji harga. Jumlah pengunjung ketiga hari hampir sama, dan biaya bahan Rp5.000 per gelas. Tim ingin memakai harga yang memberi laba total terbesar pada bazar berikutnya.

Hari	Harga per gelas	Gelas terjual
Jumat	Rp8.000	150
Sabtu	Rp10.000	110
Minggu	Rp12.000	60

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan harga yang paling tepat adalah ....

A. Rp8.000 karena jumlah gelas yang terjual paling banyak
B. Rp12.000 karena laba setiap gelasnya paling besar
C. Rp8.000 karena total pendapatan penjualannya paling besar
D. Rp10.000 karena total laba penjualannya paling besar
E. Rp10.000 karena total pendapatannya paling besar

2. Toko bunga Kembang Ayu hanya mampu menyiapkan satu program pemesanan besar pada semester pertama 2027 karena tenaganya terbatas. Pemilik membuka data tahun 2026.

Momen	Pesanan terlayani	Laba rata-rata per pesanan	Pesanan ditolak karena penuh
Hari Valentine (Februari)	120	Rp40.000	10
Wisuda kampus (Maret)	200	Rp25.000	90
Hari Kartini (April)	60	Rp30.000	0

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Strategi yang paling didukung data untuk menambah laba tahun 2027 adalah ....

A. Membuka pemesanan awal wisuda agar pesanan tidak lagi banyak ditolak
B. Memfokuskan program pada Valentine karena laba setiap pesanannya paling besar
C. Membagi tenaga sama rata untuk ketiga momen dengan program yang lebih kecil
D. Membuat promosi Hari Kartini agar pesanan pada momen itu ikut meningkat
E. Mengurangi pesanan wisuda agar tenaga dapat dipakai untuk buket Valentine

Kunci singkat: 1. D 2. A

✔ PERIKSA DIRI

- Dapatkah kamu menjelaskan mengapa produk terlaris bisa bukan produk berlaba total terbesar? Berilah contoh dengan angka.
- Apa yang kamu lakukan lebih dulu sebelum menghitung apa pun pada soal tabel?
- **Yang harus kuingat:** tujuan menentukan data; hitung laba, bukan hanya pendapatan; peluang yang paling pasti adalah permintaan yang belum terlayani.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 1.2: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.
next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-1.2

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 1.3 · Kebutuhan pasar konsumen dan pasar industri

SMKPEM-1.3

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **memahami, menerapkan, dan menganalisis kebutuhan pasar**, dengan batasan **pasar konsumen dan pasar industri**. Pada soal, kemampuan ini muncul sebagai kasus sebuah usaha kecil yang biasa melayani pembeli perorangan, lalu mendapat tawaran dari pembeli usaha seperti hotel, pabrik, restoran, atau kontraktor. Kamu diminta menilai **apa yang dibutuhkan pembeli industri** dan **penawaran apa yang tepat** untuk mereka.

Soal sub bab ini berkategori sedang. Jebakannya hampir selalu sama: pilihan jawaban memuat cara menarik pembeli perorangan (potongan harga akhir pekan, kartu poin, tampilan toko) yang terdengar baik tetapi tidak menyentuh kebutuhan pembeli usaha. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- membedakan pasar konsumen dan pasar industri berdasarkan siapa pembelinya, berapa banyak yang dibeli, dan bagaimana keputusannya diambil;
- menjelaskan mengapa permintaan pasar industri bergantung pada permintaan produk akhir;
- menganalisis kebutuhan pembeli dengan serangkaian pertanyaan baku;
- menyusun penawaran yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing pasar.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Apa itu pasar?

Dalam pemasaran, **pasar** bukan hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pasar adalah **kumpulan orang atau organisasi yang membutuhkan suatu produk, mampu membeli, dan bersedia membeli**. Pasar gula-gula di sekolahmu terdiri atas siswa yang menyukai gula-gula dan punya uang saku. Kamu sudah mengenal tiga unsur ini di sub bab 1.1: kebutuhan, kemampuan, dan kesediaan.

Berdasarkan siapa yang membeli dan untuk apa, kisi-kisi membatasi pembahasan pada dua jenis pasar:

- **Pasar konsumen**: perorangan atau rumah tangga yang membeli untuk dipakai atau dikonsumsi sendiri.
- **Pasar industri** (sering disebut juga pasar organisasi atau pasar bisnis): perusahaan, pabrik, hotel, restoran, rumah sakit, sekolah, atau kontraktor yang membeli untuk keperluan **menjalankan usahanya**, baik sebagai bahan produksi, perlengkapan kerja, maupun barang yang dijual kembali.

Perhatikan bahwa **barang yang sama bisa masuk kedua pasar**. Tepung yang dibeli ibu untuk kue ulang tahun termasuk pasar konsumen. Tepung yang sama, dalam karung 25 kilogram yang dibeli pabrik roti, termasuk pasar industri. Yang membedakan bukan barangnya, melainkan **tujuan membeli**.

2. Ciri pasar konsumen

Pembeli perorangan memiliki kebiasaan yang cukup mudah dikenali:

- **Jumlah pembeli banyak, tetapi tiap pembelian kecil** dan dilakukan sering.
- **Keputusan diambil sendiri atau bersama keluarga**, cepat, dan banyak dipengaruhi selera, suasana hati, tren, serta teman.
- **Promosi dan tampilan berpengaruh besar.** Potongan harga, kemasan menarik, hadiah, dan ulasan orang lain dapat mengubah keputusan dengan cepat.
- **Pembayaran biasanya langsung** (tunai, transfer, dompet digital).
- **Hubungan dengan penjual tidak terlalu mengikat.** Pembeli mudah berpindah bila ada tawaran yang lebih menarik.

3. Ciri pasar industri

Pembeli usaha berperilaku berbeda karena ia membeli demi kelancaran bisnisnya sendiri:

- **Pembeli sedikit, tetapi pembelian besar dan rutin.** Satu pabrik dapat membeli sebanyak ribuan pembeli perorangan.
- **Keputusan rasional dan kolektif.** Beberapa pihak terlibat: pemakai barang, bagian pembelian, bagian keuangan, dan pimpinan. Mereka membandingkan penawaran dengan cermat.
- **Penawaran dan kesepakatan tertulis.** Spesifikasi barang, harga, jumlah, jadwal, dan syarat

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

pembayaran dituliskan dan sering diikat dalam kontrak.

- **Negosiasi harga dan syarat pembayaran lazim terjadi.** Harga bertingkat menurut jumlah dan pembayaran bertempo (misalnya 14 atau 30 hari) umum diminta.
- **Mutu harus seragam dan jadwal harus tepat.** Pabrik yang kehabisan bahan akan menghentikan produksinya. Karena itu pasokan yang pasti sering lebih dihargai daripada harga yang sedikit lebih murah.
- **Hubungan jangka panjang.** Pembeli industri lebih suka memiliki pemasok tetap yang terpercaya.
- **Permintaan turunan.** Permintaan bahan baku tergantung permintaan barang akhir. Bila pembeli roti berkurang, pabrik roti memesan lebih sedikit tepung.

Pasar konsumen dan pasar industri

Yang membedakan adalah tujuan membeli, bukan barangnya.

Ciri	Pasar konsumen	Pasar industri
Pembeli	perorangan atau rumah tangga	pabrik, hotel, restoran, sekolah, kontraktor
Tujuan membeli	dipakai sendiri	menjalankan usaha: bahan, perlengkapan, dijual kembali
Jumlah pembelian	kecil, sering	besar dan rutin
Keputusan	cepat, pribadi, dipengaruhi selera dan tren	rasional, melibatkan beberapa pihak
Yang berpengaruh	promosi, tampilan, potongan harga, ulasan	mutu seragam, jadwal tepat, spesifikasi, harga grosir
Bentuk kesepakatan	transaksi langsung	penawaran tertulis, negosiasi, kontrak
Pembayaran	langsung	sering bertempo
Hubungan	longgar, mudah berpindah	jangka panjang, pemasok tetap

Gambar 1.11 Perbandingan ciri pasar konsumen dan pasar industri. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gambar 1.11 meringkas perbedaan itu dalam satu tabel. Tabel ini akan sering kamu pakai untuk menyaring pilihan jawaban: setiap kali sebuah pilihan menyebut cara menarik pembeli, tanyakan dulu **untuk pasar yang mana cara itu cocok**.

Pembeli industri sendiri bermacam-macam. Mengenali jenisnya membantumu menebak kebutuhannya:

- **Produsen (pabrik dan usaha pengolahan)** membeli bahan baku dan bahan penolong, misalnya pabrik kerupuk membeli tepung dan minyak. Mereka paling peduli pada mutu seragam dan pasokan tanpa putus.
- **Penjual kembali (grosir, agen, peritel)** membeli barang jadi untuk dijual lagi. Mereka paling peduli pada harga beli yang memberi ruang laba, margin yang jelas, dan kemasan yang siap dipajang.
- **Lembaga dan pengguna akhir organisasi (hotel, rumah sakit, sekolah, kantor)** membeli perlengkapan untuk melayani orang lain, misalnya seprai, seragam, makanan, atau alat tulis. Mereka paling peduli pada ketepatan, kebersihan, dan standar layanan.

Di dalam satu organisasi, keputusan membeli sering dibagi ke beberapa peran: **pemakai** (yang akan memakai barang), **pembeli** (bagian pengadaan yang mengurus pesanan), **penentu syarat** (yang menetapkan spesifikasi), dan **pengambil keputusan** (pimpinan atau bagian keuangan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

yang menyetujui anggaran). Karena itulah penawaran untuk organisasi sebaiknya tertulis dan lengkap: setiap pihak dapat membacanya sendiri tanpa harus mendengar penjelasan lisan.

Proses melayani pembeli industri biasanya lebih panjang daripada melayani pembeli perorangan. Urutannya: kunjungan atau perkenalan, menggali kebutuhan, menyerahkan contoh, mengirim penawaran tertulis, negosiasi harga dan syarat, kesepakatan atau kontrak, pengiriman pertama, lalu evaluasi berkala. Pada tahap evaluasi inilah pemasok yang konsisten dipertahankan dan pemasok yang sering terlambat diganti.

4. Permintaan turunan: dari konsumen sampai petani

Permintaan turunan sangat penting untuk dipahami karena menjelaskan mengapa pemasok bahan harus ikut memperhatikan konsumen akhir. Gambar 1.12 memperlihatkan rantainya dengan contoh minyak goreng rekaan.



Gambar 1.12 Rantai dari kebun sampai konsumen. Permintaan di ujung kanan menentukan pesanan di bagian kiri. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

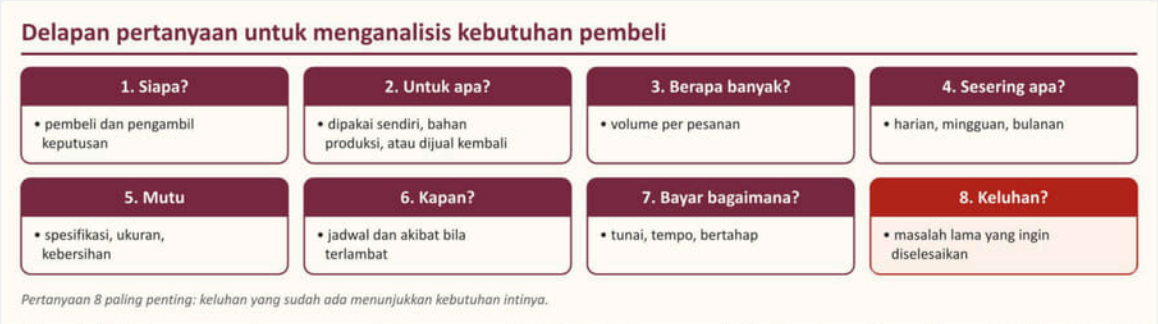
Di ujung rantai ada rumah tangga (pasar konsumen) yang membeli minyak goreng kemasan di warung. Dari permintaan merekalah warung memesan ke agen, agen memesan ke pabrik, pabrik memesan sawit dari kebun. Sepanjang rantai itu, **setiap pembelian antarperusahaan adalah pasar industri**; hanya pembelian di ujung yang berupa pasar konsumen. Konsekuensinya, penjual yang melayani pasar industri harus memantau naik turunnya permintaan konsumen akhir karena itulah yang akan menentukan pesanan berikutnya.

5. Menganalisis kebutuhan pasar

Menganalisis kebutuhan berarti **mencari tahu dengan teliti apa yang sebenarnya dibutuhkan pembeli sebelum menawarkan sesuatu**. Tanyakan hal-hal berikut. Gambar 1.13 menyusunnya menjadi daftar periksa.

1. **Siapa pembelinya dan siapa yang memutuskan?** Perorangan, atau beberapa bagian dalam sebuah organisasi.
2. **Apa yang dibeli dan untuk apa?** Dipakai sendiri, bahan produksi, atau dijual kembali.
3. **Berapa banyak?** Volume per pesanan.
4. **Seberapa sering?** Harian, mingguan, atau bulanan.
5. **Apa standar mutunya?** Spesifikasi, ukuran, kebersihan, atau sertifikat yang diminta.
6. **Kapan harus tiba?** Jadwal, batas waktu, dan akibat bila terlambat.
7. **Bagaimana cara membayar?** Tunai, tempo, atau bertahap.
8. **Apa keluhan atau kekhawatiran yang sudah ada?** Keterlambatan, mutu tidak seragam, atau harga yang berubah-ubah.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan



Gambar 1.13 Delapan pertanyaan untuk menganalisis kebutuhan pembeli. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Jawabannya bisa diperoleh dari wawancara, kunjungan ke tempat pembeli, contoh produk yang diminta pembeli, atau catatan pesanan sebelumnya. Pada soal, jawaban pertanyaan itu sudah tersebar di dalam cerita. Tugasmu **mengumpulkannya** lalu menyimpulkan kebutuhan intinya.

6. Menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan

Setelah kebutuhan diketahui, penawaran disusun agar menjawabnya. Dua pasar menuntut hal berbeda.

Kebutuhan pembeli	Penawaran untuk pasar konsumen	Penawaran untuk pasar industri
Harga	potongan harga, paket hemat, harga psikologis	harga grosir bertingkat menurut jumlah, penawaran tertulis, ruang negosiasi
Kepastian	stok tersedia di toko	jadwal kirim tetap, pasokan cadangan, kontrak
Mutu	contoh rasa atau uji coba	contoh produk, standar mutu tertulis, mutu seragam tiap kiriman
Pembayaran	tunai, dompet digital, cicilan ringan	pembayaran berkala atau bertempo
Hubungan	kartu poin, hadiah, ulasan	pemasok tetap, kontak khusus, layanan cepat bila ada masalah
Tampilan	etalase menarik, kemasan cantik	tidak terlalu penting; yang penting kemasan aman dan sesuai spesifikasi

Perhatikan bahwa penawaran terbaik **menjawab keluhan utama** yang sudah muncul. Bila pembeli industri mengeluh pasokan terlambat, kepastian jadwal lebih penting daripada diskon, sekalipun diskon terdengar menarik.

Satu hal lagi yang perlu diingat: **penawaran untuk pembeli industri tidak boleh menjanjikan sesuatu yang tidak sanggup dipenuhi**. Pesanan yang besar menguji kapasitas. Usaha kecil yang menerima pesanan 600 potong seragam padahal mesinnya hanya sanggup 200 potong per pekan akan terlambat, dan satu keterlambatan sudah cukup membuat pembeli industri mencari pemasok lain. Karena itu, sebelum mengajukan penawaran, hitung dulu kapasitas, bahan, tenaga, dan modal kerja. Bila belum sanggup, tawarkan pengiriman bertahap atau jujur menolak.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Perhatikan juga bahwa **pasar konsumen tidak boleh dilupakan** hanya karena pesanan industri tampak lebih besar. Usaha yang menerima pesanan besar tetapi menelantarkan pelanggan perorangan akan kehilangan keduanya bila pesanan besar itu berhenti. Banyak usaha kecil memilih menyisihkan sebagian kapasitas tetap untuk pelanggan lama, sementara sisanya untuk pembeli industri.

7. Kesalahan umum

- **Memakai cara pasar konsumen untuk pasar industri.** Pabrik tidak akan terpengaruh promo akhir pekan.
- **Menganggap hubungan dengan pembeli industri cukup dengan ramah.** Keramahan penting, tetapi tanpa kepastian pasokan, mutu seragam, dan penawaran tertulis, pesanan akan dialihkan.
- **Menganggap pembeli industri hanya mencari harga murah.** Mutu seragam dan jadwal tepat sering lebih menentukan.
- **Menganggap setiap pembeli dalam sebuah organisasi memutuskan sendiri.** Keputusan biasanya melibatkan beberapa bagian.
- **Menjawab tanpa membaca keluhan di soal.** Keluhan itulah petunjuk terkuat tentang kebutuhan.

Seluruh konsep ini dirangkum pada peta konsep di Gambar 1.14 pada akhir bagian ini.

8. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Pembeda dua pasar adalah **tujuan membeli**, bukan barangnya.
- Pasar konsumen: banyak pembeli, pembelian kecil, keputusan dipengaruhi selera dan promosi.
- Pasar industri: sedikit pembeli, pembelian besar dan rutin, keputusan rasional dan kolektif, penawaran tertulis, mutu seragam, jadwal tepat, pembayaran bertempo.
- Permintaan industri bergantung pada permintaan konsumen akhir.
- Analisis kebutuhan: siapa, apa, berapa, sesering apa, mutu, kapan, bayar bagaimana, dan keluhan apa yang sudah ada.

▣ CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Menggolongkan pembeli

Golongkan pembeli berikut ke pasar konsumen atau pasar industri.

1. Bu Lastri membeli beras 5 kilogram di warung untuk keluarganya.
2. Rumah makan Sederhana membeli beras 100 kilogram setiap pekan.
3. Sebuah sekolah membeli 20 rim kertas untuk keperluan ujian.
4. Rafi membeli dua pulpen untuk dipakai sendiri.
5. Bengkel Sentosa membeli oli dalam jumlah besar untuk dipakai servis pelanggan.

Langkah. Tanyakan: **untuk apa dibeli?**

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

1. Dipakai keluarga sendiri → **konsumen**.
2. Bahan usaha rumah makan → **industri**.
3. Perlengkapan kerja sebuah organisasi → **industri** (organisasi).
4. Dipakai sendiri → **konsumen**.
5. Bahan untuk melayani pelanggan bengkel → **industri**.

Pemeriksaan: jumlah besar membantu menebak, tetapi yang menentukan adalah tujuan membeli. Sekolah yang membeli sedikit kertas tetap termasuk pasar organisasi.

Contoh 2 — Menyusun penawaran untuk kantin katering sekolah

Sebuah usaha tahu rumahan memasok tahu ke warung makan di sekitar sekolah. Kini kantin katering sebuah SMK menawarkan pesanan 200 potong tahu setiap Senin, Rabu, dan Jumat, dikirim sebelum pukul 06.00. Pengelola kantin pernah kecewa karena pemasok lama kadang terlambat dan ukuran tahunya berbeda-beda. Pembayaran ingin dilakukan setiap akhir pekan. Susun analisis kebutuhan dan penawaran.

Langkah.

1. Pembeli: kantin katering sekolah (organisasi), keputusan oleh pengelola.
2. Volume dan frekuensi: 200 potong, tiga kali seminggu (600 potong per pekan).
3. Mutu: tahu segar, tidak asam, dan ukurannya seragam (kebutuhan umum dapur).
4. Jadwal: sebelum pukul 06.00 pada hari tertentu.
5. Pembayaran: setiap akhir pekan.
6. **Keluhan utama:** keterlambatan pemasok lama.
7. **Penawaran:** jadwal kirim tetap Senin–Rabu–Jumat sebelum 05.30; cadangan stok agar tidak terlambat; harga grosir lebih murah daripada eceran; penagihan tiap akhir pekan; penawaran tertulis.

Jawaban: penawaran yang menjamin kepastian jadwal dan pembayaran mingguan. Kartu poin atau diskon akhir pekan tidak menjawab kebutuhan utama.

Contoh 3 — Memilih penawaran dengan harga bertingkat

Pabrik kerupuk rekaan membeli minyak goreng curah. Tiga pemasok menawarkan:

- **Pemasok A:** Rp15.000 per kilogram, hadiah payung untuk setiap pembelian 100 kilogram.
- **Pemasok B:** Rp15.000 per kilogram untuk 1–99 kg; Rp14.000 untuk 100–499 kg; Rp13.200 untuk 500 kg atau lebih. Dikirim setiap Selasa pukul 07.00. Bayar 14 hari setelah barang diterima.
- **Pemasok C:** Rp13.000 per kilogram, tetapi pengiriman tidak terjadwal dan mutu bervariasi.

Pabrik membutuhkan 600 kg setiap pekan dan tidak boleh berhenti produksi. Pemasok mana yang paling sesuai, dan berapa biayanya per pekan di pemasok B?

Langkah.

1. Kebutuhan: 600 kg per pekan, produksi tidak boleh berhenti, sehingga **kepastian jadwal dan mutu** sangat penting.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Pemasok A menawarkan hadiah, yang tidak menjawab kebutuhan pabrik.
3. Pemasok C paling murah, tetapi jadwal tidak terjamin dan mutu bervariasi; ini bertentangan dengan kebutuhan.
4. Pemasok B memberi harga bertingkat, jadwal tetap, dan pembayaran bertempo 14 hari.
5. Biaya per pekan di pemasok B: 600 kg masuk jenjang ≥ 500 kg, jadi 600 × Rp13.200 = **Rp7.920.000**.

Jawaban: pemasok B, dengan biaya Rp7.920.000 per pekan. Pembayaran bertempo membantu arus kas pabrik.

❖ PETA KONSEP



Gambar 1.14 Peta konsep kebutuhan pasar konsumen dan pasar industri. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal kebutuhan pasar:

1. **Tentukan jenis pembelinya.** Perorangan atau usaha? Beli untuk dipakai sendiri atau untuk menjalankan usaha?
2. **Kumpulkan petunjuk kebutuhan di cerita:** jumlah, frekuensi, jadwal, mutu, pembayaran, dan terutama keluhan.
3. **Pilih penawaran yang menjawab kebutuhan inti** dan keluhan utama.
4. **Pada soal pernyataan benar/salah,** uji setiap pernyataan dengan tabel ciri (Gambar 1.11). Pernyataan yang menyebut tren, tampilan, atau promosi untuk pembeli usaha hampir selalu keliru.
5. **Pada soal "paling tepat",** coret dulu pilihan yang hanya cocok untuk pembeli perorangan.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Cara perorangan dipakai untuk pembeli usaha:** promo "beli dua gratis satu", kartu poin, potongan akhir pekan.
- **Kata kunci yang menggoda:** "paling murah" mengalahkan "paling pasti". Bila keluhan di cerita adalah keterlambatan, harga murah bukan jawabannya.
- **Keputusan dianggap perorangan** padahal cerita menyebut bagian keuangan, personalia, atau manajer.
- **Lisan disamakan dengan tertulis.** Penawaran kepada organisasi sebaiknya tertulis supaya dapat dibandingkan.
- **Menunda pesanan besar demi pelanggan perorangan.** Pembeli industri menuntut ketepatan waktu.

> Contoh salah tafsir: seorang pemasok bunga potong mendapat tawaran rutin dari sebuah hotel. Ia menawarkan "diskon 10 % untuk pembelian hari Sabtu" karena cara itu sukses di tokonya. Hotel tidak peduli diskon hari Sabtu. Kebutuhannya bunga segar yang tiba tepat waktu setiap hari acara. Penawaran yang tepat adalah jadwal kirim tetap dan mutu seragam.

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menampilkan sebuah konveksi yang biasa melayani pembeli eceran lalu mendapat pesanan dari sebuah pabrik. Pilih pernyataan yang tepat tentang kebutuhan pabrik. Dengan tabel Gambar 1.11 di tangan, pernyataan yang menyebut tren dan potongan akhir pekan dapat disaring lebih dulu.

►. Konveksi Rapi Jaya milik Bu Lestari menjual kaos polos eceran di tokonya. Pada Februari 2027 konveksi itu mendapat tawaran dari sebuah pabrik roti untuk membuat 600 potong seragam karyawan dengan logo pabrik. Bagian personalia pabrik meminta contoh kain, penawaran harga tertulis, dan jadwal pengiriman sebelum rapat bersama bagian keuangan. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Pernyataan yang tepat tentang kebutuhan pabrik roti sebagai pasar industri adalah .... (Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Pabrik membeli seragam karena mengikuti tren mode, sama seperti pembeli kaos eceran.

☐ B. Keputusan pembelian melibatkan beberapa pihak, sehingga penawaran harus tertulis dan jelas.

☐ C. Pabrik membeli dalam jumlah besar dan biasanya menegosiasikan harga serta syarat pembayaran.

☐ D. Konveksi sebaiknya menawarkan potongan harga akhir pekan seperti untuk pembeli eceran.

☐ E. Ketepatan jadwal kirim dan keseragaman mutu kain menjadi pertimbangan penting bagi pabrik.

Pembahasan **Kunci: B, C, E**

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pasar konsumen membeli untuk dipakai sendiri dan sering dipengaruhi selera atau tren. Pasar industri/organisasi membeli untuk keperluan usahanya: jumlah besar, keputusan melibatkan beberapa pihak, penawaran tertulis, negosiasi harga, serta mengutamakan mutu yang seragam dan ketepatan jadwal.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1 ✗** Jebakan: pembeli eceran memang sering dipengaruhi tren, tetapi pabrik membeli seragam untuk kebutuhan kerja karyawannya.

• **Pernyataan 2 ✓** Personalia dan keuangan ikut memutuskan; penawaran tertulis memudahkan mereka membandingkan.

• **Pernyataan 3 ✓** Pesanan 600 potong adalah pembelian besar; harga dan syarat pembayaran lazim dinegosiasikan.

• **Pernyataan 4 ✗** Potongan harga akhir pekan adalah cara menarik pembeli eceran; pabrik memutuskan berdasarkan penawaran, mutu, dan jadwal.

• **Pernyataan 5 ✓** Seragam dipakai serentak oleh karyawan, sehingga semua potong harus sama mutunya dan datang tepat waktu.

Jawaban: pernyataan 2, 3, 5.

✎ LATIHAN

Untuk setiap soal, tulis dulu jenis pembelinya, lalu tiga petunjuk kebutuhan yang kamu temukan di cerita.

1. Toko kemasan Plastik Jaya melayani dua jenis pembeli (2027): ibu rumah tangga yang membeli beberapa lembar plastik, dan 30 UMKM keripik yang membeli kemasan berlogo setiap dua minggu dalam jumlah ribuan lembar. Beberapa UMKM mengeluh produksinya pernah terhenti karena kemasan terlambat datang. Pemilik toko ingin membuat program khusus agar UMKM tetap berlangganan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Program yang paling tepat untuk pelanggan UMKM adalah ....

A. Harga grosir bertingkat, jadwal kirim tetap, dan pembayaran berkala
B. Kartu poin yang dapat ditukar hadiah setiap pembelian Rp100.000
C. Kemasan eceran berwarna cerah yang dipajang menarik di etalase depan toko
D. Potongan harga besar untuk pembelian pertama agar UMKM mau mencoba
E. Pengiriman kurir instan untuk UMKM dengan ongkos ditanggung UMKM

2. Usaha laundry Bersih Kilat biasa melayani mahasiswa yang mencuci 3–5 kg pakaian per minggu. Pada Mei 2027, sebuah hotel dengan 60 kamar menawarkan kontrak mencuci sprei dan handuk sekitar 150 kg per hari. Manajer hotel meminta contoh hasil cucian, daftar harga per kilogram, dan jadwal antar-jemput setiap pagi sebelum kontrak dibahas bersama bagian keuangan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang kebutuhan hotel sebagai pasar industri adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Hotel membutuhkan kepastian jadwal antar-jemput karena sprei harus siap untuk tamu berikutnya.
☐ B. Hotel akan tertarik dengan promo "cuci 3 kg gratis 1 kg" seperti yang disukai mahasiswa.
☐ C. Mutu cucian harus seragam setiap hari karena memengaruhi kepuasan tamu hotel.
☐ D. Keputusan melibatkan beberapa pihak, sehingga penawaran harga perlu dibuat tertulis.
☐ E. Karena volumenya besar, laundry boleh menunda cucian hotel saat pelanggan mahasiswa ramai.

Kunci singkat: 1. A 2. A, C, D

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa tepung yang sama bisa masuk pasar konsumen dan pasar industri?
- Sebutkan tiga hal yang diminta pembeli industri yang tidak diminta pembeli perorangan.
- **Yang harus kuingat:** tentukan tujuan membeli; cari keluhan utama; pilih penawaran yang menjawabnya, bukan yang sekadar menarik.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 1.3: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-1.3

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 1.4 · Tujuan riset pasar dan pemanfaatan data hasil riset

SMKPEM-1.4

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **memahami tujuan riset pasar, menerapkan langkah riset sederhana, dan menganalisis hasilnya** untuk keputusan pemasaran. Soal tidak hanya bertanya "apa itu riset pasar". Soal akan memberi kasus sebuah usaha yang ingin meluncurkan produk atau layanan, lalu menyajikan **tabel hasil survei** dan meminta kamu menilai kesimpulan mana yang didukung data, atau rancangan riset mana yang paling tepat.

Soal sub bab ini adalah yang **paling banyak** di paket latihan (sembilan dari 150 soal) dan seluruhnya berkategori sulit. Sebabnya, ada dua keterampilan yang diuji sekaligus: membaca angka dengan benar dan menilai apakah angka itu bisa dipercaya. Contoh resmi pada halaman kisi-kisi juga memuat soal tujuan riset kosmetik dan soal tabel minat beli dua segmen usia. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menjelaskan tujuan riset pasar dan membedakannya dari kegiatan lain yang terlihat mirip;
- mengurutkan langkah riset pasar sederhana dan memilih metode yang sesuai dengan tujuan, waktu, dan biaya;
- menilai apakah sampel mewakili pasar dan menyusun pertanyaan yang tidak mengarahkan;
- membaca tabel hasil survei per kelompok dan memanfaatkannya untuk keputusan.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Mengapa usaha perlu riset pasar?

Bayangkan seorang pemilik usaha menaruh seluruh modalnya pada produk yang ternyata tidak dicari orang. Kerugian itu bisa dihindari bila ia lebih dulu bertanya kepada calon pembeli. Itulah inti **riset pasar**: kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan membaca data tentang pasar secara teratur untuk membantu keputusan pemasaran. Riset tidak menjamin keputusan selalu benar, tetapi mengurangi **risiko** karena keputusan bersandar pada kenyataan, bukan dugaan.

Tujuan riset pasar bermacam-macam:

- **Mengenali kebutuhan dan karakter calon pembeli**: siapa mereka, apa yang mereka inginkan, berapa yang sanggup mereka bayar, kapan dan di mana mereka membeli. Inilah tujuan yang paling sering diuji.
- **Menilai peluang**: apakah pasar cukup besar untuk produk ini.
- **Memilih bauran pemasaran**: ukuran, rasa, harga, lokasi, dan promosi yang paling disukai.
- **Menguji produk, kemasan, atau iklan** sebelum diproduksi besar-besaran.
- **Mengukur kepuasan pelanggan** dan mencari tahu mengapa pelanggan pergi.
- **Memantau pesaing**: siapa mereka, bagaimana harga dan pelayanannya.

Perhatikan bahwa memantau pesaing hanyalah satu dari banyak tujuan. Pada soal "tujuan utama riset sebelum meluncurkan produk baru", jawaban yang paling tepat hampir selalu **mengenali kebutuhan dan karakteristik calon konsumen**, bukan mencari harga pesaing yang paling murah atau menghitung laba lebih dulu.

2. Langkah riset pasar

Riset yang baik berjalan berurutan. Gambar 1.15 meringkas tujuh langkahnya.



Gambar 1.15 Tujuh langkah riset pasar dari rumusan masalah sampai pemakaian hasil. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Merumuskan masalah.** Apa keputusan yang akan diambil? Contoh: "Perlukah kedai menambah menu sarapan?"
2. **Menentukan tujuan.** Apa yang perlu diketahui agar keputusan itu tepat? Contoh: kebiasaan sarapan, menu yang diinginkan, dan harga yang sanggup dibayar.
3. **Merancang riset.** Siapa yang ditanya, bagaimana caranya, berapa banyak, kapan, dan berapa biayanya.
4. **Mengumpulkan data** sesuai rancangan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

5. **Mengolah data**: menghitung jumlah, persen, rata-rata, atau menyusun tabel.
6. **Menafsirkan dan menyimpulkan** sebatas data yang ada.
7. **Memakai hasil** untuk keputusan, lalu mencatat keterbatasan riset dan menentukan apakah perlu riset lanjutan.

Kesalahan terbesar dalam urutan ini adalah melompat ke langkah 4 (langsung menyebar angket) tanpa menentukan keputusan dan tujuan. Angket yang disusun tanpa tujuan menghasilkan banyak data yang tidak dipakai.

3. Jenis data dan metode pengumpulan

Data primer dikumpulkan sendiri untuk kebutuhan riset ini, misalnya angket yang dibagikan kepada siswa. Data ini paling sesuai dengan tujuan, tetapi memerlukan waktu dan biaya. **Data sekunder** sudah dikumpulkan pihak lain, misalnya laporan statistik, hasil penelitian, atau catatan penjualan sendiri. Data ini cepat dan murah, tetapi belum tentu sesuai dengan tujuan dan wilayah yang diteliti.

Data juga dibedakan menjadi **kuantitatif** (berupa angka: jumlah responden, skor 1–5, persen) dan **kualitatif** (berupa uraian: alasan, kesan, saran). Keduanya saling melengkapi: angka menunjukkan seberapa banyak, uraian menjelaskan mengapa.

Gambar 1.16 membandingkan empat metode yang paling sering dipakai usaha kecil.

Empat metode pengumpulan data

Metode	Cara	Kelebihan	Kelemahan	Cocok bila
Survei / angket	daftar pertanyaan tertulis untuk banyak orang	murah, cepat, banyak responden	kurang mendalam; jawaban bisa asal	ingin mengukur kecenderungan, waktu dan dana terbatas
Wawancara	tanya jawab langsung dengan beberapa orang	mendalam, bisa menggali alasan	lama; responden sedikit	ingin tahu alasan, mendengar keluhan
Observasi	mengamati perilaku nyata	jujur, tidak bergantung ucapan	tidak tahu alasan di balik perilaku	menghitung pengunjung, melihat cara memilih barang
Uji coba	jual coba kecil atau contoh gratis	data pembelian nyata, risiko rendah	butuh stok dan waktu	data lain lemah atau ragu sebelum produksi besar

Gambar 1.16 Empat metode pengumpulan data beserta kelebihan, kelemahan, dan kapan dipakai. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

- **Survei atau angket**: daftar pertanyaan tertulis untuk banyak orang. Murah dan cepat, cocok untuk mengukur kecenderungan.
- **Wawancara**: tanya jawab langsung. Mendalam, cocok untuk menggali alasan, tetapi memakan waktu sehingga jumlah respondennya sedikit.
- **Observasi**: mengamati perilaku nyata, misalnya menghitung pengunjung per jam. Hasilnya jujur karena tidak bergantung pada ucapan.
- **Uji coba (jual coba atau uji produk)**: menjual dalam jumlah kecil atau meminta orang mencoba contoh. Menghasilkan data pembelian nyata dengan risiko rendah.

Memilih metode berarti menimbang tiga hal: **tujuan**, **waktu**, dan **biaya**. Bila dana dan waktu terbatas dan yang ingin diketahui adalah kecenderungan banyak orang, angket singkat yang disebar merata biasanya paling tepat.

4. Populasi, sampel, dan responden

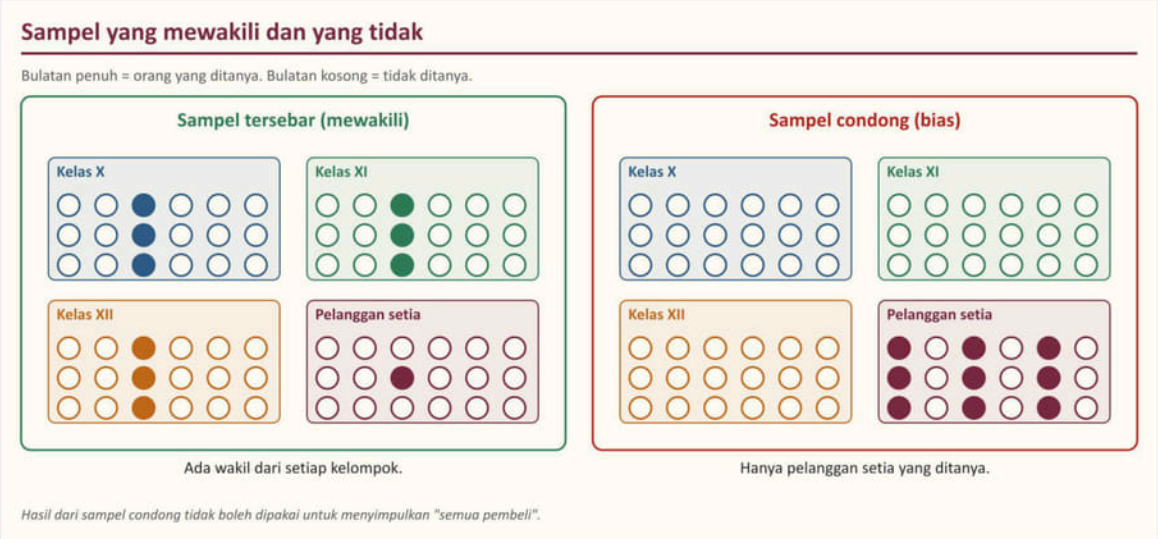
Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Populasi adalah seluruh kelompok yang ingin diketahui, misalnya seluruh 1.200 siswa sebuah SMK. **Sampel** adalah sebagian dari populasi yang benar-benar ditanya. **Responden** adalah orang yang menjawab. Menanyai seluruh populasi sering tidak mungkin, sehingga dipilih sampel. Syaratnya satu: **sampel harus mewakili populasi**.

Sampel yang mewakili berarti:

- **tersebar** di semua bagian populasi (semua kelas, semua kelompok usia, semua jam kunjungan);
- **dipilih tanpa memihak** (bukan hanya teman dekat, pelanggan setia, atau orang yang kebetulan lewat);
- **cukup banyak** untuk menggambarkan kecenderungan, tidak hanya sekadar beberapa orang.

Gambar 1.17 memperlihatkan perbedaan sampel yang mewakili dan yang tidak.



Gambar 1.17 Contoh sampel yang tersebar dibandingkan dengan sampel yang condong ke satu kelompok. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Kesalahan pengambilan sampel disebut **bias**. Contoh bias yang sering muncul pada soal:

- **Bias kelompok**: responden hanya pelanggan setia yang cenderung menjawab positif.
- **Bias waktu dan tempat**: survei hanya dilakukan sore hari di depan sekolah, sehingga tidak menggambarkan pembeli di pagi atau malam hari.
- **Bias niat**: pernyataan "berminat" atau "akan membeli" belum sama dengan membeli. Orang sering berkata ya karena sopan atau karena belum harus membayar.

Karena bias, angka yang besar belum tentu dapat dipercaya. Persentase 90 % dari kelompok yang condong menyetujui tidak lebih kuat daripada 60 % dari sampel yang tersebar baik.

5. Menyusun pertanyaan yang baik

Pertanyaan yang buruk menghasilkan data yang buruk. Pegang enam aturan berikut:

1. **Jelas dan singkat**, memakai kata yang dipahami responden.
2. **Satu hal per pertanyaan.** "Apakah produk kami murah dan enak?" sulit dijawab bila murah tetapi tidak enak.
3. **Netral.** Jangan menyisipkan jawaban yang diharapkan.
4. **Pilihan jawaban lengkap dan tidak tumpang tindih.** Rentang usia 15–20 dan 20–25 bertumpuk di angka 20.
5. **Sesuai dengan tujuan riset.** Pertanyaan yang tidak berguna untuk keputusan dibuang.
6. **Mudah dijawab.** Skala 1–5 atau pilihan ganda lebih cepat daripada esai.

Tabel berikut membandingkan pertanyaan yang buruk dengan perbaikannya.

Pertanyaan buruk	Mengapa buruk	Perbaikan
"Setujukah Anda bahwa produk kami yang murah dan awet ini layak dibeli?"	mengarahkan dan memuat dua hal	"Bagaimana penilaian Anda terhadap harga produk ini? (1 = sangat mahal … 5 = sangat murah)" lalu "Bagaimana penilaian Anda terhadap keawetannya?"
"Berapa usia Anda? a) 15–20 b) 20–25"	pilihan bertumpuk	"a) 15–19 b) 20–24 c) 25 ke atas"
"Apa pendapat Anda?"	terlalu luas	"Aspek mana yang paling Anda pertimbangkan saat membeli: harga, rasa, atau kemasan?"

6. Mengolah dan membaca tabel hasil survei

Setelah data terkumpul, langkah berikutnya mengolahnya. Alat yang paling sering dipakai:

- **Frekuensi**: berapa orang memilih tiap jawaban.
- **Persentase**: frekuensi ÷ jumlah responden × 100 %.
- **Rata-rata**: jumlah semua skor ÷ jumlah responden, dipakai untuk skala 1–5.
- **Tabel silang**: tabel yang membandingkan pilihan menurut kelompok (misalnya varian × usia).

Tabel silang paling sering muncul di soal TKA. Prinsip membacanya: **bandingkan dalam satu**

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

kelompok memakai persen, bukan jumlah mentah. Bila kelompok pertama berisi 60 orang dan kelompok kedua 40 orang, jumlah mentah tidak adil untuk dibandingkan. Gambar 1.18 memperlihatkan perbedaan tafsir antara jumlah total dan persen per kelompok.

Tabel silang: pilihan jenis casing ponsel

Survei rekaan terhadap 100 pembeli: 60 pelajar dan 40 pekerja. Angka = jumlah orang (persen dalam kelompok).

Jenis casing	Pelajar (60)	Pekerja (40)	Total (100)
Bening polos	21 (35 %)	8 (20 %)	29
Motif karakter	**30 (50 %)**	4 (10 %)	34
Anti-banting	9 (15 %)	**28 (70 %)**	**37**

- Terbanyak di kelompok pelajar: motif karakter (50 %)
- Terbanyak di kelompok pekerja: anti-banting (70 %)
- Terbanyak di total: anti-banting (37 orang), karena kelompok pekerja memilihnya hampir bulat

Untuk sasaran pelajar, pakai kolom pelajar. Persen = jumlah ÷ ukuran kelompok × 100 %.

Gambar 1.18 Tabel silang survei 100 pembeli perlengkapan ponsel (rekaan). Pilihan terbanyak di total berbeda dengan pilihan terbanyak tiap kelompok. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Dari Gambar 1.18 terlihat bahwa **anti-banting** adalah pilihan terbanyak secara total (37 orang). Namun di kelompok pelajar, pilihan terbanyak adalah **motif karakter** (50 %), sedangkan di kelompok pekerja pilihan terbanyak adalah **anti-banting** (70 %). Keputusan yang menyasar pelajar harus memakai angka kelompok pelajar. Memakai angka total di sini akan menyesatkan.

7. Merancang riset sederhana

Sebelum bergerak ke lapangan, tuliskan rancangannya dalam satu lembar. Rancangan yang baik memuat delapan hal: **tujuan**, **populasi**, **sampel** (berapa dan bagaimana dipilih), **metode**, **alat** (daftar pertanyaan atau lembar pengamatan), **waktu dan tempat**, **biaya**, dan **penanggung jawab**. Contoh rancangan untuk unit produksi sekolah rekaan yang ingin membuat kaos angkatan:

Bagian rancangan	Isi
Tujuan	mengetahui desain, warna, dan harga kaos yang disukai kelas XII
Populasi	400 siswa kelas XII
Sampel	sekitar 10 siswa dari tiap kelas XII yang ada, dipilih dari daftar absen
Metode	angket singkat berisi lima pertanyaan
Waktu dan tempat	satu minggu, dibagikan pada jam istirahat di kelas masing-masing
Biaya	fotokopi angket dan alat tulis
Penanggung jawab	tim pemasaran unit produksi

Perhatikan bahwa rancangan ini cepat, murah, dan responden tersebar di semua kelas XII. Rancangan yang hanya menanyai pengurus kelas, atau hanya menanyai teman sebangku, tidak mewakili populasi walaupun lebih mudah dilakukan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

8. Membaca skor rata-rata

Pada uji produk atau survei kepuasan, responden sering memberi **skor 1–5** untuk beberapa aspek. Hasilnya dirata-rata untuk tiap aspek. Cara membaca yang benar:

1. **Jangan hanya melihat skor tertinggi.** Aspek yang skornya tinggi belum tentu aspek yang paling penting bagi situasi penjualan.
2. **Periksa skor terendah.** Satu kelemahan besar sering lebih berbahaya daripada kelebihan kecil di aspek lain. Produk dengan skor 4,6 pada tampilan tetapi 2,8 pada kejelasan informasi tetap berisiko bila pembelinya biasa memilih cepat berdasarkan informasi.
3. **Periksa selisih antarpilihan.** Aspek yang skornya hampir sama untuk semua pilihan tidak membantu membedakan pilihan. Yang membedakan adalah aspek dengan selisih besar.
4. **Hubungkan dengan situasi.** Pilih aspek yang paling relevan dengan tujuan, misalnya kemasan yang dipajang di rak toko perlu tampak menarik dari jauh.

Contoh hitungan rata-rata: lima responden memberi skor kejelasan label 4, 5, 3, 4, dan 4. Jumlahnya 20, dibagi 5 responden, jadi rata-ratanya 4,0.

9. Dari hasil riset ke keputusan

Hasil riset baru berguna bila dipakai. Peta konsep pada Gambar 1.19 di akhir bagian ini merangkum seluruh sub bab. Pemanfaatan hasil riset mengikuti tiga prinsip:

1. **Kesimpulan sebatas data dan sampel.** "Pelajar di depan sekolah pada sore hari menyukai varian cokelat" boleh. "Semua pembeli menyukai cokelat" tidak boleh.
2. **Cocokkan dengan sasaran usaha.** Bila sasaran utama adalah pelajar, keputusan memakai data pelajar walaupun kelompok lain memilih hal berbeda.
3. **Kurangi risiko bila data lemah.** Bila sampel tidak mewakili atau niat baru sebatas "berminat", lakukan uji jual kecil lebih dulu, bukan langsung produksi besar.

Catat pula **keterbatasan** riset: berapa responden, siapa mereka, kapan dikumpulkan. Keterbatasan inilah yang menentukan seberapa jauh kesimpulan boleh dipercaya.

Catatan tambahan: menuliskan keterbatasan riset

Laporan riset yang jujur selalu menyebut keterbatasannya dalam satu atau dua kalimat. Contohnya: "Survei dilakukan terhadap 60 siswa pada jam istirahat selama dua hari, sehingga hasilnya belum menggambarkan siswa yang jarang keluar kelas atau pembeli di luar sekolah." Kalimat seperti ini bukan tanda riset gagal. Ia menolong pembaca menimbang seberapa jauh kesimpulan boleh dipakai. Pada soal, pilihan yang mengakui keterbatasan sampel lalu menyarankan langkah kecil untuk mengujinya biasanya lebih tepat daripada pilihan yang langsung menyimpulkan untuk semua orang.

10. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Tujuan riset yang paling sering diuji: **mengenali kebutuhan dan karakter calon pembeli**.
- Urutan: masalah, tujuan, rancangan, pengumpulan, pengolahan, kesimpulan, pemakaian.
- Metode dipilih menurut tujuan, waktu, dan biaya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- Sampel harus **mewakili**; waspadai bias kelompok, waktu, dan niat.
- Pertanyaan harus netral, jelas, satu hal, dan pilihan tidak bertumpuk.
- Tabel silang dibaca **per kelompok memakai persen**.
- Kesimpulan sebatas data; bila data lemah, uji kecil dulu.
- Pada skor 1–5, periksa skor terendah dan selisih antarpilihan, bukan hanya skor tertinggi.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Persen dan keterwakilan

Sebuah toko perlengkapan sekolah rekaan menyurvei 80 siswa di depan gerbang sekolah pukul 06.30 sampai 07.00. Sebanyak 52 siswa menyatakan ingin membeli tas baru bulan depan. Pemilik menyimpulkan bahwa "65 % siswa sekolah itu akan membeli tas bulan depan". Apakah kesimpulan itu tepat?

Langkah.

1. Hitung persen: 52 ÷ 80 × 100 % = **65 %**. Hitungannya benar.
2. Periksa keterwakilan: survei dilakukan hanya di gerbang pada pukul 06.30–07.00, jadi yang terjaring adalah siswa yang datang pagi. Siswa yang datang lebih siang tidak terwakili.
3. Periksa niat: "ingin membeli" belum sama dengan membeli.
4. Kesimpulan yang tepat: "Dari 80 siswa yang ditanya pagi hari, 65 % menyatakan ingin membeli tas." Menyebut seluruh siswa sekolah melampaui data.

Jawaban: hitungannya benar, tetapi kesimpulannya melebihi data karena sampel tidak mewakili dan niat belum pembelian. Langkah yang tepat: tambah responden di jam lain atau lakukan uji jual kecil.

Contoh 2 — Membaca tabel silang

Usaha fotokopi dan cetak rekaan menyurvei 100 pengguna (80 siswa, 20 guru) tentang layanan yang paling mereka butuhkan.

Layanan	Siswa (80)	Guru (20)
Cetak tugas hitam putih	44	4
Cetak berwarna	24	2
Jilid dan laminasi	12	14

Pemilik ingin memberi promosi khusus bagi **guru**. Layanan mana yang dipromosikan?

Langkah.

1. Sasaran: guru. Pakai kolom guru.
2. Persen di kolom guru: hitam putih 4 ÷ 20 = 20 %; berwarna 2 ÷ 20 = 10 %; jilid dan laminasi 14 ÷ 20 = **70 %**.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Periksa total: hitam putih 48, berwarna 26, jilid 26. Cetak hitam putih terbanyak di total, tetapi itu karena jumlah siswa lebih banyak.
4. Jilid dan laminasi dipilih guru paling banyak (70 %).

Jawaban: promosi jilid dan laminasi. Memakai total akan salah sasaran.

Contoh 3 — Memperbaiki pertanyaan angket

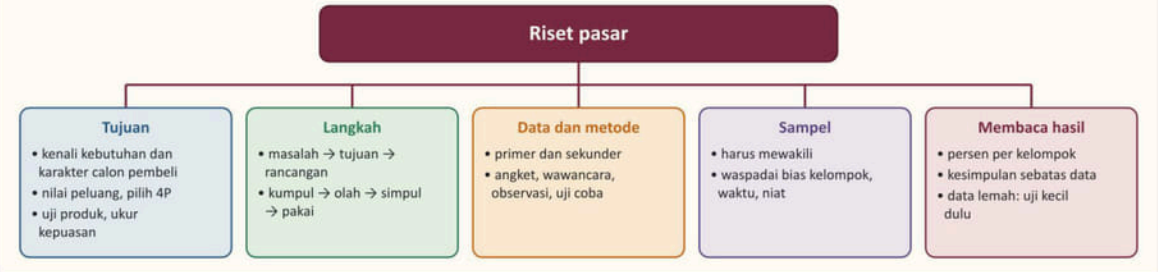
Sebuah angket rekaan untuk kedai jus berisi pertanyaan: "Bukankah jus kami yang segar dan murah ini pantas Anda beli setiap hari?" Temukan kelemahannya dan perbaiki.

Langkah.

1. **Mengarahkan**: kata "bukankah" dan "pantas" menyiratkan jawaban "ya".
2. **Dua hal sekaligus**: "segar" dan "murah" dalam satu pertanyaan.
3. **Mengandaikan kebiasaan**: "setiap hari" mungkin tidak berlaku bagi responden.
4. Perbaikan menjadi tiga pertanyaan netral: (a) "Seberapa sering Anda membeli jus dalam sebulan terakhir?" (b) "Bagaimana penilaian Anda terhadap kesegaran jus ini? (1–5)" (c) "Bagaimana penilaian Anda terhadap harga jus ini? (1–5)".

Jawaban: pertanyaan asli mengarahkan dan memuat dua hal. Perbaikannya memisahkan setiap hal dan memakai skala netral.

❖ PETA KONSEP



Gambar 1.19 Peta konsep tujuan riset pasar dan pemanfaatan datanya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal riset pasar:

1. **Tentukan apa yang ditanyakan:** merancang riset, menilai kesimpulan, atau memilih keputusan dari tabel.
2. **Pada soal rancangan riset,** cocokkan dengan **tujuan, populasi, waktu, dan biaya** yang disebut di soal. Pilihan yang mewakili populasi tetapi murah dan cepat biasanya jawabannya.
3. **Pada soal tabel,** hitung persen **per kelompok** sebelum memutuskan. Garis bawahi sasaran usaha.
4. **Pada soal pernyataan,** uji tiap pernyataan dengan angka. Cari kata mutlak ("paling sedikit di semua kelompok", "pasti") dan periksa apakah tabel mendukungnya.
5. **Pada soal penilaian hasil,** periksa siapa respondennya, kapan, dan berapa banyak. Bila ada bias, pilih langkah yang mengurangi risiko, misalnya uji jual kecil.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Total dipakai untuk keputusan segmen.** Jumlah terbanyak di total belum tentu terbanyak di kelompok sasaran.
- **Jumlah mentah dibandingkan antarkelompok yang ukurannya berbeda.** Gunakan persen.
- **Persentase besar dari sampel yang bias** dianggap kuat.
- **"Berminat" disamakan dengan membeli.**
- **Sampel dari teman atau pelanggan setia** dianggap mewakili semua pembeli.
- **Pilihan "langsung produksi besar"** terdengar berani, tetapi menambah risiko bila datanya lemah.
- **Tujuan riset dikira mencari pesaing termurah** atau menghitung laba lebih dulu.
- **Kesimpulan melampaui data**: menarik kesimpulan tentang "semua orang" dari satu kelompok.

> Contoh salah tafsir: sebuah toko daring menanyai lima pelanggan tentang warna dompet baru. Empat orang memilih merah, lalu pemilik memesan 500 dompet merah. Empat dari lima memang 80 %, tetapi lima orang terlalu sedikit untuk menggambarkan ratusan pembeli. Langkah yang lebih aman: tanyai lebih banyak orang dari berbagai kelompok, atau pesan sedikit dulu untuk setiap warna dan lihat mana yang paling cepat habis.

● BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menyajikan tabel survei pelajar dan pekerja, lalu tiga pernyataan benar/salah. Perhatikan dua keterampilan sekaligus: membaca persen **per kelompok**, dan menilai **keterbatasan sampel** (waktu dan tempat survei).

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Raka berencana membuka kedai roti bakar di depan sekolahnya pada Maret 2027. Ia melakukan survei pada sore hari di depan sekolah selama tiga hari. Setiap responden memilih satu varian yang paling ingin dibeli.

Varian	Pelajar (50 responden)	Pekerja (30 responden)
Cokelat keju	32	9
Matcha	14	6
Telur dan daging asap (gurih)	4	15

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Varian gurih sebaiknya tidak dijual karena total peminatnya paling sedikit.	○	○
Bila sasaran utama kedai adalah pelajar, cokelat keju layak menjadi menu andalan karena dipilih 64 % responden pelajar.	○	○
Karena survei dilakukan pada sore hari di depan sekolah, hasilnya belum tentu menggambarkan pembeli pada pagi atau malam hari.	○	○

Pembahasan **Kunci: 1S 2B 3B**

Konsep: Data riset per segmen dibaca dalam persentase setiap kelompok agar kelompok kecil tidak tertutup oleh kelompok besar. Kesimpulan riset juga dibatasi oleh cara pengambilan sampel (waktu, tempat, dan siapa respondennya).

Langkah:

1. Pelajar: cokelat keju 32/50 = 64 %, matcha 28 %, gurih 8 %.
2. Pekerja: gurih 15/30 = 50 %, cokelat keju 30 %, matcha 20 %.
3. Sampel hanya sore hari di depan sekolah → tidak mewakili jam lain.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1 → Salah.** Jebakan: total peminat varian gurih memang hanya 19 orang, tetapi 15 dari 30 pekerja (50 %) memilihnya; varian ini paling diminati kelompok pekerja.

• **Pernyataan 2 → Benar.** 32 ÷ 50 × 100 % = 64 %, pilihan terbanyak di kelompok pelajar.

• **Pernyataan 3 → Benar.** Waktu dan tempat survei membatasi siapa yang menjadi responden, sehingga kesimpulan perlu disesuaikan bila kedai buka pada jam lain.

Jawaban: Salah, Benar, Benar.

✎ LATIHAN

Untuk soal tabel, hitung persen tiap kelompok di kertas sebelum memilih. Untuk soal rancangan atau penilaian riset, tulis siapa respondennya dan kapan datanya diambil.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

1. Koperasi siswa SMK Nusa Bakti berencana menjual sarapan pagi mulai Juli 2027. Sekolah itu memiliki 1.200 siswa dari kelas X sampai XII. Sebelum memutuskan, pengurus ingin mengetahui berapa banyak siswa yang biasa tidak sarapan, menu yang mereka inginkan, dan harga yang sanggup mereka bayar. Dana dan waktu pengurus terbatas, dan riset harus selesai dalam satu minggu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Rancangan riset yang paling tepat adalah ....

A. Mewawancarai 10 anggota OSIS yang paling sering membantu pengurus koperasi
B. Menyebar angket singkat kepada sekitar 10 siswa dari setiap kelas yang ada
C. Langsung menjual 300 porsi setiap hari selama sebulan lalu mencatat sisanya
D. Mencari artikel di internet tentang menu sarapan yang sedang tren di kota besar
E. Menanyakan kepada pengelola kantin lain tentang menu sarapan yang paling laku

2. Kedai Segarin di dekat kampus dan perkantoran akan menambah satu varian minuman pada Agustus 2027. Pemilik mensurvei 120 pengunjung kedai; setiap responden memilih satu varian yang paling ingin dibeli.

Varian	Usia 15–24 (70 orang)	Usia 25–40 (50 orang)
Kopi susu rendah gula	21	30
Teh buah	35	8
Cokelat	14	12

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat berdasarkan data tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Cokelat tidak perlu dipertimbangkan karena peminatnya paling sedikit di kedua kelompok usia.
☐ B. Teh buah dipilih oleh separuh responden berusia 15–24 tahun, yaitu 35 dari 70 orang.
☐ C. Bila sasaran utama kedai adalah pekerja usia 25–40, teh buah diprioritaskan karena totalnya besar.
☐ D. Persentase peminat kopi susu di usia 25–40 lebih kecil daripada peminat teh buah di usia 15–24.
☐ E. Secara keseluruhan, kopi susu rendah gula paling banyak dipilih, yaitu oleh 51 responden.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Unit produksi teh celup SMK Agro Lestari menguji tiga rancangan kemasan pada Januari 2027. Sebanyak 40 calon pembeli memberi skor 1–5 untuk setiap aspek (5 = sangat baik). Tim ingin memilih kemasan untuk dijual di toko oleh-oleh, tempat pembeli biasanya memilih produk dalam waktu singkat.

Aspek	Kemasan P	Kemasan Q	Kemasan R
Menarik dilihat dari jauh	4,6	3,4	4,2
Informasi produk jelas	2,8	4,5	4,0
Mudah dibuka	4,0	3,9	4,1

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Kemasan R memiliki skor sekurang-kurangnya 4 pada ketiga aspek yang diuji.	○	○
Kemasan P paling tepat dipilih karena paling menarik dilihat dari jauh.	○	○
Karena skor "mudah dibuka" ketiganya hampir sama, aspek itu yang paling membedakan pilihan kemasan.	○	○

4. Toko kue Manis Rasa ingin membuat kue kering rendah gula pada Maret 2027. Pemilik membuat jajak pendapat di akun media sosial tokonya, dan 90 % dari 300 pengikut yang menjawab menyatakan "berminat". Ia berencana langsung memproduksi 1.000 toples. Sebagian besar pengikut akun itu adalah pelanggan setia yang sering mendapat hadiah dari toko.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Penilaian dan langkah yang paling tepat adalah ....

A. Hasil 90 % sudah kuat sehingga produksi 1.000 toples dapat langsung dilakukan
B. Data tidak berguna sehingga rencana kue rendah gula sebaiknya dibatalkan saja
C. Produksi diperbesar menjadi 1.500 toples karena minatnya jauh di atas separuh
D. Jajak pendapat diulang di akun yang sama agar jumlah responden menjadi dua kali
E. Responden belum mewakili pasar, jadi uji jual kecil dilakukan lebih dulu

Kunci singkat: 1. B 2. B, E 3. 1B 2S 3S 4. E

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa pilihan terbanyak di total bisa berbeda dengan pilihan terbanyak di satu kelompok?
- Sebutkan dua jenis bias sampel dan satu cara mengurangi risikonya.
- **Yang harus kuingat:** tujuan riset yang utama adalah mengenali calon pembeli; persen dihitung per kelompok; kesimpulan sebatas data; bila data lemah, uji kecil dulu.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 1.4: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-1.4

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Kuis Akhir Bab 1

SMKPEM-KB1

Jumlah soal: 25 **Waktu anjuran:** 60 menit

Kerjakan sendiri dan berwaktu. Setelah selesai, cocokkan dengan kunci di Bagian D, isi tabel skor, lalu lihat anjuran di bawahnya.

Kerjakan Kuis Bab 1 di LMS

Skor dan progresmu tersimpan di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-KB1

1. Kantin SMK Bina Mandiri membeli 30 kilogram tepung terigu setiap bulan dari sebuah toko bahan kue untuk dijadikan gorengan dan kue kantin. Pada hari yang sama, Sinta membeli 1 kilogram tepung di toko itu untuk membuat kue ulang tahun adiknya. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Pembeli yang termasuk pasar industri adalah ....

A. Sinta, karena ia membeli bahan yang sama dengan yang dibeli kantin
B. Sinta, karena kue yang ia buat akan dimakan oleh banyak orang
C. kantin, karena tepung dibeli untuk menjalankan usaha makanan kantin
D. keduanya, karena sama-sama membeli tepung terigu di toko yang sama
E. tidak ada, karena toko bahan kue menjual langsung kepada semua pembeli

2. Percetakan Cepat Jaya mendapat pesanan undangan dari beberapa sekolah. Pemilik menambah mesin cetak dan jam lembur agar dapat mencetak sebanyak mungkin dengan biaya serendah mungkin, sebab ia yakin undangan pasti dibutuhkan setiap tahun. Ia belum pernah menanyakan keluhan sekolah tentang desain dan ketepatan waktu, padahal dua sekolah mengurangi pesanan tahun ini. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Keputusan pemilik berangkat dari kemampuan produksi sehingga mencerminkan orientasi produksi.	○	○
Menanyakan keluhan sekolah tentang desain dan ketepatan waktu sesuai dengan orientasi pemasaran.	○	○
Pemilik sudah menerapkan orientasi pemasaran karena ia menyebut undangan pasti dibutuhkan setiap tahun.	○	○

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Kedai es krim Kuncup Manis mendata pengunjungnya. Anak sekolah paling banyak datang sepulang sekolah dan memilih porsi kecil, pekerja kantor datang malam hari dan memilih porsi besar, sedangkan keluarga datang pada akhir pekan. Karena tenaganya terbatas, pemilik memutuskan berfokus melayani anak sekolah dengan menu porsi kecil, harga terjangkau, dan promosi di sekolah sekitar.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Langkah pemilik memilih berfokus pada anak sekolah disebut ....

A. segmentasi, karena ia membagi pengunjung menjadi kelompok sekolah, kantor, dan keluarga
B. penempatan (posisi), karena ia menanamkan kesan es krim murah di benak anak sekolah
C. penentuan sasaran (target), karena ia memilih satu kelompok sesuai kemampuannya
D. bauran harga, karena ia menetapkan harga terjangkau bagi kelompok anak sekolah
E. segmentasi, karena ia memilih kelompok anak sekolah dari seluruh pengunjung

4. Kedai buah potong Segar Hari Ini mencatat jumlah potongan yang dibuat dan terjual selama satu minggu pada papan catatan seperti pada gambar. Pemilik ingin mengurangi pemborosan dengan mengurangi produksi satu jenis buah.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan yang paling didukung data pada gambar adalah ....

Catatan Kedai Buah Potong "Segar Hari Ini"

Rekap satu minggu: jumlah potongan yang dibuat dan yang terjual.

Jenis buah	Dibuat (potong)	Terjual (potong)
Semangka	200	170
Melon	60	36
Pepaya	50	40
Mangga	40	34

Sisa = dibuat − terjual. Sisa tidak dijual kembali pada hari berikutnya.

A. mengurangi produksi melon karena 40 % hasilnya tersisa, paling besar
B. mengurangi produksi semangka karena jumlah sisanya paling banyak
C. mengurangi produksi pepaya karena sisanya lebih banyak daripada mangga
D. menambah produksi melon karena jumlah terjualnya paling sedikit
E. mengurangi produksi mangga karena jumlah dibuatnya paling kecil

5. Pak Sugeng berjualan bubur ayam pukul 06.00 sampai 09.00 di gang perumahan yang sepi pembeli. Ia melihat banyak pegawai sarapan di depan kantor kecamatan, sekitar 300 meter dari gangnya. Mulai bulan ini ia memindahkan gerobaknya ke depan kantor itu dengan resep dan harga yang sama.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan Pak Sugeng termasuk unsur bauran pemasaran ....

A. tempat, karena ia mengubah lokasi agar lebih dekat dengan pembeli
B. produk, karena ia mengubah rasa bubur sesuai selera pegawai kantor
C. harga, karena ia menyesuaikan tarif dengan kemampuan bayar pegawai
D. promosi, karena ia memperkenalkan bubur kepada pegawai kantor
E. produk, karena ia menambah jumlah bubur yang dibuat setiap pagi

6. Koperasi sebuah SMK ingin menjual tumbler berlogo sekolah. Dari 120 siswa yang ditanya, 90 siswa menyukai tumbler itu, 45 siswa merasa uang sakunya cukup untuk membelinya, dan 30 siswa menyatakan akan membeli seharga Rp35.000 pada minggu pertama.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat berdasarkan data tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Permintaan tumbler adalah 135 siswa, yaitu jumlah siswa yang menyukai dan yang mampu membeli.
☐ B. Sebanyak 90 siswa baru menunjukkan keinginan, belum menunjukkan permintaan.
☐ C. Koperasi sebaiknya menyiapkan 90 tumbler karena itu jumlah siswa yang menyukainya.
☐ D. Perkiraan permintaan pada minggu pertama sekitar 30 siswa yang menyatakan akan membeli.
☐ E. Angka 45 menunjukkan kemampuan membeli, tetapi belum menunjukkan kesediaan membeli.

7. Rimba Gear menyewakan tenda, kompor lapangan, dan tas gunung kepada para pendaki. Usaha ini menerima pesanan lewat akun media sosial miliknya sendiri dan menitipkan brosur di pos pendaftaran pendakian.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang jenis pemasaran Rimba Gear adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Pemasaran lewat akun milik sendiri termasuk pemasaran tidak langsung karena memakai media sosial.
☐ B. Brosur di pos pendaftaran menunjukkan pemasaran massal yang menyasar semua orang.
☐ C. Persewaan peralatan pendakian termasuk pemasaran jasa karena yang dijual adalah pemakaian alat.
☐ D. Rimba Gear melakukan pemasaran barang industri karena peralatannya dipakai berulang kali.
☐ E. Sasaran khusus pendaki termasuk pemasaran ceruk karena kelompoknya kecil dan sangat khusus.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

8. Usaha kerupuk kulit Renyah Sedap membuat satu bungkus dengan biaya bahan Rp6.000, biaya tenaga Rp2.000, dan biaya kemasan Rp1.600. Pemilik ingin laba 25 % dari biaya per bungkus.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Harga jual per bungkus yang tepat adalah ....

A. Rp10.000
B. Rp12.000
C. Rp12.800
D. Rp15.000
E. Rp11.520

9. Toko oleh-oleh Rasa Nusantara mencatat penjualan satu bulan. Pemilik ingin memilih satu produk untuk dipajang di rak depan agar laba total bulan depan sebesar-besarnya.

Produk	Harga jual	Biaya per unit	Terjual
Dodol	Rp20.000	Rp14.000	150
Keripik	Rp15.000	Rp12.500	300
Kopi bubuk	Rp40.000	Rp28.000	90
Madu	Rp80.000	Rp50.000	25

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Produk yang paling tepat dipajang di rak depan adalah ....

A. keripik, karena paling banyak terjual dan pendapatannya paling besar
B. madu, karena laba per botolnya paling besar di antara semua produk
C. dodol, karena laba per bungkusnya lebih besar daripada keripik
D. kopi bubuk, karena harga jualnya paling tinggi di antara semua produk
E. kopi bubuk, karena laba totalnya setelah dikurangi biaya paling besar

10. Toko aksesori ponsel Kilat Gadget mencatat penjualan satu bulan.

Produk	Harga jual	Biaya per unit	Terjual
Casing	Rp25.000	Rp15.000	120
Kaca pelindung	Rp20.000	Rp8.000	90
Pengisi daya	Rp60.000	Rp45.000	30

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Kaca pelindung memberi laba per unit lebih besar daripada casing.	○	○
Pengisi daya memberi laba total terbesar karena laba per unitnya paling besar.	○	○
Casing memberi pendapatan terbesar sekaligus laba total terbesar.	○	○

11. Toko tanaman hias Hijau Asri menerima banyak pertanyaan dari penghuni apartemen tentang tanaman yang tahan di ruangan bercahaya sedikit dan jarang disiram. Pemilik lalu menyiapkan satu rak khusus tanaman tahan ruangan, lengkap dengan kartu petunjuk perawatan singkat.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Orientasi pemasaran yang tampak dari keputusan pemilik adalah ....

A. Orientasi produksi, karena pemilik berfokus menambah jumlah tanaman yang mudah ditanam
B. Orientasi produk, karena pemilik yakin tanaman terbaik menurutnya pasti dicari pembeli
C. Orientasi penjualan, karena pemilik mendorong pembeli lewat potongan harga yang besar
D. Orientasi pemasaran, karena keputusan berangkat dari pertanyaan pelanggan apartemen
E. Orientasi produksi, karena pemilik menekan biaya agar harga tanaman menjadi lebih murah

12. Toko pakan Tani Subur melayani 25 peternak bebek yang masing-masing memesan sekitar 40 karung pakan setiap bulan. Para peternak mengeluh karena stok pakan sering kosong pada akhir bulan sehingga bebek mereka terlambat diberi makan, dan pembayaran tunai saat memesan terasa memberatkan. Pemilik toko ingin membuat program khusus agar peternak tidak berpindah ke toko lain.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Program yang paling tepat untuk para peternak adalah ....

A. kartu poin yang dapat ditukar hadiah setiap pembelian lima karung pakan
B. potongan harga besar pada pembelian pertama bagi pelanggan yang baru mendaftar
C. etalase pakan yang ditata menarik dengan warna cerah di bagian depan toko
D. pengantaran kilat berbayar bagi peternak yang kehabisan pakan secara mendadak
E. jadwal pasokan tetap dengan stok cadangan dan pembayaran dua kali sebulan

13. Panti jompo Kasih Lestari membeli popok dewasa dan sarung tangan dalam jumlah besar dari toko perlengkapan kesehatan Medika Jaya. Pengelola mengeluh karena toko sering

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

mengirim ukuran yang tidak sesuai dan tagihan tidak rinci sehingga sulit dicocokkan oleh bagian keuangan panti. Toko ingin memperbaiki pelayanan agar panti tetap berlangganan. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*

Tindakan toko yang tepat berdasarkan analisis kebutuhan panti adalah ....

(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Mencatat ukuran dan jumlah tiap pesanan panti lalu memeriksa kesesuaiannya sebelum dikirim.

☐ B. Memasang spanduk promosi besar di depan toko untuk menarik pembeli perorangan.

☐ C. Menurunkan harga semua barang 5 % tanpa memperbaiki pencatatan ukuran dan tagihan.

☐ D. Membuat tagihan rinci per jenis barang dan jumlah agar mudah dicocokkan bagian keuangan.

☐ E. Membagikan kupon undian berhadiah kepada pengelola setiap pembelian bulanan.

14. Usaha jajanan sehat Camilan Sehat Ibu Rina menyurvei 80 orang tua murid di sebuah sekolah tentang harga satu kemasan yang sanggup mereka bayar.

Harga yang sanggup dibayar	Jumlah responden
Kurang dari Rp10.000	8
Rp10.000–Rp15.000	40
Lebih dari Rp15.000 sampai Rp20.000	24
Lebih dari Rp20.000	8

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Pernyataan yang tepat berdasarkan tabel adalah ....

(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Separuh responden menyatakan sanggup membayar Rp10.000–Rp15.000.

☐ B. Karena 40 adalah angka terbesar, semua orang tua pasti membeli pada kisaran Rp10.000–Rp15.000.

☐ C. Harga Rp25.000 cocok untuk sebagian besar orang tua yang disurvei.

☐ D. Hasil survei menggambarkan kemampuan bayar seluruh warga kota tempat sekolah itu berada.

☐ E. Responden yang sanggup membayar lebih dari Rp20.000 hanya 10 %.

15. Toko kayu Jati Makmur memasok kayu jati ke tiga bengkel mebel. Pada bulan ini, salah satu bengkel mengurangi pesanan kayu hingga separuh karena toko perabot langganannya mengurangi pesanan kursi, sebab pembeli perabot sedang sepi.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Penjelasan yang paling tepat tentang kejadian itu adalah ....

A. Penjualan perabot turun karena bengkel mengurangi pesanan kayu pada bulan ini
B. Bengkel mebel pasti berpindah ke pemasok lain yang menjual kayu lebih murah
C. Permintaan kayu tidak berhubungan dengan pembeli perabot karena bengkel membeli dalam jumlah besar
D. Permintaan kayu bergantung pada penjualan kursi, sehingga pemasok perlu memantaunya
E. Pembeli industri tidak dipengaruhi pembeli konsumen karena keputusannya selalu rasional

16. Toko kosmetik Remaja Ceria menyurvei 40 pembeli yang sedang antre di kasir pada Sabtu sore. Sebanyak 36 orang menyatakan menyukai varian pelembap baru. Pemilik menyimpulkan bahwa 90 % remaja di kotanya menyukai varian itu dan langsung memesan 2.000 botol.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Penilaian yang paling tepat terhadap kesimpulan pemilik adalah ....

A. Kesimpulan tepat karena 36 dari 40 responden berarti 90 % dari seluruh remaja
B. Kesimpulan tepat karena survei dilakukan langsung kepada orang yang sedang membeli
C. Kesimpulan keliru karena persentase yang benar adalah 36 % dari seluruh responden
D. Kesimpulan keliru karena survei hanya boleh dilakukan pada hari kerja
E. Kesimpulan terlalu jauh karena respondennya hanya pembeli pada waktu tertentu

17. Toko perlengkapan hewan Sahabat Bulu menyurvei 100 pemilik hewan peliharaan, yaitu 60 pemilik kucing dan 40 pemilik anjing, tentang jenis makanan yang paling sering dibeli. Toko ingin menambah satu stok khusus untuk pemilik kucing.

Jenis makanan	Pemilik kucing (60)	Pemilik anjing (40)
Kering	24	28
Basah	30	8
Camilan	6	4

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan yang paling didukung data adalah ....

A. menambah makanan kering, karena jumlah pembelinya paling banyak di seluruh responden
B. menambah makanan kering, karena 70 % pemilik kucing memilihnya
C. menambah makanan basah, karena 50 % pemilik kucing memilihnya, terbanyak
D. menambah camilan, karena pembelinya paling sedikit sehingga pasarnya masih luas
E. menambah makanan basah, karena total pembelinya 38 orang, paling banyak di tabel

18. Bengkel las Teguh Jaya membeli 200 batang besi hollow setiap minggu dari toko besi Baja Mandiri. Pemilik bengkel meminta contoh uji ketebalan, penawaran tertulis, dan jadwal kirim setiap Senin pukul 07.00. Penawaran itu akan dibahas pemilik bersama bagian keuangan sebelum diputuskan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang kebutuhan bengkel sebagai pasar industri adalah .... (Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Keputusan pembelian melibatkan lebih dari satu pihak, sehingga penawaran sebaiknya tertulis dan lengkap.
☐ B. Promosi akhir pekan berupa potongan Rp1.000 per batang akan menjadi pertimbangan utama bengkel.
☐ C. Kepastian jadwal kirim Senin pukul 07.00 penting karena keterlambatan dapat menghentikan pekerjaan bengkel.
☐ D. Bengkel membeli besi karena sedang tren, seperti pembeli perorangan yang mengikuti tren.
☐ E. Contoh uji ketebalan diminta agar mutu besi yang datang sesuai spesifikasi pesanan.

19. Rumah makan Nusa Rasa menyurvei 60 pengunjung dengan skor 1 sampai 5 (5 = sangat baik) pada tiga aspek. Skor rata-rata: kebersihan 4,6; kecepatan penyajian 3,1; keramahan pelayan 4,2.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Karena skor kebersihan tertinggi, rumah makan tidak perlu lagi menjaga kebersihan.	○	○
Aspek yang paling perlu diperbaiki lebih dulu adalah kecepatan penyajian.	○	○
Kesimpulan ini berlaku bagi 60 pengunjung yang disurvei, belum tentu bagi semua pelanggan.	○	○

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

20. Seorang siswa PKL di toko alat kesehatan Sehat Prima diminta menawarkan sarung tangan karet dan masker sekali pakai kepada Klinik Gigi Senyum. Klinik membutuhkan sekitar 60 kotak setiap bulan, mensyaratkan mutu dan ukuran yang sama pada setiap pengiriman karena dipakai untuk tindakan pasien, dan meminta faktur resmi karena pembayaran dilakukan bagian keuangan setiap akhir bulan. Pemasok lama sering mengirim ukuran sarung tangan yang tidak sesuai pesanan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Penawaran yang paling sesuai dengan kebutuhan klinik adalah ....

A. Pengiriman cepat setiap hari dengan ukuran campuran sesuai stok yang sedang tersedia
B. Pasokan bulanan 60 kotak berukuran sesuai pesanan dengan faktur resmi
C. Diskon besar bagi klinik yang membayar tunai pada pembelian pertama saja
D. Paket hemat beli lima kotak gratis satu kotak yang berlaku untuk pembelian eceran
E. Kartu poin yang dapat ditukar hadiah setiap kali klinik membeli lima kotak

21. Pemilik rumah makan Seruni berencana membuka cabang di kota lain. Sebelum menyewa tempat, ia menyebarkan angket dan mewawancarai calon pelanggan di kota itu tentang kebiasaan makan di luar, menu yang diinginkan, dan harga yang sanggup mereka bayar.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tujuan utama riset pasar yang dilakukan pemilik adalah ....

A. menghitung laba yang pasti diperoleh cabang baru pada bulan pertama
B. mengenali kebutuhan dan karakter calon pelanggan di kota tujuan
C. mencari rumah makan pesaing dengan harga paling murah di kota itu
D. menentukan jumlah karyawan yang harus dipekerjakan di cabang baru
E. membuat iklan yang akan dipasang di seluruh kota itu

22. Pemilik salon Cantik Alami mencatat sepuluh pelanggan lama tidak datang lagi dalam tiga bulan terakhir. Ia ingin tahu alasan mereka secara mendalam dan bersedia meluangkan waktu menghubungi mereka satu per satu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Metode pengumpulan data yang paling tepat adalah ....

A. angket singkat yang ditempel di dinding salon untuk semua pengunjung
B. mengamati jumlah pelanggan yang masuk salon pada jam sibuk setiap hari
C. membaca laporan statistik industri kecantikan nasional dari internet
D. wawancara lewat telepon atau pesan kepada kesepuluh pelanggan itu
E. menjual paket perawatan baru lalu menghitung berapa paket yang terjual

23. Usaha madu kemasan Lebah Pagi membuka pesanan awal untuk produk madu botol 250 ml. Sebanyak 300 orang mengisi formulir "berminat", dan 36 orang di antaranya membayar uang muka. Pemilik akan menentukan jumlah botol yang diproduksi untuk gelombang pertama.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat berdasarkan data tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Produksi 300 botol aman karena semua yang berminat pasti membeli.
☐ B. Angka 36 lebih menunjukkan permintaan nyata daripada angka 300.
☐ C. Mengisi formulir "berminat" belum menjamin pembelian, sehingga pesanan awal perlu dibandingkan dengan pembayaran.
☐ D. Uang muka 36 orang tidak berarti apa-apa karena jumlahnya jauh lebih kecil daripada yang berminat.
☐ E. Produksi gelombang pertama sebaiknya mendekati 36 botol ditambah cadangan kecil, lalu dievaluasi.

24. Dina, pemilik usaha tas anyaman, ingin tahu apakah ia perlu menambah ukuran tas mini. Ia langsung menyebar angket berisi 30 pertanyaan tentang banyak hal tanpa menentukan lebih dulu keputusan yang akan diambil. Setelah 100 angket terkumpul, sebagian besar jawabannya tidak dapat dipakai untuk memutuskan tas mini.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang riset yang dilakukan Dina adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Masalah dapat diatasi dengan menambah jumlah responden menjadi dua kali lipat saja.
☐ B. Langkah yang terlewat adalah merumuskan masalah dan tujuan riset sebelum menyebar angket.
☐ C. Riset sudah baik karena data yang terkumpul banyak dan mencakup berbagai hal.
☐ D. Tujuan riset sebaiknya ditentukan sesudah data diolah agar lebih bebas.
☐ E. Angket sebaiknya dipangkas menjadi pertanyaan yang berkaitan dengan keputusan tas mini.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

25. Pemilik toko batik Cipta Warna menyiapkan angket untuk 200 pembeli seperti pada gambar. Seorang siswa PKL diminta memeriksa angket itu sebelum dicetak.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan yang tepat untuk pertanyaan yang pilihan jawabannya saling tumpang tindih adalah ....

Angket Pembeli Toko Batik Cipta Warna

Mohon isi dengan jujur. Terima kasih.

1. Berapa usia Anda?
☐ 15–20 ☐ 20–30 ☐ 30–40 ☐ 40 ke atas

2. Setujukah Anda bahwa batik kami yang cantik dan murah ini layak dibeli?
☐ Setuju ☐ Tidak setuju

3. Seberapa sering Anda membeli batik dalam setahun terakhir?
☐ Belum pernah ☐ 1–2 kali ☐ 3–5 kali ☐ Lebih dari 5 kali

4. Apa pendapat Anda?
☐ (tulis jawaban Anda)

A. nomor 1, dengan mengubah rentang menjadi 15–19, 20–29, 30–39, dan 40 ke atas
B. nomor 2, dengan memecah kalimat menjadi dua pertanyaan yang netral dan terpisah
C. nomor 3, dengan menghapus pilihan "belum pernah" supaya semua responden dihitung sebagai pembeli
D. nomor 4, dengan menambah pilihan jawaban berupa skala 1 sampai 5 pada pertanyaan itu
E. nomor 3, dengan mengubah rentang menjadi 1–3 kali dan 3–6 kali dalam setahun

Tabel skor dan anjuran

Sub bab / subtopik	Nomor soal	Benar	Jika kurang separuh benar
Sub bab 1.1 · Konsep dasar bisnis dan pemasaran	2, 3, 5, 6, 11	___ / 5	Ulangi hlm. 8
Sub bab 1.2 · Jenis dan strategi pemasaran berdasarkan data	4, 7, 8, 9, 10	___ / 5	Ulangi hlm. 19
Sub bab 1.3 · Kebutuhan pasar konsumen dan pasar industri	1, 12, 13, 15, 18, 20	___ / 6	Ulangi hlm. 33
Sub bab 1.4 · Tujuan riset pasar dan pemanfaatan data hasil riset	14, 16, 17, 19, 21, 22, 23, 24, 25	___ / 9	Ulangi hlm. 44

Skor 70 % atau lebih: lanjut ke bab berikutnya. Skor 50–69 %: ulangi sub bab pada tabel yang kurang dari separuh benar. Skor di bawah 50 %: baca ulang bab ini dari awal. (Angka ini anjuran belajar, bukan prediksi nilai TKA.)

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Bab 2 · Perkembangan Pemasaran, Profesi, dan Peluang Usaha

SMKPEM-B2

Setelah mempelajari bab ini, kamu dapat:

- membedakan pemasaran konvensional, transisi digital, dan pemasaran modern, serta menentukan langkah transisi yang tepat
- memilih perbaikan dan saluran pemasaran digital yang sesuai dengan kondisi usaha
- menjelaskan profesi bidang pemasaran dan menyusun rencana karier sesuai minat dan kompetensi
- menganalisis peluang usaha berdasarkan kebutuhan pasar

Peta bab

Sub bab	Judul
2.1	Pemasaran konvensional dan transisi digital
2.2	Pemasaran modern: e-commerce, marketplace, dan media sosial
2.3	Profesi dan perencanaan karier bidang pemasaran
2.4	Peluang usaha berdasarkan kebutuhan pasar

Bab 2 di LMS

Buka seluruh latihan bab ini di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-B2

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 2.1 · Pemasaran konvensional dan transisi digital

SMKPEM-2.1

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **memahami, menerapkan, dan menganalisis** tiga tahap perkembangan pemasaran: **pemasaran konvensional, transisi digital, dan pemasaran modern**. Sub bab ini membahas dua yang pertama. Pemasaran modern, yaitu e-commerce, marketplace, dan media sosial, dibahas di sub bab 2.2.

Soal biasanya berupa kisah usaha nyata yang masih berjualan secara tradisional atau baru mulai memakai alat digital. Kamu diminta mengenali **ciri, kelebihan, atau kelemahan pemasaran konvensional**, atau memilih **langkah transisi yang tepat** ketika usaha itu menghadapi masalah. Soal tentang ciri konvensional berkategori mudah. Soal tentang langkah transisi berkategori sedang karena pilihan jawabannya sering memuat tindakan yang terdengar canggih tetapi tidak cocok dengan modal dan tenaga usaha. Persentase benar nasional belum tersedia.

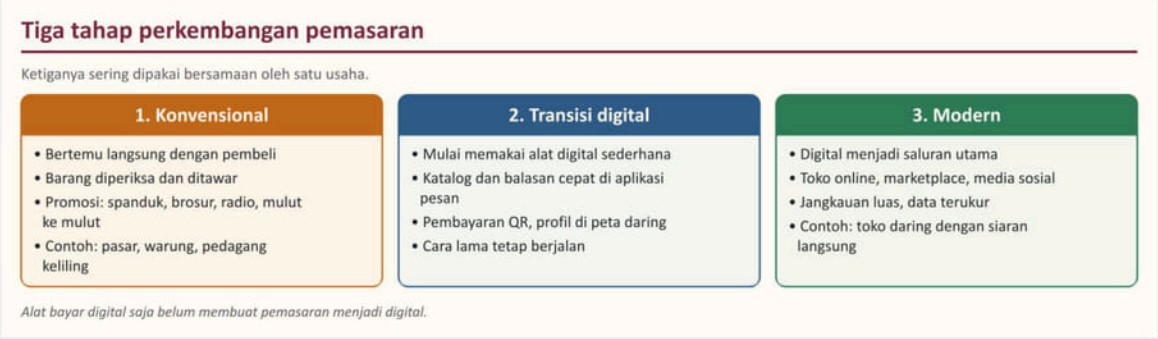
Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menjelaskan ciri, kelebihan, dan kelemahan pemasaran konvensional beserta contohnya;
- menjelaskan apa itu transisi digital dan mengapa usaha melakukannya;
- mengurutkan langkah transisi digital yang sesuai dengan modal dan tenaga usaha kecil;
- menilai tindakan yang tepat ketika transisi digital menimbulkan masalah baru, seperti stok tidak sinkron atau pesan pembeli tidak terbalas.

◆ KONSEP INTI

1. Tiga tahap perkembangan pemasaran

Cara orang menjual dan membeli berubah mengikuti teknologi yang tersedia. Gambar 2.1 menunjukkan tiga tahap yang dibahas kisi-kisi. Ketiganya bukan tahap yang saling menghapus. Banyak usaha berada di tengah-tengah dan memakai ketiganya sekaligus.



Gambar 2.1 Pemasaran konvensional, transisi digital, dan pemasaran modern. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

1. **Pemasaran konvensional**: penjual dan pembeli bertemu langsung, promosi memakai media cetak atau lisan.
2. **Transisi digital**: usaha konvensional mulai memakai alat digital sederhana, sambil tetap melayani cara lama.
3. **Pemasaran modern**: usaha memakai teknologi digital sebagai saluran utama, misalnya toko online, marketplace, dan media sosial.

2. Pemasaran konvensional

Pemasaran konvensional adalah cara memasarkan yang bertumpu pada **pertemuan langsung** antara penjual dan pembeli dan pada media promosi non-digital. Pasar tradisional, toko kelontong, warung makan, pedagang keliling, dan penjual di pameran adalah contohnya. Cara ini sudah dipakai selama ratusan tahun dan tidak otomatis ketinggalan zaman.

Ciri-cirinya:

- **Transaksi tatap muka.** Pembeli datang ke tempat usaha atau penjual mendatangi pembeli.
- **Barang diperiksa langsung.** Pembeli meraba, mencium, mencoba, dan membandingkan.
- **Tawar-menawar** harga adalah hal yang wajar.
- **Hubungan pribadi.** Penjual mengenal langganan dan hafal selera mereka, sehingga kepercayaan dibangun dari pertemuan berulang.
- **Promosi tatap muka dan media cetak**: memanggil orang yang lewat, brosur, spanduk, baliho, kartu nama, iklan radio, pameran, dan cerita dari mulut ke mulut.
- **Jangkauan terbatas** pada orang yang datang atau yang dikunjungi, dan **jam layanan** terbatas pada jam buka.

Kelebihannya:

- pembeli dapat melihat dan mencoba barang sebelum membeli;
- pelayanan personal membangun kepercayaan dan kesetiaan;
- tidak memerlukan internet, perangkat canggih, atau kemampuan teknis;
- cocok untuk produk yang harus dilihat atau dicium, seperti kain, buah, dan perabot.

Kelemahannya:

- jangkauan sempit: hanya orang yang lewat atau dikenal;
- hasil promosi **sulit diukur**: dari sepuluh brosur yang dibagikan, tidak diketahui berapa yang membuat orang datang;
- jam layanan terbatas dan tidak melayani pembeli di luar jam buka;
- biaya cetak dan tenaga bertemu pembeli terus-menerus;
- bergantung pada lokasi: toko yang pindah dapat kehilangan banyak pelanggan.

Satu hal yang sering menjebak: **memakai alat bayar digital tidak otomatis membuat pemasaran menjadi digital**. Pedagang sayur yang menerima pembayaran QR tetapi tetap berjualan di pasar dengan cara tawar-menawar masih termasuk pemasaran konvensional, karena yang digital hanya cara membayarnya, bukan cara memasarkannya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Pemasaran digital: gambaran singkat

Pemasaran digital memakai internet dan perangkat digital untuk memperkenalkan, menawarkan, dan menjual produk. Alatnya antara lain aplikasi pesan (WhatsApp), media sosial, marketplace, situs web, dan peta daring. Ciri utamanya:

- **jangkauan luas**, tidak terbatas pada satu kecamatan;
- **tersedia setiap saat**, sehingga pembeli dapat melihat produk di luar jam buka;
- **terukur**: tayangan, klik, dan pesanan tercatat sehingga efektivitas promosi dapat dihitung;
- **dua arah**: pembeli dapat bertanya, memberi ulasan, dan membagikan pengalaman;
- **biaya fleksibel**: mulai dari gratis sampai iklan berbayar yang ditargetkan.

Tantangannya juga nyata: persaingan lebih ramai, pembeli tidak dapat menyentuh barang sehingga kepercayaan harus dibangun lewat foto dan ulasan, pengiriman dan stok harus dikelola, dan seseorang harus rutin membalas pesan. Gambar 2.2 membandingkan keduanya.

Pemasaran konvensional dan pemasaran digital

Hal	Konvensional	Digital
Pertemuan	tatap muka di tempat usaha atau tempat pembeli	lewat layar: pesan, media sosial, toko online
Memeriksa barang	diraba, dicium, dicoba langsung	lewat foto, video, deskripsi, dan ulasan
Harga	sering ditawar	umumnya tertulis di halaman produk
Jangkauan	terbatas pada orang yang datang atau dikunjungi	luas, melewati batas kota
Jam layanan	sebatas jam buka	tersedia setiap saat, balasan tetap perlu petugas
Mengukur hasil promosi	sulit (siapa datang karena brosur apa?)	mudah: tayangan, klik, pesanan tercatat
Hubungan	pribadi, kepercayaan dari pertemuan berulang	dibangun lewat ulasan, rating, dan balasan cepat
Tantangan	jangkauan sempit, bergantung lokasi	persaingan ramai, perlu admin, stok dan kirim harus rapi

Gambar 2.2 Perbandingan ciri pemasaran konvensional dan pemasaran digital. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

4. Apa itu transisi digital dan mengapa dilakukan?

Transisi digital adalah masa peralihan ketika usaha konvensional mulai memakai alat digital secara bertahap, tanpa harus meninggalkan cara lama. Usaha melakukannya karena kebiasaan pembeli berubah. Banyak orang kini mencari toko lewat telepon genggam, bertanya lewat pesan, membaca ulasan, dan membayar tanpa uang tunai. Usaha yang tidak ditemukan di tempat-tempat itu kehilangan pembeli yang sebenarnya ada di sekitarnya.

Transisi yang sehat **bertahap dan sesuai kemampuan**. Pemilik yang modalnya kecil dan dibantu satu karyawan tidak perlu langsung membangun situs web lengkap. Ia bisa mulai dari langkah yang paling murah dan paling besar manfaatnya.

Gambar 2.3 menyusun langkah transisi dari bawah ke atas. Langkah di bawah dikerjakan lebih dulu karena menjadi fondasi langkah di atasnya.



Gambar 2.3 Enam anak tangga transisi digital, dari merapikan informasi usaha sampai mengukur hasil. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Rapikan produk dan informasi usaha.** Siapkan nama, alamat, jam buka, daftar harga, dan foto produk yang jelas. Tanpa informasi yang rapi, alat digital apa pun hanya memperbesar kekacauan.
2. **Pakai alat percakapan yang sederhana.** Aplikasi bisnis di telepon menyediakan katalog produk, balasan cepat untuk pertanyaan yang sama, dan label untuk mengelompokkan pesanan.
3. **Terima pembayaran digital.** Kode QR, transfer, atau dompet digital mempercepat transaksi dan mengurangi masalah uang kembalian.
4. **Hadir di peta daring dan media sosial.** Profil usaha di peta membantu calon pembeli menemukan lokasi; akun media sosial menunjukkan produk dan suasana usaha.
5. **Buka saluran penjualan daring** seperti marketplace atau toko online, bila stok dan pengiriman sudah siap.
6. **Atur stok, layanan pesan, dan ukur hasil.** Catat dari saluran mana pesanan datang, lalu perbaiki yang lemah.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

5. Hal yang harus dijaga selama transisi

Banyak masalah muncul bukan karena alat digitalnya buruk, tetapi karena cara kerjanya belum disesuaikan. Delapan hal berikut sering menjadi jawaban pada soal:

1. **Informasi usaha harus benar dan terbaru.** Jam buka, alamat, dan nomor yang keliru membuat pembeli datang saat usaha tutup atau menghubungi nomor yang sudah tidak dipakai.
2. **Stok daring dan luring harus sama.** Bila toko menjual di dua tempat, catat penjualan keduanya dalam satu catatan stok. Pesanan dibatalkan karena stok di layar masih tersedia padahal sudah habis menurunkan kepercayaan.
3. **Tentukan penanggung jawab layanan pesan** dan jam layanannya. Pesan yang dibalas keesokan hari membuat pembeli beralih.
4. **Balas ulasan dengan jujur dan sopan,** termasuk ulasan buruk. Menghapus profil atau membuat ulasan palsu bintang lima merusak kepercayaan.
5. **Jaga saluran lama** selama saluran baru belum stabil. Menutup toko fisik terlalu cepat berisiko kehilangan pembeli setia.
6. **Mulai kecil dan sesuai modal.** Merekrut banyak orang atau membangun sistem mahal sebelum tahu hasilnya adalah pemborosan.
7. **Siapkan pengiriman dan kemasan.** Produk yang mudah rusak butuh kemasan aman.
8. **Ukur hasil.** Tanyakan setiap pembeli baru tahu dari mana, atau gunakan fitur statistik di akun.

6. Pemasaran campuran (hybrid)

Dalam praktik, kebanyakan usaha kecil memakai **campuran**: toko fisik tetap dibuka, tetapi katalog dibagikan lewat pesan, pembayaran bisa memakai QR, dan pembeli dapat memesan dari rumah lalu mengambil di toko. Campuran ini memanfaatkan kelebihan masing-masing. Pembeli yang ingin mencoba barang tetap datang ke toko. Pembeli yang sibuk memesan dari rumah. Karena itu, jawaban "tutup saluran lama agar fokus ke digital" jarang tepat.

7. Cara mengenali tahap dari sebuah kasus

Dua pertanyaan membantu:

- **Bagaimana pembeli menemukan dan membeli?** Datang langsung dan tawar-menawar menunjuk konvensional. Memesan lewat aplikasi pesan menunjuk transisi. Membeli lewat toko online atau marketplace menunjuk modern.
- **Alat digital apa yang dipakai untuk memasarkan?** Hanya alat bayar belum berarti digital. Akun media sosial yang dibuat tetapi tidak pernah diurus juga belum berarti transisi selesai.

8. Mengapa "terukur" penting: contoh hitungan

Salah satu alasan terbesar usaha beralih ke digital adalah hasil promosi dapat dihitung. Bandingkan dua cara promosi rekaan dengan biaya yang sama, Rp300.000.

Hal	Brosur cetak	Iklan di media sosial

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Biaya	Rp300.000 untuk 1.000 lembar	Rp300.000 selama satu minggu
Yang diketahui	1.000 lembar dibagikan; tidak ada catatan siapa yang datang karena brosur	15.000 tayangan, 450 klik, 30 pesanan tercatat
Biaya per pesanan	tidak dapat dihitung	Rp300.000 ÷ 30 = Rp10.000

Pada brosur, pemilik hanya menebak. Pada iklan digital, ia dapat menghitung bahwa satu pesanan "dibeli" dengan Rp10.000, lalu menilai apakah itu wajar dibanding laba per pesanan. Misalnya laba per pesanan Rp25.000, maka promosi itu menguntungkan. Bila laba per pesanan hanya Rp8.000, promosi merugi. Inilah makna "terukur": keputusan promosi berikutnya bisa bersandar pada angka.

Namun ingat, brosur tetap berguna bila sasaran pembelinya memang tidak memakai internet, misalnya warga di satu kompleks yang jarang membuka media sosial. Memilih cara promosi berarti mencocokkan dengan pembeli, bukan sekadar memilih yang terbaru.

9. Kapan cara konvensional tetap dipertahankan?

Cara lama tidak otomatis harus ditinggalkan. Cara konvensional paling kuat dalam keadaan berikut:

- **Produk yang harus dilihat atau dicoba**, misalnya kain, sepatu, perabot, buah.
- **Pembeli yang lebih percaya orang yang dikenal**, terutama untuk pembelian besar atau pembeli yang kurang akrab dengan teknologi.
- **Hubungan jangka panjang dengan langganan.** Sapaan yang ramah dan ingatan penjual tentang selera langganan sulit digantikan aplikasi.
- **Wilayah pelanggan sempit** dan semua pembeli sudah ada di sekitar usaha.

Karena itu, tujuan transisi digital bukan mengganti cara lama, melainkan **menambah cara baru agar usaha lebih mudah ditemukan dan lebih mudah dibeli**. Penjual yang paling kuat sering menggabungkan keduanya: pelayanan hangat di toko, ditambah katalog yang selalu siap dikirim lewat pesan.

10. Penyebab transisi digital gagal

Beberapa usaha sudah membuat akun dan membuka toko daring, tetapi pesanan tidak bertambah. Penyebab yang paling sering:

- **Akun tidak diurus.** Unggahan terakhir berbulan-bulan lalu, pesan menumpuk, ulasan tidak dibalas.
- **Informasi tidak lengkap.** Tidak ada harga, cara memesan, atau daerah pengiriman, sehingga pembeli yang tertarik tidak tahu bagaimana membeli.
- **Foto dan deskripsi tidak menggambarkan barang.** Pembeli kecewa saat barang tiba, lalu mengembalikannya atau memberi ulasan buruk.
- **Stok dan pengiriman belum siap.** Pesanan datang, tetapi barang kosong atau terlambat.
- **Tidak ada pembagian tugas.** Semua dikerjakan pemilik di sela melayani toko, sehingga

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

layanan pesan lambat.

- **Tidak mengukur hasil.** Pemilik tidak tahu saluran mana yang berhasil, sehingga uang promosi terbuang di saluran yang lemah.

Semua penyebab itu dapat diperbaiki tanpa biaya besar. Pada soal, perbaikan yang paling tepat adalah yang menyentuh penyebab nyata di cerita dan masih terjangkau oleh usaha.

11. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Tiga tahap: konvensional, transisi digital, modern. Ketiganya bisa dipakai bersamaan.
- Konvensional: tatap muka, barang diperiksa, tawar-menawar, hubungan pribadi; **jangkauan terbatas dan hasil promosi sulit diukur**.
- Alat bayar digital bukan tanda pemasaran digital.
- Transisi digital **bertahap**: rapikan informasi, alat pesan sederhana, pembayaran digital, profil daring, saluran penjualan, lalu ukur hasil.
- Selama transisi: informasi benar, stok sinkron, ada penanggung jawab layanan pesan, ulasan dibalas jujur, saluran lama dijaga.
- Pemasaran digital terukur (biaya per pesanan dapat dihitung); pemasaran konvensional tetap kuat untuk produk yang harus dicoba dan hubungan pribadi.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 2.4 di akhir bagian ini.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Kelebihan dan kelemahan pemasaran konvensional

Pak Joko berjualan jam tangan di kios pasar sejak 2015. Pembeli memegang dan mencoba jam, lalu menawar. Pak Joko mengenal banyak pembeli dan sering memberi saran model yang cocok. Ia berpromosi dengan spanduk di depan kios dan cerita dari pelanggan. Tentukan pernyataan benar atau salah.

1. Pembeli dapat memeriksa jam sebelum membeli.
2. Pak Joko mudah mengukur berapa orang datang karena spanduk.
3. Jangkauan pembelinya terbatas pada pengunjung pasar.

Langkah.

1. Pembeli memegang dan mencoba jam → **Benar** (kelebihan konvensional).
2. Spanduk tidak mencatat siapa yang datang karenanya → hasil promosi sulit diukur → **Salah**.
3. Kios di satu pasar dengan promosi spanduk dan lisan → jangkauan terbatas → **Benar**.

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

Contoh 2 — Mengurutkan langkah transisi

Warung es doger rekaan milik Bu Sri memiliki modal kecil dan dibantu satu karyawan. Pembelinya sebagian besar warga sekitar. Bu Sri ingin menerima pesanan lewat telepon genggam. Urutkan lima tindakan berikut yang paling masuk akal:

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(a) membuat akun toko di marketplace dan mengunggah seluruh menu; (b) menuliskan daftar harga dan memotret setiap menu dengan jelas; (c) menyiapkan katalog dan balasan cepat di aplikasi pesan; (d) menerima pembayaran kode QR; (e) mencatat dari mana pesanan datang tiap pekan.

Langkah. Gunakan tangga pada Gambar 2.3: rapikan informasi dulu, lalu alat pesan, lalu pembayaran, lalu saluran lebih besar, lalu ukur.

1. (b) Rapikan informasi dan foto.
2. (c) Alat pesan sederhana.
3. (d) Pembayaran QR.
4. (e) Mencatat sumber pesanan.
5. (a) Marketplace, bila stok dan pengiriman sudah siap; karena modal kecil, langkah ini terakhir.

Jawaban: b – c – d – e – a. Marketplace tidak ditaruh pertama, karena tanpa informasi yang rapi dan alat pesan yang terkelola, saluran besar justru menambah beban.

Contoh 3 — Menyelesaikan masalah setelah transisi

Toko perlengkapan pancing rekaan mulai berjualan di marketplace pada 2027 sambil tetap membuka toko. Dalam sebulan, delapan pembeli mengembalikan joran karena warnanya tidak sama dengan foto, dan banyak pembeli bertanya ukuran yang tidak tertulis di halaman produk. Pemilik menimbang dua pilihan: (a) memotret ulang produk dengan cahaya cukup dan menuliskan warna serta ukuran di deskripsi; (b) menaikkan harga agar biaya pengembalian tertutup. Pilihan mana yang tepat?

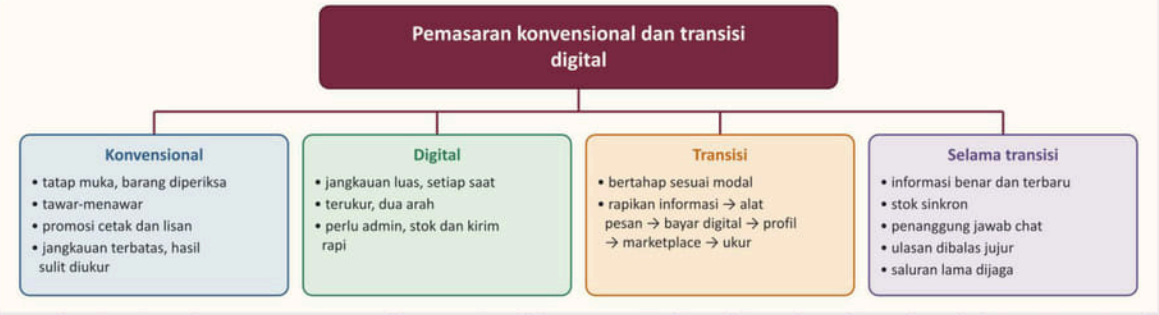
Langkah.

1. Penyebab masalah: informasi produk di halaman tidak sesuai dan tidak lengkap. Pembeli tidak dapat menyentuh barang, sehingga foto dan deskripsi menggantikan pemeriksaan langsung.
2. Pilihan (a) memperbaiki penyebab itu dan murah.
3. Pilihan (b) hanya memindahkan beban biaya ke pembeli dan tidak mengurangi pengembalian.

Jawaban: (a). Pada pemasaran digital, foto dan keterangan yang jujur menggantikan peran "meraba barang" pada pemasaran konvensional.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

❖ PETA KONSEP



Gambar 2.4 Peta konsep pemasaran konvensional dan transisi digital. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal tahap pemasaran:

1. **Tentukan tahap usaha di cerita** dengan dua pertanyaan di bagian 7.
2. **Pada soal ciri atau kelemahan konvensional,** cocokkan dengan daftar ciri. Pilihan yang menyebut label harga tetap, aplikasi poin, ulasan daring, atau iklan bertarget termasuk ciri digital atau modern.
3. **Pada soal langkah transisi,** garis bawahi batasan (modal, jumlah karyawan, stok) dan **masalah yang terjadi**. Pilih langkah yang menyasar masalah itu dengan biaya paling kecil.
4. **Pada soal pernyataan majemuk,** nilai setiap pernyataan sendiri. Alat bayar digital tidak menjadikan usaha berpemasaran digital.
5. **Pada soal "paling tepat dilakukan lebih dulu",** ingat tangga transisi: informasi dan alat sederhana sebelum saluran besar.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Menutup saluran lama** agar "fokus digital".
- **Langkah mewah untuk usaha kecil:** merekrut banyak admin atau membangun situs sendiri padahal modal terbatas.
- **Cara yang tidak jujur:** menghapus profil agar ulasan buruk hilang, atau membuat ulasan palsu.
- **Membalas ulasan dengan menyalahkan pelanggan.**
- **Ciri konvensional yang sebenarnya ciri digital:** harga tetap berlabel, program poin di aplikasi, jangkauan luas lewat ulasan daring, iklan berbayar bertarget.
- **Balasan otomatis dianggap solusi** padahal pesan tetap tidak ditangani.

> Contoh salah tafsir: pedagang buah membayar iklan berbayar di media sosial, tetapi di akunnya tidak ada foto, harga, atau cara memesan. Pembeli yang tertarik tidak tahu bagaimana membeli. Iklan itu mahal dan percuma karena langkah pertama (merapikan informasi) belum dikerjakan.

● BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menggambarkan toko kain di pasar yang belum memakai internet. Cari ciri pemasaran konvensional yang paling tampak dari cara pembeli dan penjual bertemu, lalu waspadai pilihan yang sebenarnya ciri digital.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Pak Harun membuka toko kain di Pasar Baru sejak lama. Hingga awal 2027 ia belum memakai internet untuk berjualan. Pelanggannya datang langsung ke toko, meraba dan membandingkan kain, lalu tawar-menawar harga. Banyak pelanggan setia karena Pak Harun hafal kebutuhan mereka dan sering memberi saran motif kain. Ia berpromosi dengan membagikan kartu nama kepada pelanggan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Ciri pemasaran konvensional yang paling tampak pada kasus tersebut adalah ....

A. Penjual dan pembeli bertemu langsung sehingga kain dapat diperiksa dan ditawar
B. Harga kain sama bagi setiap pembeli karena tercetak pada label di setiap gulungan
C. Pelanggan setia terbentuk karena program poin anggota yang tercatat di aplikasi toko
D. Jangkauan pembeli luas karena toko dikenal di banyak kota lewat ulasan daring
E. Promosi dilakukan melalui iklan berbayar yang ditargetkan sesuai minat calon pembeli

Pembahasan **Kunci: A**

Konsep: Pemasaran konvensional mengandalkan pertemuan langsung penjual dan pembeli, pemeriksaan barang secara fisik, tawar-menawar, hubungan pribadi, dan promosi tatap muka atau media cetak. Jangkauannya terbatas pada orang yang datang ke tempat usaha.

Langkah:
1. Pelanggan datang langsung, meraba kain, dan menawar harga.
2. Promosi dengan kartu nama, tanpa internet.
3. Ciri yang tampak: transaksi tatap muka dengan pemeriksaan barang dan tawar-menawar.

Analisis setiap opsi:
- **A.** ✓ Pertemuan langsung, memeriksa kain, dan tawar-menawar tergambar jelas di kasus.
- **B.** ✗ Jebakan: harga tetap berlabel adalah ciri ritel modern, padahal di toko ini harga ditawar.
- **C.** ✗ Kasus tidak menyebut aplikasi atau program poin; pelanggan setia karena hubungan pribadi.
- **D.** ✗ Toko tidak berjualan di internet, sehingga tidak dikenal lewat ulasan daring.
- **E.** ✗ Iklan berbayar yang ditargetkan adalah ciri pemasaran digital, bukan cara Pak Harun berpromosi.

Jawaban: A.

✎ LATIHAN

Untuk soal ciri, tulis tahap pemasaran yang dipakai tokoh. Untuk soal langkah, tulis masalah yang terjadi dan batasan usahanya sebelum memilih.

1. Toko oleh-oleh keripik milik Bu Wati mulai berjualan di marketplace pada Januari 2027, sambil tetap membuka toko fisiknya. Pada bulan pertama, 18 pesanan dibatalkan karena stok di marketplace masih tertulis tersedia padahal barang di toko sudah habis. Banyak pembeli juga mengeluh pertanyaan mereka lewat fitur chat baru dibalas keesokan harinya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Mencocokkan jumlah stok di marketplace dengan stok toko setiap hari sebelum toko buka.
☐ B. Menutup toko fisik agar seluruh tenaga dapat berfokus melayani pesanan di marketplace.
☐ C. Memberi voucher kepada pembeli yang pesanannya dibatalkan tanpa mengubah cara mencatat stok.
☐ D. Menunjuk petugas yang bertanggung jawab membalas chat pembeli pada jam yang sudah ditetapkan.
☐ E. Memasang balasan otomatis "pesan Anda akan dibalas besok" agar pembeli tidak menunggu tanpa kabar.

2. Sejak Januari 2027, Bu Rahma menerima pesanan bakpia lewat nomor WhatsApp pribadinya, kini sekitar 40 pesanan per hari. Pesanan bercampur dengan pesan keluarga, beberapa alamat salah dicatat, dan banyak pembeli menanyakan harga serta varian yang sama berulang-ulang. Bu Rahma hanya dibantu satu karyawan dan modalnya terbatas.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Langkah yang paling tepat dilakukan Bu Rahma lebih dulu adalah ....

A. Pindah sepenuhnya ke marketplace dan berhenti melayani pesanan lewat WhatsApp
B. Merekrut tiga admin baru yang khusus membalas setiap chat dari pembeli
C. Memakai katalog, balasan cepat, dan label pesanan di WhatsApp Business
D. Membuat situs web toko sendiri yang dilengkapi sistem pembayaran otomatis
E. Membatasi pemesanan lewat WhatsApp untuk pelanggan lama yang sudah dikenal

3. Pak Udin berjualan sayur di pasar tradisional (2027). Pembeli datang langsung, memilih sayur sendiri, dan sering menawar harga. Untuk menarik pembeli, Pak Udin memanggil orang yang lewat dan memberi bonus cabai kepada langganannya. Sejak 2026 ia juga menerima pembayaran dengan kode QR, tetapi tidak pernah memasarkan dagangannya lewat internet.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Karena Pak Udin menerima pembayaran kode QR, cara pemasarannya sudah termasuk pemasaran digital.	○	○
Jumlah orang yang mendengar panggilan promosi Pak Udin dapat dihitung dengan tepat setiap hari.	○	○
Pertemuan langsung memungkinkan Pak Udin melihat reaksi pembeli dan menyesuaikan tawarannya.	○	○

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

4. Bengkel motor Pak Asep mulai menerima pemesanan servis lewat profil usaha di aplikasi peta daring dan WhatsApp pada Februari 2027. Setelah sebulan, ada pelanggan yang datang pukul 07.00 padahal bengkel baru buka pukul 08.30, karena jam buka di profil keliru. Tiga ulasan berisi keluhan antrean panjang belum dibalas, dan nomor WhatsApp di profil masih nomor lama.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Langkah transisi digital yang tepat adalah ....

(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Menghapus profil usaha di peta daring agar ulasan buruk tidak terlihat calon pelanggan.

☐ B. Memperbarui jam buka dan nomor WhatsApp pada profil sesuai keadaan sebenarnya.

☐ C. Membalas ulasan buruk dengan menjelaskan bahwa antrean terjadi karena pelanggan datang tanpa memesan.

☐ D. Membuat banyak ulasan bintang lima dari akun keluarga agar rating bengkel naik.

☐ E. Menetapkan satu petugas yang memeriksa pesan dan ulasan setiap hari pada jam kerja.

5. Pak Rudi memasarkan kasur busa dengan menyebar brosur dan mengikuti pameran keliling dari kecamatan ke kecamatan sepanjang 2026. Pada awal 2027 ia ingin mengevaluasi promosinya, tetapi ia kesulitan mengetahui brosur mana yang membuat orang datang membeli. Ia juga hanya dapat menjangkau warga di kecamatan yang sedang ia kunjungi.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Kelemahan pemasaran konvensional yang paling tampak pada kasus tersebut adalah ....

A. Pembeli tidak dapat meraba dan mencoba kasur sebelum memutuskan membeli

B. Hasil promosi sulit diukur dan jangkauannya terbatas pada wilayah kunjungan

C. Penjual tidak dapat bertemu langsung dengan pembeli untuk menjelaskan produk

D. Pembeli harus membayar dengan transfer karena tidak ada pembayaran tunai

E. Biaya promosi menjadi nol karena brosur dibagikan kepada setiap warga

Kunci singkat: 1. A, D 2. C 3. 1S 2S 3B 4. B, E 5. B

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa pedagang yang menerima pembayaran QR belum dapat disebut memasarkan secara digital?
- Mengapa langkah merapikan informasi usaha dikerjakan sebelum membuka toko di marketplace?
- **Yang harus kuingat:** konvensional = tatap muka, jangkauan terbatas, hasil promosi sulit diukur; transisi = bertahap, sesuai modal; jaga informasi, stok, layanan pesan, dan ulasan.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 2.1: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-2.1

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 2.2 · Pemasaran modern: e-commerce, marketplace, dan media sosial

SMKPEM-2.2

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **memahami, menerapkan, dan menganalisis pemasaran modern**, yaitu pemasaran yang memakai teknologi digital sebagai saluran utama: **e-commerce, marketplace, dan media sosial**. Pada soal, kemampuan ini muncul sebagai **gambar atau tampilan** halaman toko online atau unggahan media sosial, disertai data kecil seperti rating menurun atau pesanan sedikit. Kamu diminta memilih **satu perbaikan** atau **saluran** yang paling tepat.

Soal sub bab ini seluruhnya berkategori sulit. Sebabnya, kamu harus membaca teks pada gambar dengan teliti dan memilih perbaikan yang **menyentuh penyebab**, bukan perbaikan yang kelihatan modern atau mahal. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- membedakan toko online sendiri, marketplace, dan media sosial beserta kelebihan dan kelemahannya;
- membaca bagian-bagian halaman produk dan unggahan media sosial, lalu menemukan informasi yang kurang;
- menghitung konversi dan menemukan tahap corong penjualan yang paling lemah;
- memilih saluran dan perbaikan yang sesuai dengan produk, pembeli, dan anggaran.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Apa itu pemasaran modern?

Pada sub bab 2.1 kamu mengenal transisi digital: usaha lama mulai memakai alat digital. **Pemasaran modern** adalah tahap ketika teknologi digital menjadi **saluran utama** penjualan dan komunikasi dengan pembeli. Ciri pokoknya:

- **Transaksi dan promosi terjadi daring.** Pembeli menemukan, membandingkan, dan membayar lewat layar.
- **Berbasis data.** Jumlah tayangan, klik, pesanan, rating, dan ulasan dicatat sehingga keputusan dapat dihitung.
- **Interaktif.** Pembeli bertanya, memberi ulasan, dan membagikan pengalaman, sehingga reputasi usaha terbentuk di ruang terbuka.
- **Sasaran dapat dipilih.** Iklan dapat diarahkan ke usia, minat, dan wilayah tertentu.
- **Tidak mengenal batas wilayah.** Toko kecil di kota kecil dapat melayani pembeli di kota lain, selama pengirimannya siap.

Perhatikan bahwa pembeli **tidak dapat menyentuh barangnya**. Karena itu, di pemasaran modern, **foto, deskripsi, ulasan, dan kecepatan balasan menggantikan peran pengamatan langsung** pada pemasaran konvensional. Hampir semua soal pemasaran modern berputar pada satu pertanyaan: informasi apa yang dibutuhkan pembeli agar yakin membeli?

2. E-commerce dan tiga bentuk saluran

E-commerce (perdagangan elektronik) adalah kegiatan jual beli barang atau jasa lewat internet. Tiga bentuk saluran yang paling sering dipakai usaha kecil dirangkum pada Gambar 2.5.

Tiga bentuk saluran penjualan digital

Saluran	Ciri	Kelebihan	Kelemahan	Cocok untuk
Toko online sendiri	situs atau aplikasi milik usaha	tampilan dan data pembeli dikuasai sendiri; tanpa biaya layanan platform	pembeli harus diajak datang; butuh biaya dan kemampuan teknis	usaha yang sudah punya banyak pelanggan setia dan tim yang siap
Marketplace	platform yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli	pembeli sudah ramai; pembayaran dan pelacakan kiriman tersedia; ada perlindungan transaksi	persaingan ketat; ada biaya layanan; aturan ditentukan platform	produk tahan kirim; ingin transaksi aman dan jangkauan luas
Media sosial	unggahan, cerita, video pendek, siaran langsung, pesan	murah dan mudah dimulai; interaksi langsung; cocok memperkenalkan produk	pencatatan pesanan sering manual; pembeli baru lebih ragu	memperkenalkan produk, melayani langganan, produk lokal dan pesan antar

Banyak usaha memakai ketiganya sekaligus: media sosial untuk mengenalkan, marketplace untuk transaksi aman.

Gambar 2.5 Toko online sendiri, marketplace, dan media sosial: ciri, kelebihan, kelemahan, dan kecocokannya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Toko online sendiri** (situs web atau aplikasi milik usaha). Pemilik mengatur tampilan, data pembeli, dan aturan dengan bebas. Kelemahannya: pembeli harus diajak datang sendiri, dan pembangunan serta perawatannya memerlukan biaya dan kemampuan teknis.
2. **Marketplace**, yaitu platform yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli di satu tempat. Pembeli sudah ramai, sistem pembayaran dan pelacakan kiriman tersedia, dan ada perlindungan transaksi. Kelemahannya: persaingan sangat ketat, pemilik membayar biaya layanan, dan tampilan serta aturan ditentukan platform.

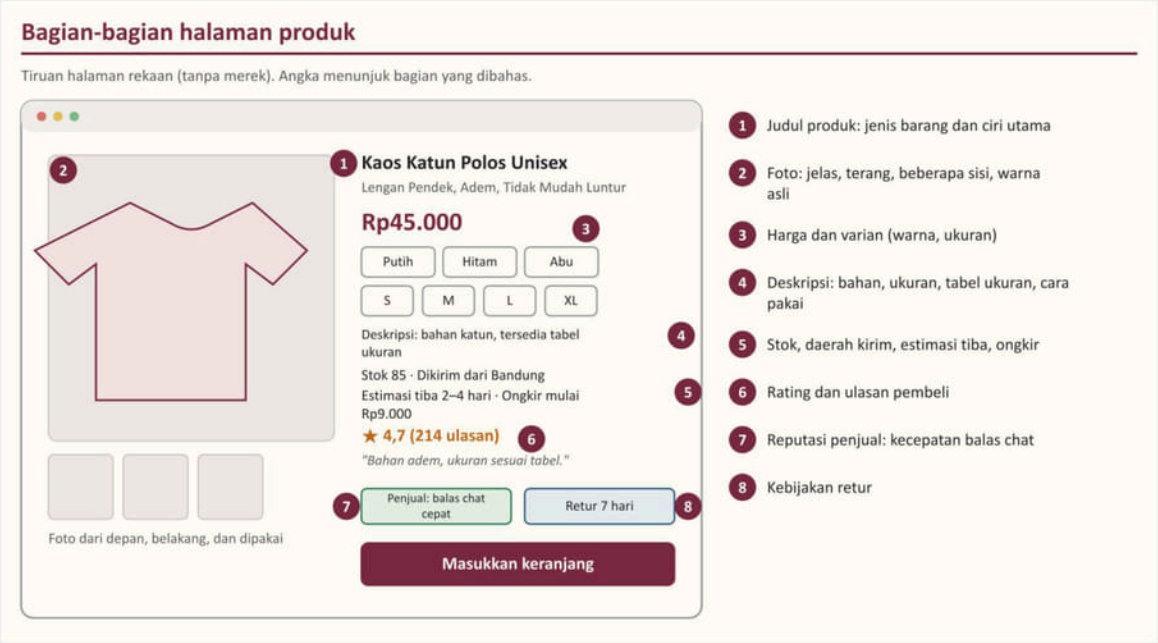
Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. **Media sosial** (unggahan, cerita, video pendek, siaran langsung, dan pesan). Murah dan mudah dimulai, pembeli dapat berinteraksi langsung. Kelemahannya: pencatatan pesanan sering manual, dan pembeli baru cenderung ragu karena kurang jaminan transaksi.

Dalam praktik, banyak usaha memakai ketiganya sekaligus: media sosial untuk memperkenalkan produk, marketplace untuk transaksi yang aman, dan pesan pribadi untuk melayani langganan.

3. Anatomi halaman produk di marketplace

Halaman produk adalah "etalase" digital. Pembeli biasanya memutuskan dalam hitungan detik berdasarkan apa yang tampak. Gambar 2.6 memperlihatkan tiruan sebuah halaman produk (tanpa merek) dengan delapan bagian berlabel.



Gambar 2.6 Tiruan halaman produk rekaan dengan delapan bagian penting. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Judul produk.** Memuat jenis barang, ciri utama, dan kata yang dicari pembeli.
2. **Foto.** Jelas, terang, dari beberapa sisi, dan menunjukkan warna asli. Foto yang tidak sesuai kenyataan adalah penyebab utama pengembalian barang.
3. **Harga dan varian.** Harga mudah dibaca, pilihan warna dan ukuran jelas.
4. **Deskripsi.** Bahan, ukuran, berat, warna, cara pakai, dan isi paket. Untuk pakaian, tabel ukuran (panjang dan lebar) sangat membantu karena pembeli tidak dapat mencoba.
5. **Stok dan pengiriman.** Ketersediaan, daerah kirim, estimasi tiba, dan ongkos kirim.
6. **Rating dan ulasan.** Rating rata-rata dan komentar pembeli sebelumnya. Ulasan sering menjadi bahan pertimbangan paling kuat.
7. **Reputasi penjual.** Kecepatan membalas chat, persentase pesanan yang berhasil, dan lama berjualan.
8. **Kebijakan retur.** Syarat pengembalian barang yang memberi rasa aman.

Cara menemukan kelemahan halaman: **baca ulasan terburuk dan pertanyaan pembeli**. Bila

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

banyak yang mengeluh "ukurannya kebesaran" atau bertanya "bahannya apa?", berarti informasi di deskripsi kurang. Perbaikannya melengkapi informasi, bukan menurunkan harga.

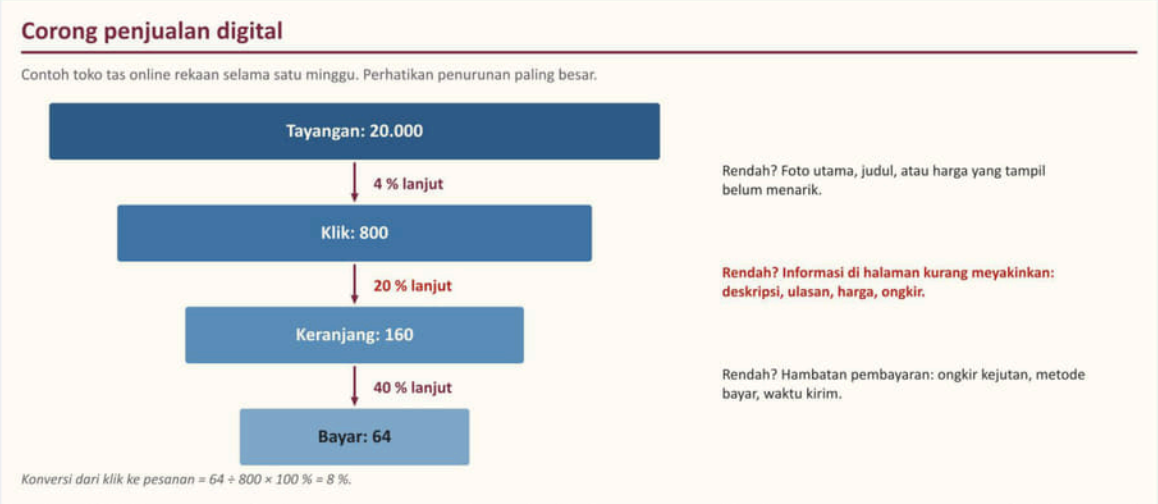
4. Corong penjualan digital dan konversi

Pembeli daring melewati serangkaian tahap. Pada setiap tahap, sebagian orang berhenti. Karena bentuknya menyempit ke bawah, urutan ini disebut **corong penjualan**.

1. **Tayangan**: halaman atau unggahan tampil di layar calon pembeli.
2. **Klik**: calon pembeli membuka halaman produk.
3. **Keranjang**: calon pembeli memasukkan produk ke keranjang atau menyatakan ingin memesan.
4. **Pembayaran**: pesanan dibayar.

Konversi adalah persentase yang berlanjut ke tahap berikutnya atau sampai ke pesanan: konversi = pesanan ÷ pengunjung × 100 %. Bila 400 orang membuka halaman dan 20 memesan, konversinya 20 ÷ 400 × 100 % = 5 %.

Gambar 2.7 memperlihatkan corong dengan angka rekaan dan arti dari penurunan tiap tahap.



Gambar 2.7 Corong penjualan dengan contoh angka. Tahap yang paling besar penurunannya adalah petunjuk letak masalah. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

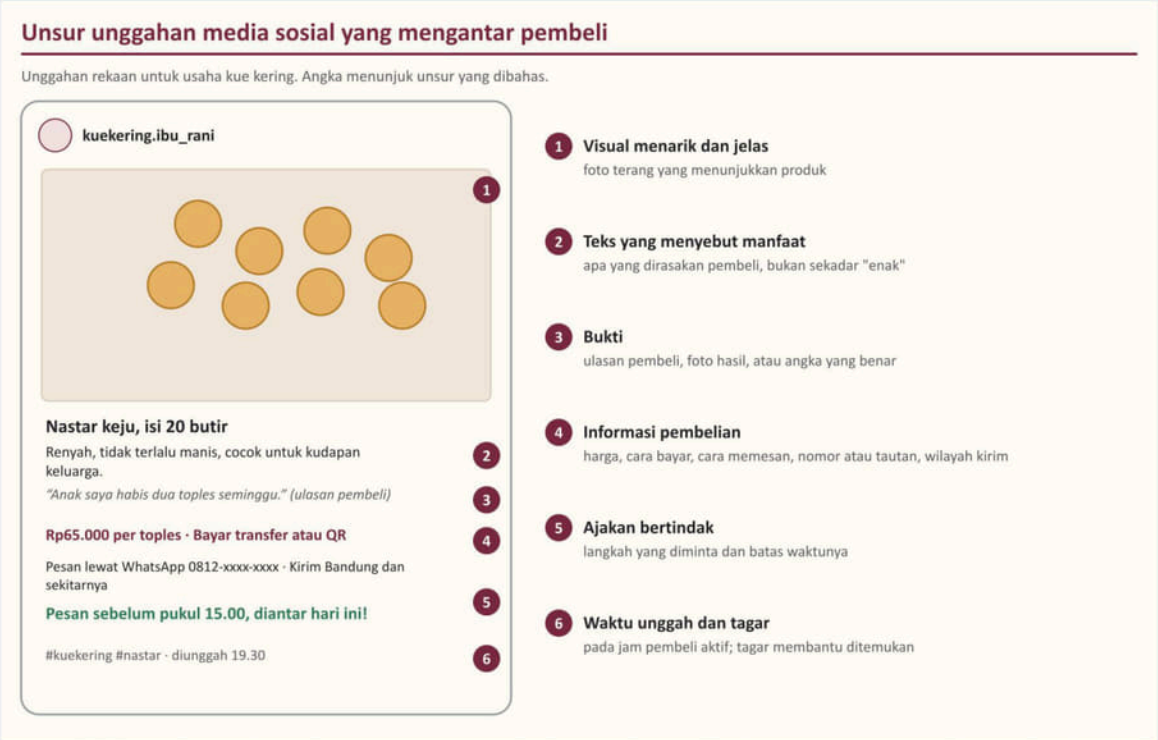
Cara mendiagnosis dari corong:

- **Tayangan banyak, klik sedikit** → foto utama, judul, atau harga yang tampil belum menarik.
- **Klik banyak, keranjang sedikit** → informasi di halaman belum meyakinkan: deskripsi kurang, ulasan buruk, harga atau ongkir tidak sesuai.
- **Keranjang banyak, pembayaran sedikit** → hambatan pembayaran: ongkos kirim kejutan, metode bayar terbatas, waktu kirim terlalu lama.

Dengan cara ini, perbaikan dipilih berdasarkan **tahap yang paling bocor**, bukan berdasarkan perasaan.

5. Konten media sosial

Di media sosial, usaha memasarkan lewat **konten**: foto, video pendek, cerita, atau siaran langsung. Konten yang baik tidak hanya "dilihat dan disukai". Ia mengantar orang sampai membeli. Gambar 2.8 menunjukkan tiruan unggahan dengan unsur-unsurnya.



Gambar 2.8 Unggahan rekaan dengan unsur visual, teks manfaat, bukti, harga, cara pesan, dan ajakan bertindak. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Unsur unggahan yang baik:

1. **Visual menarik dan jelas** (foto terang, video singkat).
2. **Teks yang menyebut manfaat**: bukan hanya "enak", tetapi apa yang dirasakan pembeli.
3. **Bukti**: ulasan pelanggan, foto hasil, atau angka yang benar.
4. **Informasi pembelian**: **harga, cara memesan, nomor atau tautan pemesanan, dan wilayah kirim**.
5. **Ajakan bertindak** (*call to action*), misalnya "pesan sebelum pukul 15.00 untuk diantar sore ini".
6. **Waktu unggah** pada jam pembeli aktif.

Untuk **siaran langsung**, tiga hal menentukan: **menjawab pertanyaan penonton** (bahan, ukuran, warna asli) sambil memperlihatkan barangnya, **menyebutkan cara membeli** berulang kali, dan **menyediakan tautan produk** yang mudah dibuka. Penonton yang bertanya tetapi tidak dijawab akan pergi, berapa pun diskonnya.

6. Membaca angka: suka bukan pesanan

Media sosial dan marketplace menyediakan banyak angka. Tidak semua berarti sama.

Angka	Arti	Catatan
Tayangan/jangkauan	berapa orang melihat	belum berarti tertarik
Suka, komentar, bagikan (interaksi)	konten menarik perhatian	**belum berarti membeli**
Klik	tertarik membuka halaman atau tautan	langkah menuju pembelian
Pesanan	pembelian terjadi	angka yang paling penting
Konversi	persen yang berlanjut	menunjukkan efektivitas
Rating dan ulasan	kepuasan pembeli	memengaruhi pembeli baru
Rasio retur	persen barang dikembalikan	tinggi bila informasi atau mutu tidak sesuai

Sebuah unggahan bisa dibanjiri suka tetapi hanya menghasilkan satu pesanan, karena orang menyukai fotonya tanpa tahu harga atau cara membeli. Tujuan penjualan menuntut perbaikan pada **jalan menuju pembelian**, bukan sekadar menaikkan jumlah suka.

7. Memilih saluran dan perbaikan

Tidak ada saluran yang paling baik untuk semua usaha. Pertimbangkan lima hal:

1. **Produk.** Tahan lama atau mudah rusak? Perlu dicoba? Harga tinggi atau rendah? Buah dan makanan basah memerlukan pengiriman cepat atau pembeli sekitar. Kerajinan tahan lama cocok dikirim jauh.
2. **Pembeli.** Di platform mana mereka aktif?

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. **Anggaran dan tenaga.** Siapa yang membalas pesan dan mengemas pesanan?
4. **Kesiapan stok dan pengiriman.**
5. **Tujuan:** memperkenalkan produk, menambah pesanan, atau mempertahankan pelanggan.

Untuk memilih **perbaikan**, gunakan tiga tahap: temukan penyebab dari data atau gambar, pilih perbaikan yang menyentuh penyebab itu, lalu pilih yang paling murah dan cepat. Contoh: bila ulasan mengeluh ukuran, perbaikan termurah adalah menambahkan keterangan ukuran, bukan menurunkan harga, menambah varian warna, atau mengganti kurir.

8. Etika dan keamanan

Pemasaran modern berjalan di ruang terbuka, sehingga etika penting:

- **Jujur pada foto dan deskripsi.** Menampilkan barang yang berbeda dari kenyataan melanggar hak pembeli untuk mendapatkan informasi yang benar.
- **Ulasan asli.** Membuat ulasan palsu atau menyuruh orang menulis ulasan bintang lima tanpa membeli menipu pembeli.
- **Melindungi data pembeli.** Nama, alamat, dan nomor telepon tidak boleh disebarkan.
- **Memberikan hak retur** sesuai aturan platform dan hukum perlindungan konsumen.
- **Tidak berjanji berlebihan.** Klaim seperti "paling murah se-kota" atau "pasti sembuh" bisa menyesatkan.
- **Waspada penipuan.** Jangan membagikan kode verifikasi, dan gunakan pembayaran yang tercatat.

9. Melayani pesanan di saluran digital

Pesanan yang masuk baru separuh pekerjaan. Pembeli daring menilai usaha dari seberapa rapi pesanannya dilayani. Urutan kerja yang baik:

1. **Balas pesan cepat dan ramah.** Siapkan balasan baku untuk pertanyaan yang selalu sama (harga, ukuran, ongkir, jam kirim), lalu sesuaikan sapaannya. Tetapkan siapa yang membalas dan pada jam berapa.
2. **Konfirmasi pesanan** dengan rincian: nama barang, jumlah, harga, ongkir, alamat, dan batas waktu pembayaran.
3. **Cek stok sebelum menerima pembayaran,** agar tidak ada pesanan yang dibatalkan.
4. **Kemas dengan aman.** Barang mudah pecah atau mudah rusak memerlukan lapisan pelindung. Kemasan yang buruk melahirkan ulasan buruk.
5. **Kirim tepat waktu dan beri nomor resi** supaya pembeli dapat melacak sendiri.
6. **Tindak lanjuti:** tanyakan apakah barang diterima baik, minta ulasan secara sopan (tanpa memaksa atau menawarkan imbalan untuk ulasan bintang lima), dan tangani keluhan dengan cepat.

Layanan seperti ini yang membuat pembeli baru menjadi pelanggan tetap. Satu keluhan yang ditangani dengan baik sering menghasilkan ulasan yang justru meyakinkan calon pembeli lain.

10. Iklan berbayar dalam gambaran singkat

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Selain unggahan gratis, platform menyediakan **iklan berbayar**. Pemilik memilih sasaran (usia, wilayah, minat), anggaran per hari, dan lama tayang. Iklan paling berguna bila halaman atau profil tujuan sudah rapi. Prinsipnya:

- **Rapikan dulu, baru beriklan.** Iklan yang mengantar pembeli ke halaman tanpa harga atau cara pesan membuang uang.
- **Pilih sasaran yang tepat.** Menjual makanan pesan antar tidak perlu memasang iklan ke kota lain.
- **Mulai dari anggaran kecil,** lihat hasilnya, lalu naikkan bila biaya per pesanan masih menguntungkan.
- **Hitung biaya per pesanan** (biaya iklan ÷ jumlah pesanan) dan bandingkan dengan laba per pesanan. Iklan senilai Rp200.000 yang menghasilkan 20 pesanan berarti Rp10.000 per pesanan. Bila laba satu pesanan Rp25.000, iklan itu masih menguntungkan.

11. Membandingkan biaya antarsaluran

Memilih saluran juga menyangkut biaya. Marketplace biasanya memotong **biaya layanan** dari setiap penjualan. Bila produk berharga Rp50.000 dan biaya layanan 5 %, penjual membayar Rp2.500 per penjualan. Toko online sendiri tidak membayar potongan itu, tetapi harus menanggung biaya pembuatan dan perawatan situs serta menarik pembeli sendiri. Media sosial hampir tanpa biaya tetap, tetapi memerlukan waktu untuk membuat konten dan membalas pesan. Karena itu, saluran yang "gratis" belum tentu murah bila dihitung dengan waktu pemilik. Bandingkan **laba bersih per pesanan** di tiap saluran setelah biaya layanan, iklan, dan kemasan, bukan hanya harga jualnya.

Catatan tambahan: keamanan transaksi digital

Saluran digital menuntut kewaspadaan terhadap penipuan. Penjual dan pembeli sebaiknya hanya memakai **pembayaran yang tercatat di platform atau lewat rekening usaha yang jelas**, tidak membagikan **kode verifikasi** yang dikirim ke ponsel kepada siapa pun, tidak mengklik tautan dari pengirim yang tidak dikenal, dan menyimpan bukti transaksi. Penjual yang menerima pesanan besar dari pembeli baru sebaiknya memastikan pembayaran masuk sebelum mengirim. Kewaspadaan ini melindungi usaha dan menjaga kepercayaan pembeli.

12. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Pemasaran modern: digital sebagai saluran utama, berbasis data, interaktif.
- Tiga saluran: toko online sendiri, marketplace, media sosial; sering digabung.
- Pembeli tidak dapat menyentuh barang; **foto, deskripsi, ulasan, dan balasan cepat** menggantikannya.
- Corong: tayangan → klik → keranjang → bayar. Tahap yang paling bocor menunjukkan masalah.
- Suka bukan pesanan: perbaiki jalan menuju pembelian (harga, cara pesan, informasi).
- Pilih perbaikan yang **menyentuh penyebab, paling murah, dan jujur**.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 2.9 di akhir bagian ini.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Menghitung konversi dan mendiagnosis corong

Sebuah toko tas online rekaan mencatat dalam seminggu: tayangan 20.000, klik 800, memasukkan ke keranjang 160, dan membayar 64. Hitung persen tiap tahap dan tentukan tahap yang paling lemah.

Langkah.

1. Tayangan → klik: 800 ÷ 20.000 × 100 % = **4 %**.
2. Klik → keranjang: 160 ÷ 800 × 100 % = **20 %**.
3. Keranjang → bayar: 64 ÷ 160 × 100 % = **40 %**.
4. Konversi dari klik ke pesanan: 64 ÷ 800 × 100 % = **8 %**.
5. Penurunan paling besar terjadi pada tahap klik → keranjang (hanya 20 % yang lanjut). Artinya setelah membuka halaman, banyak orang belum yakin.
6. Perbaikan yang menyentuh tahap itu: lengkapi deskripsi, tambah foto, tampilkan ulasan, periksa harga dan ongkir.

Jawaban: tahap yang paling lemah adalah klik ke keranjang. Meningkatkan tayangan lewat iklan tidak menolong, karena masalahnya ada di dalam halaman.

Contoh 2 — Memilih saluran

Dua usaha rekaan menimbang saluran. **Usaha A** menjual buah potong segar yang rusak dalam sehari. **Usaha B** menjual tas anyaman yang tahan lama. Keduanya bermodal kecil dan dikelola satu orang. Pilih saluran utama yang paling sesuai untuk masing-masing.

Langkah.

1. Usaha A: produk mudah rusak, pengiriman jauh tidak mungkin. Pembelinya warga sekitar. Saluran yang cocok: **media sosial dan pesan pribadi** dengan pesan antar lokal.
2. Usaha B: produk tahan lama dan bisa dikirim jauh. Pembeli tersebar. Saluran yang cocok: **marketplace** untuk transaksi yang aman, ditambah media sosial untuk memperlihatkan proses pembuatan.
3. Periksa kemampuan: satu orang tidak sanggup mengelola terlalu banyak platform. Mulai dari satu atau dua saluran.

Jawaban: A memakai media sosial dan pesan antar lokal; B memakai marketplace dan media sosial pendukung.

Contoh 3 — Suka bukan pesanan

Sebuah kedai rekaan menguji tiga jenis konten selama seminggu.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Konten	Jangkauan	Suka	Klik	Pesanan
A (foto)	5.000	400	100	3
B (video pendek)	3.000	150	150	12
C (cerita)	1.000	30	60	6

Tujuannya menambah pesanan. Konten mana yang diperbanyak?

Langkah.

1. Konten A paling banyak mendapat suka (400), tetapi hanya 3 pesanan. Suka bukan tujuan.
2. Pesanan terbanyak: B (12), diikuti C (6).
3. Pesanan per klik: A 3 ÷ 100 = 3 %; B 12 ÷ 150 = 8 %; C 6 ÷ 60 = 10 %.
4. Untuk menambah **jumlah** pesanan, B menghasilkan paling banyak. C paling efisien per klik, tetapi jangkauannya kecil sehingga perlu diperluas lebih dulu.

Jawaban: perbanyak konten B, dan uji memperluas jangkauan C. Jangan memperbanyak A hanya karena disukai.

❖ PETA KONSEP



Gambar 2.9 Peta konsep pemasaran modern: e-commerce, marketplace, dan media sosial. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal perbaikan pemasaran digital:

1. **Baca semua tulisan pada gambar** (judul, deskripsi, harga, rating, ulasan, keterangan unggahan) sebelum membaca pilihan.
2. **Temukan penyebab nyata:** informasi yang kurang, keluhan berulang, atau tahap corong yang paling lemah.
3. **Cocokkan dengan batasan** di soal: "SATU perbaikan", "biaya sekecil mungkin", "modal kecil", "dikelola dua orang".
4. **Pilih perbaikan yang menyentuh penyebab** dan paling murah. Coret yang hanya tampak menarik.
5. **Pada soal saluran,** pertimbangkan sifat produk, pembeli, anggaran, dan tenaga.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Menurunkan harga** padahal keluhan tentang informasi atau ukuran.
- **Menambah varian, siaran, atau tamu terkenal** yang tidak menjawab keluhan.
- **Menaikkan jumlah unggahan** dengan konten yang sama.
- **Kata menarik tanpa isi:** "paling enak" tanpa harga atau cara pesan.
- **Suka dijadikan bukti keberhasilan** padahal pesanan sedikit.
- **Foto lebih bagus sebagai jawaban semua masalah,** padahal masalahnya informasi teks.
- **Mengabaikan etika:** membuat ulasan palsu atau menghapus keluhan.

> Contoh salah tafsir: sebuah toko sepatu online mendapat banyak ulasan "ukuran lebih kecil dari biasanya". Pemilik memutuskan memasang iklan berbayar agar tayangan naik. Tayangan memang naik, tetapi pengembalian barang naik juga, karena penyebabnya tidak disentuh. Perbaikan yang tepat adalah menuliskan panjang telapak untuk tiap nomor sepatu di deskripsi.

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut memuat tampilan halaman produk sebuah toko kaos dengan rating menurun dan banyak barang dikembalikan. Ia membatasi: satu perbaikan, minggu ini, dikerjakan dua orang. Baca tampilan halaman dengan teliti dan cari informasi yang hilang, lalu cocokkan dengan keluhan pembeli.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Sinta PKL di sebuah toko kaos yang berjualan di marketplace (2027). Dalam tiga bulan terakhir rating produk turun dan banyak barang dikembalikan pembeli. Toko itu hanya dikelola dua orang sehingga perbaikan dikerjakan bertahap. Pemilik toko meminta Sinta mengusulkan SATU perbaikan halaman produk minggu ini berdasarkan tampilan halaman pada gambar.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan yang paling tepat diusulkan Sinta adalah ....



A. Menurunkan harga menjadi Rp39.000 agar pembeli baru menutupi ulasan buruk
B. Mengganti foto produk dengan foto model agar tampilan halaman lebih menarik
C. Menambah varian warna baru agar pilihan pembeli menjadi lebih beragam
D. Menambahkan tabel ukuran panjang dan lebar badan pada deskripsi produk
E. Menambah layanan kurir ekspres agar barang lebih cepat diterima pembeli

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Pembahasan **Kunci: D**

Konsep: Ulasan pembeli adalah data untuk memperbaiki toko daring. Pembeli daring tidak dapat mencoba barang, sehingga informasi yang menentukan kecocokan (seperti ukuran) harus tercantum lengkap di halaman produk.

Langkah:

1. Ulasan bintang rendah di gambar mengeluhkan ukuran: L kekecilan, XL seperti L, sempit, tidak ada tabel ukuran.
2. Deskripsi produk hanya menyebut bahan dan warna, tanpa ukuran badan.
3. Perbaikan yang menjawab penyebab pengembalian: menambahkan tabel ukuran.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Harga lebih murah tidak mencegah pembeli salah memilih ukuran, sehingga pengembalian tetap terjadi.
- **B.** ✗ Foto model memperindah tampilan, tetapi pembeli tetap tidak tahu ukuran badannya.
- **C.** ✗ Tidak ada ulasan yang mengeluhkan pilihan warna; ulasan justru menyebut warna sesuai foto.
- **D.** ✓ Keluhan utama di ulasan adalah ukuran, dan deskripsi di gambar belum memuat tabel ukuran.
- **E.** ✗ Jebakan: pengiriman memang penting, tetapi ulasan di gambar justru memuji pengiriman yang cepat.

Jawaban: D.

✎ LATIHAN

Tuliskan dulu penyebab yang kamu temukan dari teks soal dan gambar. Baru pilih perbaikan yang menyentuh penyebab itu.

1. Toko batik Larasati melakukan siaran langsung belanja di media sosial setiap malam sejak Maret 2027. Rata-rata siaran ditonton 800 orang, dan kolom komentar ramai dengan pertanyaan seperti "bahannya apa?", "lingkar dadanya berapa?", dan "warna aslinya seperti apa?". Host hanya menyebut harga dan berulang kali berkata "checkout sekarang". Rata-rata pesanan hanya lima per siaran.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan yang paling tepat adalah ....

A. Menambah jadwal siaran menjadi tiga kali sehari dengan cara penyajian yang sama
B. Memberi potongan harga khusus selama siaran agar penonton segera membeli
C. Mengundang pesohor lokal sebagai tamu siaran agar penonton makin banyak
D. Menyematkan tautan produk dan mengulang ajakan checkout lebih sering
E. Menjawab komentar penonton sambil menunjukkan bahan, ukuran, dan warna aslinya

2. Bunda Ina menjual bolu kukus dan berpromosi lewat media sosial (2027). Unggahannya banyak disukai, tetapi pesanan yang masuk sedikit. Pesanan yang masuk lewat pesan pribadi pun hanya beberapa setiap minggu. Ia meminta Rizki, siswa PKL, menyarankan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

SATU perbaikan untuk unggahan berikutnya berdasarkan tampilan unggahan pada gambar. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Saran yang paling tepat adalah ....



A. Mengganti foto dengan video agar jumlah suka pada unggahan bertambah
B. Mengunggah lebih sering, misalnya tiga kali sehari dengan foto yang sama
C. Mencantumkan harga, cara pesan, nomor WhatsApp, dan wilayah kirim
D. Mengadakan undian berhadiah bagi pengikut yang membagikan unggahan
E. Memakai kata yang lebih menarik seperti "paling enak se-Bandung"

Kunci singkat: 1. E 2. C

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa suka dan pesanan harus dipisahkan dalam membaca angka media sosial?
- Bagaimana corong penjualan membantu menemukan letak masalah?
- **Yang harus kuingat:** informasi menggantikan sentuhan; temukan penyebab; pilih perbaikan yang menyentuh penyebab, murah, dan jujur.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 2.2: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.
next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-2.2

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 2.3 · Profesi dan perencanaan karier bidang pemasaran

SMKPEM-2.3

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **memahami berbagai profesi bidang pemasaran dan peluang usaha, serta menyusun langkah karier sesuai minat dan kompetensi**, dengan konteks **ritel atau UMKM**. Pada soal, kemampuan ini muncul dalam dua bentuk. Pertama, **mengenali profesi** dari uraian kegiatan harian seorang tokoh (soal mudah). Kedua, **menilai atau menyusun rencana karier** seorang siswa berdasarkan minat, nilai PKL, dan kondisinya (soal sedang, sering berbentuk memilih beberapa pernyataan).

Jebakan khas sub bab ini adalah **profesi yang mirip**: tenaga penjual, merchandiser, tenaga promosi, dan admin toko daring semuanya berkaitan dengan penjualan, tetapi tugas utamanya berbeda. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menyebutkan profesi bidang pemasaran di ritel dan UMKM beserta tugas utama yang membedakannya;
- menjelaskan jenjang karier di ritel dan jalur lain setelah lulus SMK;
- menilai kecocokan antara minat, kompetensi, dan profesi;
- menyusun rencana karier yang realistis, bertahap, dan memuat langkah nyata.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

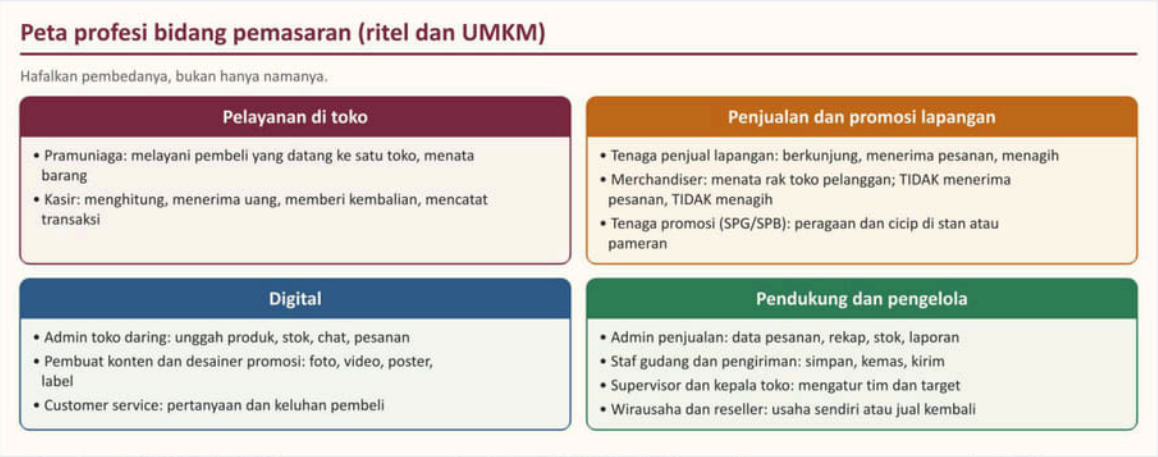
1. Bidang kerja pemasaran

Setiap usaha yang menjual sesuatu memerlukan orang-orang yang mengurus pembeli, produk, dan informasi. Itulah bidang kerja pemasaran. Lulusan SMK program keahlian Pemasaran dapat bekerja di toko dan swalayan, distributor dan agen, perusahaan produk kemasan, dealer, toko daring, atau membuka usaha sendiri. Kisi-kisi membatasi pembahasan pada **konteks ritel dan UMKM**: toko yang menjual langsung kepada pembeli, serta usaha kecil dan menengah dengan sedikit karyawan.

Pada usaha kecil, satu orang sering merangkap beberapa tugas. Pada usaha besar, tugas dibagi lebih terperinci sehingga muncul profesi yang spesifik. Karena itu, kamu perlu mengenali **tugas utama** tiap profesi, bukan hanya namanya.

2. Peta profesi bidang pemasaran

Gambar 2.10 mengelompokkan profesi yang paling sering muncul. Pelajari kegiatan utama dan **pembeda**-nya, yaitu hal yang membuat satu profesi berbeda dari profesi yang mirip.



Gambar 2.10 Profesi bidang pemasaran ritel dan UMKM dikelompokkan menurut tempat kerja dan tugas utamanya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Kelompok pelayanan di toko

- **Pramuniaga (penjual di toko):** menyambut pembeli, menjawab pertanyaan, menunjukkan produk, menata barang di toko, dan mengarahkan pembeli ke kasir. Pembeda: bekerja **di dalam satu toko** dan berhadapan langsung dengan pembeli yang datang.
- **Kasir:** menghitung belanjaan, menerima pembayaran, memberi kembalian, dan mencatat transaksi. Pembeda: berurusan dengan **uang dan struk**.

Kelompok penjualan dan promosi lapangan

- **Tenaga penjual lapangan (*sales canvasser*, salesman):** mengunjungi toko, kafe, atau pelanggan secara rutin untuk **menawarkan produk, menerima pesanan, dan menagih pembayaran**. Pembeda: **menerima pesanan dan menagih**.
- **Merchandiser:** mengunjungi toko pelanggan untuk **memeriksa stok di rak, menata**

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

produk sesuai denah rak (label menghadap ke depan), memasang materi promosi, dan melaporkan rak yang kosong. Pembeda: **tidak menerima pesanan dan tidak menagih**; tugasnya menjaga tampilan produk perusahaan di rak toko lain.

- **Tenaga promosi (SPG/SPB, promotor):** berpromosi di stan, pameran, atau pusat belanja dengan memperagakan, mengajak mencicipi, dan menawarkan produk kepada pengunjung. Pembeda: bekerja di **tempat keramaian sementara** untuk memperkenalkan produk.

Kelompok digital

- **Admin toko daring (marketplace):** mengunggah produk, memperbarui stok dan harga, mengelola pesanan, dan membalas chat. Pembeda: seluruh pekerjaannya di **platform daring**.
- **Pembuat konten dan desainer promosi:** membuat foto, video, poster, dan label kemasan serta menata pajangan. Pembeda: **merancang tampilan** produk dan promosi.
- ***Customer service* (layanan pelanggan):** menjawab pertanyaan, menangani keluhan, memproses penukaran barang, dan mencatat keluhan berulang untuk dilaporkan. Pembeda: berfokus pada **keluhan dan kepuasan** pembeli yang sudah membeli.

Kelompok pendukung dan pengelola

- **Admin penjualan:** mencatat pesanan, merekap penjualan, mencocokkan stok, dan menyusun laporan. Pembeda: bekerja dengan **data dan dokumen**, jarang berhadapan dengan pembeli.
- **Staf gudang dan pengiriman:** menyimpan, mengemas, dan mengirim barang.
- **Supervisor dan kepala toko:** mengatur jadwal, membagi tugas, menjaga target, dan melaporkan hasil kepada pemilik. Pembeda: **mengelola orang dan target**.
- **Wirausaha dan reseller:** pemilik usaha sendiri atau penjual yang menjual kembali produk pihak lain.

Cara membedakan profesi mirip: tanyakan **apa yang dikerjakan setiap hari** dan **apa yang tidak dikerjakan**. Dimas yang memeriksa rak, menata produk, dan memasang materi promosi tetapi tidak menerima pesanan jelas bukan tenaga penjual lapangan. Sari yang seharian membalas keluhan lewat chat bukan admin produk yang mengunggah katalog.

3. Jenjang karier di ritel

Pekerjaan di ritel memiliki tangga yang jelas. Gambar 2.11 menunjukkan jalur yang umum. Setiap anak tangga menambah tanggung jawab dan menuntut kompetensi baru.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan



Gambar 2.11 Jenjang karier ritel dan kompetensi yang ditambahkan di setiap tingkat. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Pramuniaga atau staf penjualan.** Menguasai produk, melayani pembeli, dan merapikan toko.
2. **Pramuniaga senior atau staf andalan.** Konsisten mencapai target, melatih rekan baru.
3. **Supervisor.** Mengatur jadwal dan tugas, memeriksa stok, memantau target harian.
4. **Asisten kepala toko dan kepala toko.** Bertanggung jawab atas seluruh toko: penjualan, stok, anggaran, tim, dan laporan.
5. **Manajer area atau pengelola beberapa toko.** Mengelola banyak toko dan strategi wilayah.

Setelah beberapa tahun, sebagian orang memilih jalur lain, yaitu **spesialis** (misalnya pemasaran digital atau pembelian barang) atau **wirausaha** yang membuka usaha sendiri dengan pengalaman yang sudah dikumpulkan.

4. Mengenal diri: minat, kekuatan, dan kondisi

Rencana karier yang baik berangkat dari pengenalan diri. Ada lima hal yang perlu ditimbang:

- **Minat**: kegiatan yang membuatmu bersemangat.
- **Kekuatan atau bakat**: hal yang mudah kamu lakukan dengan baik.
- **Kompetensi**: pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang sudah terbukti, misalnya lewat nilai PKL, portofolio, dan sertifikat.
- **Nilai**: hal yang kamu anggap penting, misalnya penghasilan tetap, kebebasan, atau dekat keluarga.
- **Kondisi**: modal, dukungan keluarga, tempat tinggal, dan waktu.

Tabel pada Gambar 2.12 mencocokkan kecenderungan pribadi dengan profesi yang masuk akal. Tabel ini hanya petunjuk, bukan ramalan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Mencocokkan kecenderungan pribadi dengan profesi

Hanya petunjuk. Kekuatan dipakai, kelemahan dilatih.

Kecenderungan	Profesi yang masuk akal	Yang perlu dilatih
Senang berbicara dengan orang baru dan mempresentasikan produk	pramuniaga, tenaga penjual lapangan, tenaga promosi	pencatatan stok dan laporan
Teliti, senang mengolah angka dan data	admin penjualan, kasir, admin toko daring	keberanian berbicara di depan umum
Sabar mendengarkan keluhan dan menenangkan orang	customer service	pengetahuan produk dan prosedur penggantian
Senang memotret, membuat video, dan merancang tampilan	pembuat konten, desainer promosi, penata pajangan	menulis keterangan produk yang jujur
Rapi dan senang menata, suka berkeliling	merchandiser	membaca denah rak dan melaporkan secara tertib
Suka mengatur orang dan mengejar target	supervisor, kepala toko	menghitung penjualan dan anggaran

Gambar 2.12 Contoh pencocokan kecenderungan pribadi dengan profesi pemasaran. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

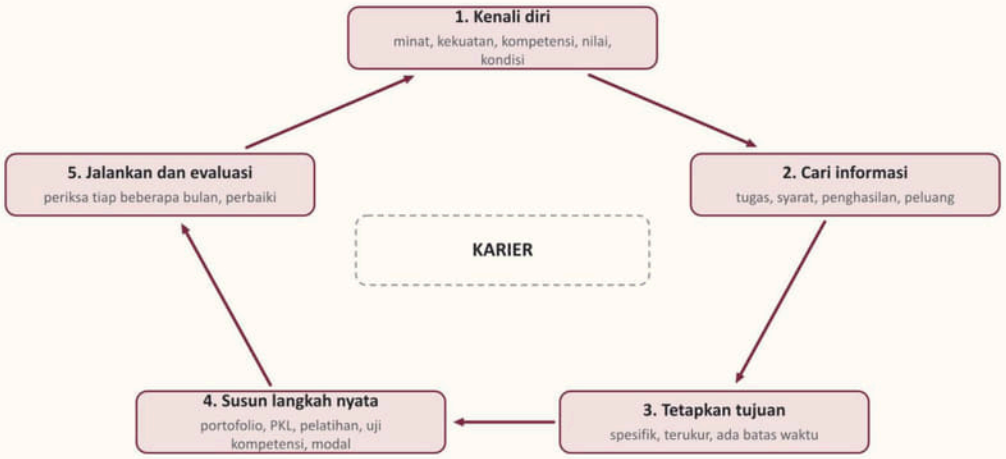
Perhatikan bahwa **kelemahan bukan alasan menyerah**. Siswa yang nilai administrasi stoknya hanya cukup tetap dapat menjadi staf penjualan yang baik, dan ia dapat memperbaiki kelemahannya lewat pelatihan. Namun ia akan kesulitan bila memilih pekerjaan yang hampir seluruhnya administrasi stok.

5. Menyusun rencana karier

Perencanaan karier adalah proses berulang yang digambarkan pada Gambar 2.13.

Siklus perencanaan karier

Diulang setiap kali keadaan berubah.



Gambar 2.13 Lima langkah perencanaan karier yang diulang setiap kali keadaan berubah. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Kenali diri**: minat, kekuatan, kompetensi, nilai, kondisi.
2. **Cari informasi tentang pekerjaan**: tugas, syarat, penghasilan, dan peluang. Sumbernya antara lain guru, alumni, tempat PKL, bursa kerja, dan lowongan.
3. **Tetapkan tujuan** dalam tiga rentang waktu: jangka pendek (satu tahun setelah lulus), menengah (tiga sampai lima tahun), dan panjang. Tujuan yang baik **spesifik, terukur, dan punya batas waktu**, misalnya "menjadi supervisor dalam lima tahun", bukan "ingin

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

sukses".

4. **Susun langkah nyata**: portofolio, pengalaman kerja, pelatihan, uji kompetensi oleh lembaga sertifikasi profesi yang berlisensi, dan tabungan atau modal.
5. **Jalankan dan evaluasi**: periksa capaian setiap beberapa bulan, lalu perbaiki rencana.

Ciri rencana karier yang baik:

- **sesuai** minat dan kompetensi;
- **realistis** terhadap modal, waktu, dan penghasilan yang dibutuhkan;
- **bertahap**, dengan target antara;
- **memuat langkah nyata** dan cara menutup kelemahan;
- **mempertimbangkan kondisi pribadi**, misalnya dukungan keluarga dan kebutuhan penghasilan.

Ciri rencana yang lemah: terlalu muluk (langsung meminjam modal besar untuk usaha yang belum pernah dihitung labanya), tidak sesuai dengan kompetensi, atau hanya berisi keinginan tanpa langkah.

6. Pilihan sesudah lulus

Lulusan SMK memiliki tiga jalan utama, dan ketiganya boleh digabung:

- **Bekerja.** Cocok bagi yang butuh penghasilan segera dan ingin mengumpulkan pengalaman. Persiapan: surat lamaran, daftar riwayat hidup, portofolio, dan latihan wawancara.
- **Berwirausaha.** Cocok bagi yang punya ide dan keberanian, dengan modal dan perhitungan yang matang (dibahas di sub bab 2.4).
- **Melanjutkan belajar.** Cocok bagi yang ingin memperdalam kompetensi.

Pilihan **campuran** sering paling aman: bekerja paruh waktu di toko sambil memulai usaha kecil, sehingga penghasilan tetap ada dan pengalaman bertambah. Rencana ini cocok bagi orang yang modalnya terbatas dan masih membutuhkan penghasilan.

7. Persiapan yang membuat rencana berjalan

Rencana tanpa persiapan hanya angan-angan. Beberapa hal yang dapat dikerjakan sejak kelas XII:

- **Portofolio**: kumpulan hasil kerja, misalnya foto produk, poster, video promosi, atau laporan penjualan unit produksi sekolah.
- **Nilai dan catatan PKL**: tempat membuktikan kompetensi nyata.
- **Uji kompetensi**: sertifikat dari lembaga sertifikasi profesi menunjukkan kamu menguasai standar kerja tertentu.
- **Kebiasaan kerja**: disiplin, jujur, dan mau belajar (dibahas di Bab 3).
- **Jaringan**: guru, alumni, dan pembimbing PKL yang dapat memberi informasi lowongan.

8. Membaca lowongan kerja

Lowongan kerja adalah sumber informasi pekerjaan yang paling nyata. Bacalah dengan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

urutan berikut:

1. **Nama posisi dan tempat kerja.** Apakah posisinya sesuai dengan profesi yang kamu tuju?
2. **Uraian tugas.** Kegiatan harian apa yang diminta? Cocokkan dengan peta profesi: bila tugasnya menerima pesanan dan menagih, itu penjualan lapangan; bila hanya menata rak, itu merchandiser.
3. **Syarat.** Pendidikan, pengalaman, keterampilan, dan syarat lain seperti kemampuan menggunakan aplikasi atau memiliki kendaraan.
4. **Jadwal, lokasi, dan imbalan.** Jam kerja, hari libur, jarak tempat kerja, gaji, tunjangan, dan peluang naik jabatan.
5. **Cara melamar.** Surat lamaran, daftar riwayat hidup, portofolio, dan batas waktu.

Lowongan yang tidak menyebut tugas dengan jelas atau meminta pelamar membayar uang di muka patut dicurigai. Tanyakan kepada guru atau pembimbing PKL sebelum mengirim data pribadi.

Saat wawancara, tunjukkan tiga hal: pengetahuan tentang tempat kerja itu, contoh nyata pengalaman (PKL, unit produksi), dan sikap yang baik (tepat waktu, rapi, sopan, jujur). Jawaban jujur tentang kelemahan yang sedang kamu perbaiki lebih dihargai daripada mengaku tidak punya kelemahan.

9. Kesalahan umum dalam rencana karier

- **Memilih pekerjaan hanya karena banyak lowongan,** tanpa memedulikan minat dan kompetensi.
- **Menunggu tanpa berbuat:** tidak mengumpulkan portofolio atau tidak mengikuti pelatihan.
- **Terlalu muluk:** langsung ingin menjadi pemilik atau manajer tanpa langkah antara.
- **Mengabaikan kondisi pribadi:** tidak menghitung penghasilan yang dibutuhkan.
- **Menutup mata terhadap kelemahan:** tidak menyiapkan cara memperbaikinya.

10. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Profesi dibedakan dari **tugas utama** dan **pembedanya**: penjual lapangan (pesanan dan tagihan), merchandiser (penataan rak), tenaga promosi (stan dan pameran), admin toko daring (platform daring), *customer service* (keluhan), admin penjualan (data dan laporan).
- Jenjang ritel: pramuniaga → senior → supervisor → kepala toko → manajer area; ada pula jalur spesialis dan wirausaha.
- Rencana karier: kenali diri → cari informasi → tetapkan tujuan → susun langkah nyata → jalankan dan evaluasi.
- Rencana yang baik sesuai, realistis, bertahap, dan memuat langkah nyata.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 2.14 di akhir bagian ini.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▣ CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Mencocokkan kegiatan dengan profesi

Tentukan profesi dari kegiatan tiap tokoh rekaan berikut.

1. Gita setiap hari menghubungi pelanggan lama lewat telepon untuk menawarkan paket baru dan mencatat tanggapan mereka. Ia tidak berkeliling dan tidak melayani pembeli di toko.
2. Eko mengangkat, menata, dan memotret produk lalu membuat poster untuk toko. Ia merancang tampilan produk di etalase.
3. Wulan berdiri di stan pameran, memperagakan penggunaan blender, dan mengajak pengunjung mencoba.
4. Ardi mengunjungi 12 warung tiap hari, menerima pesanan snack, dan menagih pembayaran hari sebelumnya.
5. Mira mengunggah produk baru ke marketplace, memperbarui stok, dan membalas pertanyaan pembeli.

Langkah. Cari tugas utama dan pembedanya.

1. Menghubungi pelanggan lewat telepon untuk menawarkan produk → **tenaga penjual lewat telepon (telemarketer)**.
2. Merancang tampilan produk, foto, dan poster → **pembuat konten dan desainer promosi** (penataan etalase termasuk).
3. Berpromosi di stan pameran dengan peragaan → **tenaga promosi (SPG/SPB)**.
4. Mengunjungi warung, menerima pesanan, dan menagih → **tenaga penjual lapangan**.
5. Mengelola produk dan chat di marketplace → **admin toko daring**.

Pemeriksaan: pesanan dan tagihan membedakan tenaga penjual lapangan dari merchandiser. Pada nomor 4, Ardi menerima pesanan dan menagih, jadi ia bukan merchandiser.

Contoh 2 — Menyusun rencana karier bertahap

Salma, siswi kelas XII Pemasaran, mahir merancang poster dan menata tampilan produk, tetapi tidak berani menelepon orang yang belum dikenal. Nilai PKL-nya sangat baik pada bagian tampilan toko. Keluarganya membutuhkan tambahan penghasilan, dan ia ingin kelak kuliah di bidang desain komunikasi sambil bekerja. Susun rencana tiga tahap.

Langkah.

1. **Kenali:** minat dan kekuatan di desain tampilan; kelemahan di komunikasi lewat telepon; kondisi: perlu penghasilan, ingin kuliah; tujuan jauh: kuliah desain.
2. **Jangka pendek (tahun pertama):** melamar sebagai penata pajangan, pembuat konten, atau staf toko yang mengurus tampilan; menyusun portofolio poster dan foto; berlatih berkomunikasi lewat pesan tertulis sebelum belajar menelepon.
3. **Jangka menengah (tahun 2–3):** menabung untuk biaya kuliah, mencari beasiswa atau kelas malam, dan menambah keterampilan penyuntingan video.
4. **Jangka panjang:** kuliah bidang desain sambil bekerja paruh waktu di bidang yang sama.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

5. **Periksa:** rencana sesuai kekuatan, memberi penghasilan sejak awal, bertahap, memuat langkah nyata, dan menutup kelemahan secara bertahap.

Jawaban: rencana bertahap yang memanfaatkan kekuatan desain untuk bekerja dulu, menabung, lalu melanjutkan belajar.

Contoh 3 — Menilai rencana yang kurang tepat

Doni, lulusan SMK, merencanakan: "Bulan depan saya meminjam Rp50 juta untuk membuka toko besar. Saya belum pernah menghitung laba, tetapi toko besar pasti ramai." Apa kelemahan rencana itu dan bagaimana memperbaikinya?

Langkah.

1. **Tidak realistis:** modal besar tanpa perhitungan laba.
2. **Tidak bertahap:** langsung ke skala besar.
3. **Tidak menutup kelemahan:** tidak mempelajari pencatatan dan perhitungan.
4. **Perbaikan:** bekerja atau berjualan skala kecil lebih dulu, belajar menghitung harga jual dan laba, mengumpulkan pengalaman dan modal sendiri, baru memperbesar usaha.

Jawaban: rencana terlalu muluk dan tanpa langkah nyata; perbaikannya adalah memulai kecil dan bertahap.

❖ PETA KONSEP



Gambar 2.14 Peta konsep profesi dan perencanaan karier bidang pemasaran. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal profesi dan karier:

1. **Soal profesi:** garis bawahi apa yang **dikerjakan** dan apa yang **tidak dikerjakan** tokoh. Kalimat "tidak menerima pesanan dan tidak menagih" adalah petunjuk kunci.
2. **Soal rencana karier:** tulis minat, kekuatan, kelemahan, dan kondisi tokoh (modal, penghasilan, dukungan keluarga) sebelum membaca pilihan.
3. **Uji setiap pernyataan rencana** dengan empat pertanyaan: sesuai dengan minat dan kompetensi? realistis terhadap modal dan penghasilan? bertahap? memuat langkah nyata?
4. **Pada soal MCMA,** nilai tiap pernyataan satu per satu. Banyak jawaban benar saling melengkapi (bekerja dulu, portofolio, sertifikasi, target bertahap).
5. **Pada soal pilihan pekerjaan,** cocokkan dengan kegiatan yang disukai dan dikuasai tokoh, bukan dengan pekerjaan yang paling banyak lowongannya.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Profesi yang mirip.** Tenaga penjual lapangan, merchandiser, tenaga promosi, dan admin marketplace dibuat tampak sama.
- **Lowongan terbanyak jadi alasan.** "Melamar ke bagian itu karena paling sering membuka lowongan" tidak memperhitungkan kompetensi tokoh.
- **Rencana muluk:** pinjaman besar sebelum perhitungan laba.
- **Mengabaikan kondisi:** tokoh butuh penghasilan, tetapi pilihan menyuruh langsung membuka usaha tanpa penghasilan.
- **Menyuruh tokoh menghindari kelemahannya selamanya,** bukan memperbaikinya.
- **Rangkap tugas yang tidak masuk akal:** tenaga promosi di stan dianggap otomatis bisa menjadi admin toko daring.

> Contoh salah tafsir: seorang siswa menjawab bahwa Eka, yang setiap hari menata produk di rak minimarket dan melaporkan rak kosong, adalah "tenaga penjual lapangan" karena ia berkeliling ke toko. Eka berkeliling, tetapi ia tidak menawarkan produk, tidak menerima pesanan, dan tidak menagih. Itu pekerjaan merchandiser. Kata "berkeliling" saja tidak cukup menentukan profesi.

● BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menyebut kegiatan harian Dimas dan juga hal yang **tidak** dilakukannya. Gunakan kalimat penutup cerita sebagai pembeda profesi.

►. Dimas, lulusan SMK Pemasaran tahun 2026, bekerja pada distributor minuman kemasan. Setiap hari ia mengunjungi delapan minimarket untuk memeriksa stok produk di rak, menata produk agar labelnya menghadap ke depan sesuai denah rak, memasang materi promosi, dan melaporkan rak yang kosong ke kantor. Dimas tidak menerima pesanan dan tidak menagih pembayaran dari minimarket.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Profesi Dimas adalah ....

A. Sales canvasser yang menjual produk langsung
B. Merchandiser yang menata produk di toko
C. Pramuniaga yang melayani pembeli di toko
D. Admin marketplace yang mengelola toko daring
E. Sales promotion girl/boy di stan pameran

Pembahasan **Kunci: B**

Konsep: Merchandiser bertugas memastikan produk tersedia, tertata rapi sesuai denah rak (planogram), dan didukung materi promosi di toko. Sales canvasser berkeliling sambil membawa barang, menjual, dan menerima pembayaran.

Langkah:
1. Tugas Dimas: memeriksa stok, menata rak, memasang materi promosi, melaporkan rak kosong.
2. Dimas tidak menjual dan tidak menagih → bukan tenaga penjual.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Jebakan: canvasser juga berkeliling ke toko-toko, tetapi tugas utamanya menjual dan menerima pembayaran, yang tidak dilakukan Dimas.
• **B.** ✓ Seluruh tugas Dimas adalah tugas merchandiser.
• **C.** ✗ Pramuniaga adalah karyawan toko yang melayani pembeli, bukan karyawan distributor yang berkeliling.
• **D.** ✗ Admin marketplace mengurus toko daring, bukan rak di minimarket.
• **E.** ✗ SPG/SPB menawarkan produk langsung kepada pengunjung, misalnya di pameran.

Jawaban: B.

✎ LATIHAN

Untuk soal profesi, tuliskan tugas utama dan hal yang tidak dikerjakan tokoh. Untuk soal rencana, tulis minat, kelemahan, dan kondisi tokoh dulu.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

1. Nadia, siswi kelas XII Pemasaran (2027), mendapat nilai PKL sangat baik dalam melayani pelanggan dan mempresentasikan produk, tetapi nilai administrasi stoknya hanya cukup. Ia senang berbicara dengan orang baru dan suka membuat konten video produk. Setelah lulus ia ingin langsung bekerja sambil terus belajar, dan dalam lima tahun ingin menjadi kepala toko.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Rencana karier yang sesuai untuk Nadia adalah ....

(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Melamar posisi pramuniaga atau staf penjualan ritel yang banyak berhubungan dengan pelanggan.

☐ B. Mengikuti uji sertifikasi kompetensi bidang pemasaran untuk memperkuat lamaran kerjanya.

☐ C. Melamar di bagian administrasi stok gudang karena bagian itu paling sering membuka lowongan.

☐ D. Menyusun portofolio video promosi produk dari tugas sekolah dan kegiatan PKL-nya.

☐ E. Menetapkan target bertahap, misalnya menjadi supervisor dulu sebelum kepala toko.

2. CV Kopi Lereng akan mengembangkan pemasarannya pada 2027 dengan tiga kegiatan: membuka toko di marketplace, menitipkan kopi bubuk ke 50 kafe dan toko oleh-oleh yang dikunjungi rutin untuk menerima pesanan dan menagih pembayaran, serta membuka stan cicip kopi di pameran kuliner. Pemilik meminta staf personalia menyusun rencana perekrutan.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Pernyataan yang tepat tentang rencana perekrutan tersebut adalah ....

(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Toko di marketplace membutuhkan admin toko daring yang mengunggah produk, memperbarui stok, dan membalas chat.

☐ B. Bila kopi juga dipajang di rak toko oleh-oleh, tugas menata raknya termasuk tugas tenaga penjual lapangan.

☐ C. Kunjungan rutin ke kafe untuk menerima pesanan dan menagih pembayaran adalah tugas tenaga penjual lapangan.

☐ D. Stan pameran membutuhkan tenaga promosi (SPG/SPB) yang menawarkan cicip kopi kepada pengunjung.

☐ E. Tenaga promosi di stan pameran dapat sekaligus menjadi admin toko daring karena keduanya sama-sama berpromosi.

3. Fajar, siswa kelas XII Pemasaran (2027), teliti dan senang mengolah angka. Saat PKL di sebuah toko daring, ia paling menikmati tugas mencatat pesanan, merekap penjualan mingguan, dan mencocokkan stok. Ia merasa gugup bila harus berbicara di depan banyak orang atau menawarkan barang kepada orang yang belum dikenalnya. Ia tetap ingin

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

bekerja di bidang pemasaran.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pilihan pekerjaan yang paling sesuai untuk Fajar adalah ....

A. Tenaga promosi di stan pameran yang menawarkan produk kepada pengunjung
B. Staf administrasi penjualan yang mengelola data pesanan dan laporan
C. Tenaga penjual lapangan yang mengunjungi toko untuk menawarkan produk
D. Host siaran langsung belanja daring yang memperagakan produk setiap malam
E. Telemarketer yang menelepon calon pelanggan untuk menawarkan produk baru

4. Bima, siswa kelas XII Pemasaran (2027), ingin membuka toko daring pakaian bekas layak pakai setelah lulus. Selama PKL di toko pakaian ia pandai memotret produk dan menulis keterangan yang menarik, tetapi belum pernah menghitung laba usaha. Modalnya Rp3 juta dari tabungan, dan orang tuanya mendukung asalkan ia tetap memiliki penghasilan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Rencana karier yang tepat untuk Bima adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Bekerja paruh waktu di toko ritel sambil memulai toko daring dalam skala kecil.
☐ B. Langsung meminjam modal besar agar toko daringnya dapat menyetok ribuan pakaian.
☐ C. Mengikuti pelatihan pencatatan keuangan dan menghitung harga jual sederhana.
☐ D. Memanfaatkan keahlian memotret dan menulis keterangan produk untuk tokonya.
☐ E. Menetapkan target bertahap, misalnya modal kembali dalam enam bulan pertama.

5. Sari, lulusan SMK Pemasaran tahun 2026, bekerja di sebuah toko perlengkapan rumah tangga yang berjualan daring. Setiap hari ia menjawab pertanyaan dan keluhan pembeli lewat chat, memproses permintaan penukaran barang yang rusak, menenangkan pembeli yang kecewa, dan mencatat keluhan yang sering muncul untuk dilaporkan kepada pemilik.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Profesi Sari adalah ....

A. Customer service yang menangani pembeli
B. Staf gudang yang mengemas setiap pesanan
C. Admin produk yang mengunggah katalog toko
D. Tenaga penjual lapangan di toko-toko
E. Kasir yang menerima pembayaran tunai

Kunci singkat: 1. A, B, D, E 2. A, C, D 3. B 4. A, C, D, E 5. A

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

✔ PERIKSA DIRI

- Apa yang membedakan merchandiser dari tenaga penjual lapangan?
- Sebutkan empat ciri rencana karier yang baik.
- **Yang harus kuingat:** profesi dikenali dari tugas utama dan pembedanya; rencana karier yang baik sesuai, realistis, bertahap, dan memuat langkah nyata.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 2.3: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-2.3

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 2.4 · Peluang usaha berdasarkan kebutuhan pasar

SMKPEM-2.4

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **memahami peluang usaha dan menganalisisnya sesuai kebutuhan pasar**, dengan konteks ritel atau UMKM dan **analisis peluang yang sederhana**. Pada soal, kamu diberi cerita tentang sebuah lingkungan (perumahan baru, pabrik, desa wisata, sekolah) lengkap dengan tabel hasil pengamatan: berapa orang yang membutuhkan, berapa usaha sejenis yang sudah ada, berapa modal yang diperlukan, dan batasan pelaku usaha. Tugasmu memilih **peluang usaha yang paling tepat**.

Soal sub bab ini seluruhnya berkategori sulit. Kesulitannya ada pada **menimbang beberapa hal sekaligus**. Pilihan jawaban sering menggoda dengan satu keunggulan, misalnya "paling banyak dibutuhkan" atau "modalnya paling kecil", padahal pilihan itu gagal di syarat lain. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menjelaskan bagaimana peluang usaha muncul dari kebutuhan pasar yang belum terlayani;
- menilai peluang dengan lima saringan: pasar, persaingan, kemampuan, laba, dan risiko;
- membaca tabel perbandingan peluang dan memilih yang paling tepat;
- menghitung laba bulanan, waktu balik modal, dan titik impas sederhana.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

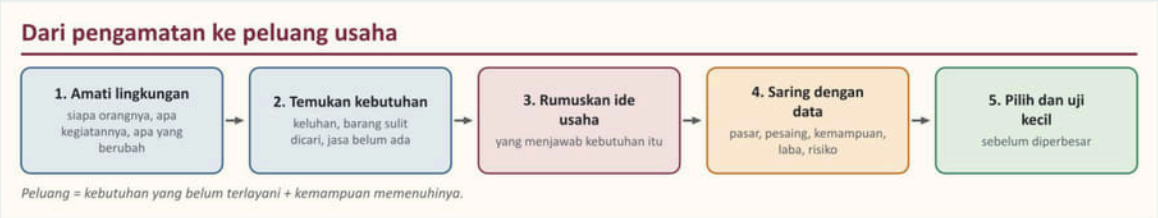
Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Apa itu peluang usaha?

Peluang usaha adalah keadaan yang memungkinkan sebuah usaha berdiri dan menguntungkan karena ada **kebutuhan pasar yang belum terpenuhi atau terpenuhi dengan kurang baik**, dan ada pelaku yang **mampu** memenuhinya. Dua syarat ini selalu berjalan bersama. Kebutuhan besar tanpa kemampuan hanya angan-angan. Kemampuan besar tanpa kebutuhan hanya menghasilkan barang yang tidak laku.

Peluang tidak datang dari ide yang "kelihatan menarik", tetapi dari **masalah nyata yang dirasakan orang**. Gambar 2.15 menunjukkan alur dari pengamatan sampai peluang.



Gambar 2.15 Alur dari mengamati lingkungan sampai menemukan peluang usaha. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Amati lingkungan:** siapa orang di sekitar, apa kegiatan mereka, dan apa yang berubah.
2. **Temukan masalah atau kebutuhan** yang belum terpenuhi: keluhan, barang yang sulit dicari, jasa yang tidak tersedia, atau waktu yang tidak cocok.
3. **Rumuskan ide usaha** yang menjawab masalah itu.
4. **Saring dengan data:** apakah pasarnya cukup, persaingannya wajar, dan kamu mampu menjalankannya?
5. **Pilih dan uji kecil** sebelum memperbesar.

2. Dari mana peluang muncul?

Beberapa sumber peluang yang sering muncul di sekitar sekolah dan desa:

- **Perubahan lingkungan.** Perumahan baru, pabrik baru, objek wisata yang mulai ramai, atau kampus yang dibuka. Kedatangan banyak orang menciptakan kebutuhan baru.
- **Keluhan yang berulang.** "Susah cari tempat fotokopi saat malam", "pasar sudah tutup saat saya pulang kerja".
- **Aturan dan kebiasaan setempat.** Pabrik yang melarang makanan dari luar berarti peluang makanan di dalam pabrik tertutup, tetapi kebutuhan lain (belanja sepulang kerja) terbuka.
- **Waktu dan musim.** Musim wisuda, musim tahun ajaran baru, hari besar keagamaan.
- **Kemudahan teknologi.** Pembayaran digital dan pesan antar membuat jasa sederhana, seperti jasa titip belanja, menjadi mudah dijalankan.

Pada soal, petunjuk peluang hampir selalu ada di kalimat-kalimat cerita yang menyebut **siapa pembelinya, kapan dan di mana mereka sulit memperoleh sesuatu, dan apa yang tidak boleh atau tidak bisa dilakukan**.

3. Mengamati pasar sekitar

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

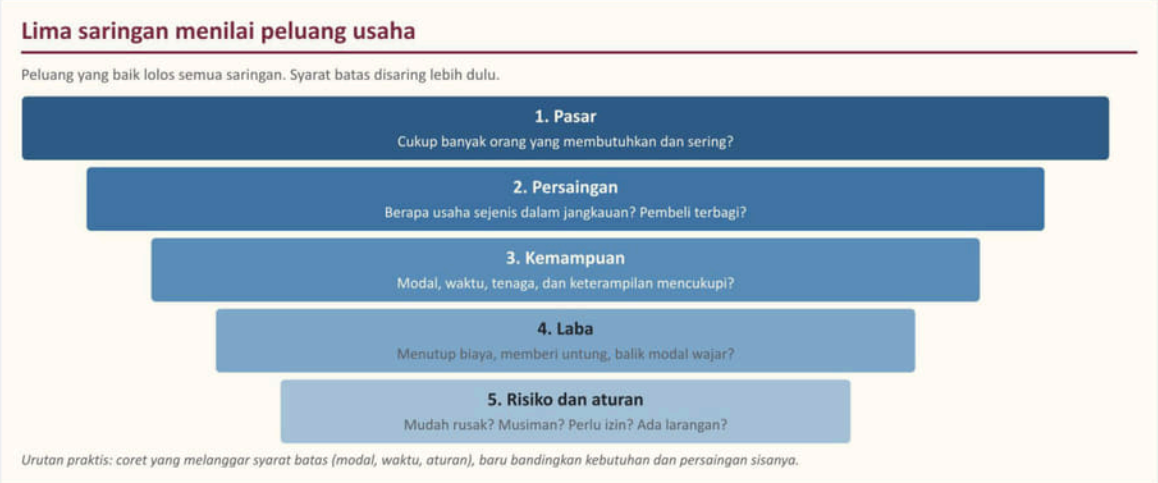
Sebelum menilai peluang, kumpulkan informasi nyata. Enam hal yang perlu dicari tahu:

1. **Jumlah calon pembeli** di sekitar lokasi.
2. **Daya beli:** pekerjaan dan penghasilan mereka, harga yang wajar bagi mereka.
3. **Kebiasaan dan waktu aktif:** kapan mereka butuh, kapan mereka berada di sana.
4. **Pesaing:** usaha sejenis dalam jangkauan (misalnya radius 1 kilometer), harga dan mutu mereka.
5. **Aturan dan batasan:** izin, larangan, jam operasi.
6. **Pasokan:** apakah bahan dan alat mudah didapat.

Cara memperoleh informasinya sama dengan riset pasar pada sub bab 1.4: wawancara singkat, angket kecil kepada 20 sampai 30 orang, observasi (menghitung orang yang lewat pada jam tertentu), dan mengamati usaha sejenis.

4. Lima saringan menilai peluang

Peluang yang baik **lolos semua saringan**. Gambar 2.16 menyusunnya berurutan.



Gambar 2.16 Lima saringan: pasar, persaingan, kemampuan, laba, dan risiko. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Pasar.** Apakah ada cukup orang yang membutuhkan? Semakin banyak yang membutuhkan dan semakin sering, semakin baik.
2. **Persaingan.** Berapa usaha sejenis yang sudah melayani? Banyak pesaing di wilayah yang sama berarti pembeli terbagi. Pasar yang kebutuhannya tinggi tetapi belum ada pelayanan sangat menarik.
3. **Kemampuan.** Apakah **modal, waktu, tenaga, dan keterampilan** pelaku mencukupi? Peluang terbesar dengan modal yang melampaui kemampuan harus gugur, betapa pun menggiurkan.
4. **Laba.** Apakah hasilnya menutup biaya, memberi untung, dan dapat mengembalikan modal dalam waktu wajar?
5. **Risiko dan aturan.** Apakah mudah rusak, musiman, atau memerlukan izin? Adakah larangan di lokasi?

Urutan praktis: **saring lebih dulu dengan syarat batas** (modal tidak cukup, waktu tidak cocok,

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

aturan melarang), baru **bandingkan yang tersisa** menurut kebutuhan dan persaingan.

5. Membaca tabel perbandingan peluang

Soal biasanya menyajikan tabel seperti pada Gambar 2.17. Cara membacanya dengan dua tahap.

Membaca tabel perbandingan peluang usaha

Lingkungan dekat sebuah sekolah dasar (rekaan), 80 keluarga. Modal pelaku Rp6 juta; hanya bisa bekerja sore hari.

Peluang usaha	Keluarga yang membutuhkan	Usaha sejenis ≤ 1 km	Modal awal	Bisa sore hari?	Hasil saringan
Toko alat tulis	62	3	Rp14 juta	ya	gugur: modal melebihi Rp6 juta
Jajanan sore	48	4	Rp2 juta	ya	lolos, tetapi banyak pesaing
Les menggambar anak	36	0	Rp1,5 juta	ya	lolos, tanpa pesaing: TERPILIH
Antar-jemput anak sekolah	55	0	Rp20 juta	ya	gugur: modal melebihi Rp6 juta
Fotokopi dan cetak	40	1	Rp9 juta	ya	gugur: modal melebihi Rp6 juta

Tahap 1: coret yang melanggar syarat batas. Tahap 2: bandingkan yang tersisa menurut kebutuhan dan persaingan.

Gambar 2.17 Contoh tabel perbandingan lima peluang usaha (rekaan) dan cara menyaringnya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Tahap 1 — coret yang melanggar syarat batas. Di Gambar 2.17, modal pelaku hanya Rp6 juta dan waktunya hanya sore hari. Toko alat tulis (modal Rp14 juta) dan antar-jemput anak (modal Rp20 juta) gugur walaupun 62 dan 55 keluarga membutuhkannya.

Tahap 2 — bandingkan sisanya menurut kebutuhan dan persaingan. Dari yang lolos, pilih yang kebutuhannya cukup besar dan pesaingnya paling sedikit. Dalam contoh itu, **les menggambar anak** menang: modal Rp1,5 juta, tidak ada pesaing dalam satu kilometer, dan 36 keluarga membutuhkan. Jajanan sore memang dibutuhkan lebih banyak keluarga (48), tetapi sudah ada empat penjual sejenis yang membagi pembeli.

Perhatikan bahwa pilihan yang menggoda biasanya hanya unggul di satu hal:

- "paling banyak dibutuhkan" (tetapi modal tidak cukup);
- "modal paling kecil" (tetapi hanya sedikit yang membutuhkan);
- "kebutuhan rutin" (tetapi banyak pesaing);
- "cocok untuk waktu luang" (tetapi pasarnya kecil).

Jawaban benar adalah yang **tidak gagal di syarat mana pun** dan unggul pada kebutuhan dan persaingan.

6. Menghitung kelayakan usaha sederhana

Setelah peluang dipilih, hitung apakah usaha itu menguntungkan. Beberapa istilah:

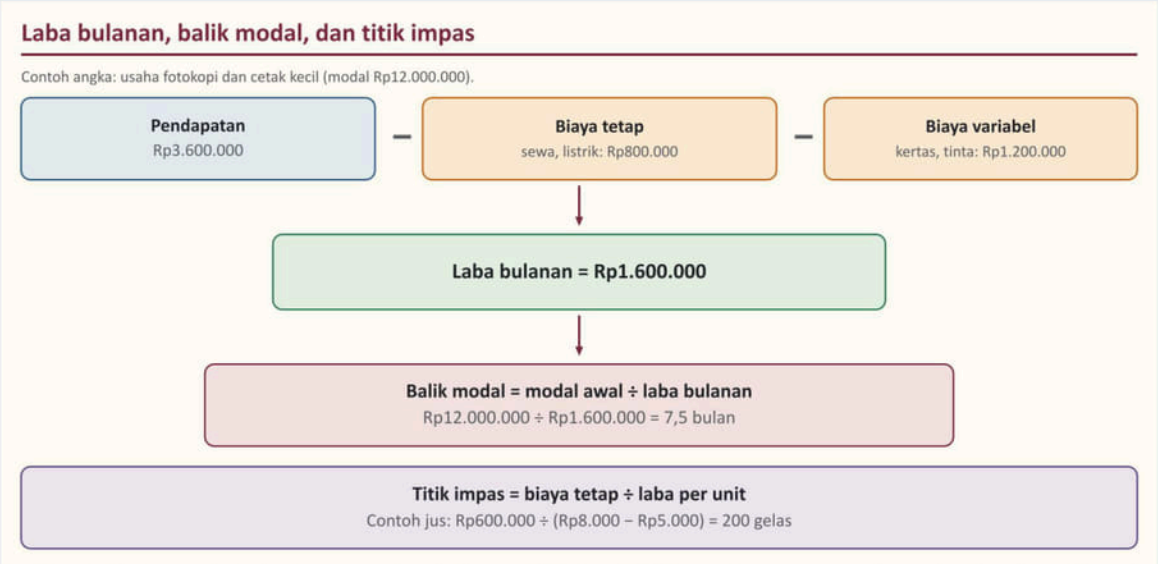
- **Modal awal:** uang untuk membeli alat, perlengkapan, dan bahan pertama.
- **Biaya tetap:** biaya yang jumlahnya sama setiap bulan walaupun penjualan berubah, misalnya sewa tempat dan listrik.
- **Biaya variabel:** biaya yang bertambah bila produksi bertambah, misalnya bahan dan kemasan.
- **Pendapatan:** harga jual × jumlah terjual.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Rumus yang dipakai:

Yang dihitung	Rumus
Laba bulanan	pendapatan − biaya tetap − biaya variabel
Waktu balik modal (bulan)	modal awal ÷ laba bulanan
Laba per unit	harga jual − biaya variabel per unit
Titik impas (jumlah minimal terjual agar tidak rugi)	biaya tetap ÷ laba per unit

Gambar 2.18 merangkum rumus itu dalam satu bagan.



Gambar 2.18 Rumus laba bulanan, waktu balik modal, dan titik impas beserta contoh angka. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Waktu balik modal yang pendek berarti risiko kecil. Titik impas membantu menjawab pertanyaan "berapa yang harus terjual minimal agar usaha ini tidak rugi?". Bila titik impas lebih tinggi daripada perkiraan penjualan, usaha itu berisiko rugi.

7. Peluang yang cocok untuk modal kecil

Siswa SMK yang bermodal kecil dan waktu terbatas biasanya cocok memulai dari usaha yang:

- **modalnya kecil** dan tidak banyak alat mahal;
- **tidak memerlukan tempat** sendiri (dijalankan dari rumah atau lewat pesan antar);
- **berbasis jasa atau penjualan ulang** (reseller, jasa titip, pesan antar, penjualan produk milik orang lain);
- **memanfaatkan keterampilan** yang sudah dimiliki (memotret, menulis, mengelola pesanan);
- **dapat diuji kecil dulu** sebelum diperbesar.

Contoh peluang yang sering muncul: jasa antar kebutuhan rumah tangga bagi pekerja yang pulang sore, jasa titip belanja, penjualan produk UMKM tetangga lewat media sosial, dan jasa fotokopi atau cetak di lingkungan yang jauh dari toko.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

8. Tiga bentuk usaha untuk pemula

Setelah peluang ditemukan, pelaku memilih **bentuk usahanya**. Tiga bentuk yang paling sering dipilih pemula:

Bentuk	Artinya	Kelebihan	Kelemahan
Memproduksi sendiri	membuat barang (makanan, kerajinan, pakaian) lalu menjualnya	laba per unit lebih besar, produk khas	butuh alat, bahan, keterampilan, dan modal lebih besar
Menjual kembali (reseller)	membeli produk pihak lain lalu menjualnya dengan laba	modal kecil, tidak perlu memproduksi, cepat dimulai	laba tipis, bergantung pemasok, pesaing banyak
Menawarkan jasa	menjual tenaga dan keterampilan (setrika, antar barang, desain, jasa titip)	modal kecil, memanfaatkan keterampilan sendiri	pendapatan terbatas waktu dan tenaga pelaku

Pelaku bermodal kecil dan waktu terbatas sering memulai dari jasa atau reseller, mengumpulkan pengalaman dan modal, baru kemudian memproduksi sendiri. Pada soal, bentuk usaha yang paling tepat adalah yang **sesuai dengan modal, waktu, dan keterampilan tokoh**.

9. Menilai diri dengan analisis sederhana

Selain menilai pasar, pelaku perlu menilai dirinya. Cara sederhana adalah menuliskan empat hal:

- **Kekuatan:** keterampilan, jaringan, dan sumber daya yang dimiliki (pandai memotret, punya sepeda motor, paham pembukuan).
- **Kelemahan:** hal yang belum dikuasai atau belum dimiliki (modal kecil, belum pernah menghitung laba).
- **Peluang:** hal di luar diri yang menguntungkan (pabrik baru, wisatawan bertambah).
- **Ancaman:** hal di luar diri yang merugikan (pesaing baru, harga bahan naik, larangan).

Dua pertanyaan menghubungkan keempatnya: **bagaimana kekuatan dipakai untuk menangkap peluang**, dan **bagaimana kelemahan dikurangi supaya ancaman tidak menjatuhkan usaha**. Contoh: siswa pandai memotret (kekuatan), desa mulai ramai wisatawan (peluang), tetapi modal kecil (kelemahan). Usaha yang cocok adalah jasa foto wisata atau penjualan foto cetak, bukan membuka toko suvenir besar.

10. Menguji peluang dalam skala kecil

Sebelum mengeluarkan modal besar, uji peluang dengan cara murah:

- **Pesanan awal (pre-order):** menawarkan produk dan baru memproduksi setelah ada pembeli.
- **Jual coba:** menjual dalam jumlah kecil selama satu atau dua minggu, lalu mencatat berapa yang terjual, apa keluhannya, dan berapa labanya.
- **Survei mini:** menanyai 20 sampai 30 calon pembeli tentang kebutuhan dan harga yang sanggup dibayar.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- **Mencoba lewat penjualan produk orang lain** (misalnya menitipkan produk di warung) untuk mengamati minat.

Keputusan memperbesar usaha diambil setelah data nyata terkumpul: apakah penjualan mencapai titik impas, apakah pembeli kembali, dan apakah laba cukup. Pelaku yang menguji kecil terlebih dahulu kehilangan sedikit bila ternyata peluangnya tidak sebaik dugaan.

Catatan tambahan: membandingkan dua usaha dengan musim yang berbeda

Peluang usaha sering bergantung pada musim. Contoh rekaan: usaha penyewaan payung hanya laku pada musim hujan, sedangkan jasa antar air minum laku sepanjang tahun. Misalkan payung memberi laba Rp3.000.000 per bulan selama empat bulan hujan dan hampir nol pada delapan bulan lainnya, sedangkan jasa antar air memberi laba Rp900.000 per bulan selama dua belas bulan. Laba payung setahun: 3.000.000 × 4 = Rp12.000.000. Laba antar air setahun: 900.000 × 12 = Rp10.800.000. Payung menang secara angka, tetapi penghasilannya tidak merata dan usaha harus menanggung stok yang menganggur delapan bulan. Pelaku yang membutuhkan penghasilan tetap tiap bulan mungkin lebih cocok dengan jasa antar air, sedangkan pelaku yang punya tabungan cadangan dan usaha lain bisa memilih payung. Karena itu, bandingkan laba **setahun penuh**, lalu timbang **kemerataan dan risiko**, bukan hanya laba bulan terbaik.

11. Kesalahan umum

- **Memilih karena ikut-ikutan.** Banyak yang membuka usaha yang sama di lokasi yang sama.
- **Hanya melihat kebutuhan,** tanpa memeriksa modal dan waktu.
- **Hanya melihat modal,** tanpa memeriksa pembelinya.
- **Mengabaikan aturan setempat.**
- **Menghitung pendapatan sebagai laba.**
- **Tidak menguji kecil lebih dulu.**

12. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Peluang usaha = kebutuhan yang belum terlayani + kemampuan memenuhinya.
- Lima saringan: pasar, persaingan, kemampuan (modal, waktu, keterampilan), laba, risiko dan aturan.
- Saring dulu dengan **syarat batas**, bandingkan sisanya.
- Jawaban terbaik tidak gagal di syarat mana pun; bukan yang paling unggul di satu hal.
- Laba bulanan = pendapatan − biaya tetap − biaya variabel; balik modal = modal ÷ laba bulanan; titik impas = biaya tetap ÷ laba per unit.
- Bentuk usaha pemula: produksi sendiri, reseller, jasa; pilih yang sesuai modal dan keterampilan.
- Uji kecil dulu (pesanan awal, jual coba, survei mini) sebelum memperbesar.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 2.19 di akhir bagian ini.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▣ CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Laba bulanan dan balik modal

Seorang siswa lulusan SMK membuka usaha fotokopi dan cetak kecil. Modal awal Rp12.000.000 (mesin dan perlengkapan). Setiap bulan: pendapatan Rp3.600.000, biaya tetap (sewa kios dan listrik) Rp800.000, biaya variabel (kertas, tinta) Rp1.200.000. Hitung laba bulanan dan waktu balik modal.

Langkah.

1. Laba bulanan = 3.600.000 − 800.000 − 1.200.000 = **Rp1.600.000**.
2. Waktu balik modal = 12.000.000 ÷ 1.600.000 = **7,5 bulan**.
3. Periksa: dalam 7,5 bulan, laba terkumpul 7,5 × 1.600.000 = Rp12.000.000, sama dengan modal awal.

Jawaban: laba Rp1.600.000 per bulan dan balik modal sekitar 7,5 bulan. Karena balik modalnya pendek, risiko relatif kecil.

Contoh 2 — Titik impas

Sebuah kedai jus rekaan menjual jus Rp8.000 per gelas. Biaya variabel per gelas (buah, gelas, es) Rp5.000. Biaya tetap Rp600.000 per bulan. Berapa gelas minimal harus terjual setiap bulan agar tidak rugi? Bila perkiraan penjualan 250 gelas per bulan, apakah usaha ini layak?

Langkah.

1. Laba per gelas = 8.000 − 5.000 = **Rp3.000**.
2. Titik impas = 600.000 ÷ 3.000 = **200 gelas**.
3. Perkiraan penjualan 250 gelas, lebih besar daripada 200 gelas, jadi usaha untung.
4. Laba bulanan = 250 × 3.000 − 600.000 = 750.000 − 600.000 = **Rp150.000**.

Jawaban: minimal 200 gelas. Dengan 250 gelas usaha untung Rp150.000 per bulan. Margin keamanannya hanya 50 gelas, sehingga pelaku perlu menjaga penjualan.

Contoh 3 — Memilih peluang dengan modal terbatas

Dua siswa SMK dengan modal Rp5.000.000 hanya dapat bekerja pada akhir pekan. Mereka mengamati sebuah kompleks kos mahasiswa (2027) dengan 150 penghuni dan mendapat data:

Peluang	Penghuni yang membutuhkan	Usaha sejenis ≤ 1 km	Modal awal	Bisa dijalankan akhir pekan?
Warung makan malam	110	5	Rp9 juta	tidak
Jasa setrika dan lipat pakaian	70	0	Rp2 juta	ya
Toko perlengkapan kos	60	3	Rp12 juta	tidak
Kedai minuman	90	4	Rp4 juta	ya

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah.

1. **Saring syarat batas.** Modal maksimal Rp5 juta dan hanya akhir pekan. Warung makan (modal 9 juta, tidak bisa akhir pekan) gugur. Toko perlengkapan (modal 12 juta, tidak bisa akhir pekan) gugur.
2. **Bandingkan sisanya.** Jasa setrika: kebutuhan 70, tanpa pesaing, modal 2 juta. Kedai minuman: kebutuhan 90, empat pesaing, modal 4 juta.
3. Kedai minuman unggul di jumlah kebutuhan, tetapi ada empat pesaing. Jasa setrika kebutuhan cukup besar dan **tidak ada pesaing**, serta modalnya lebih kecil.

Jawaban: jasa setrika dan lipat pakaian. Jumlah kebutuhan terbesar (warung makan) tidak menjadi jawaban karena melanggar syarat batas.

❖ PETA KONSEP



Gambar 2.19 Peta konsep peluang usaha berdasarkan kebutuhan pasar. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal peluang usaha:

1. **Garis bawahi batasan pelaku:** modal, waktu kerja, keterampilan, aturan setempat.
2. **Baca tabel** dan tandai pilihan yang **melanggar batasan**. Coret.
3. **Bandingkan sisanya** menurut kebutuhan dan persaingan.
4. **Bila ada perhitungan,** hitung laba per unit, laba bulanan, atau persen sesuai syarat soal sebelum memilih.
5. **Uji alasan di pilihan.** Pilihan benar memberi alasan yang sesuai tabel, bukan alasan yang hanya terdengar baik.

Jebakan yang sering dipasang:

- **"Paling banyak dibutuhkan"** menggoda, padahal modal tidak cukup.
- **"Modalnya terjangkau"** menggoda, padahal pesaing sudah ada dan kebutuhan kecil.
- **"Kebutuhannya rutin"** menggoda, padahal banyak pesaing.
- **"Cocok dengan waktu luang"** tetapi pasarnya sempit.
- **Aturan setempat dilupakan:** peluang yang bertentangan dengan larangan lokasi.
- **Laba persen vs laba rupiah:** produk dengan persen laba tertinggi belum tentu laba rupiah terbesar bila peminatnya sedikit.
- **Pendapatan disangka laba,** atau modal disangka laba.

> Contoh salah tafsir: seorang siswa memilih membuka toko perlengkapan karena tabel menyebut "paling banyak dibutuhkan", padahal modalnya Rp12 juta dan siswa itu hanya punya Rp5 juta. Syarat batas diabaikan, sehingga peluang yang paling besar justru tidak dapat dijalankan.

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut memuat tabel lima peluang usaha dan dua batasan pelaku usaha: modal dan waktu kerja. Coret dulu yang melanggar batasan, lalu bandingkan sisanya menurut kebutuhan dan persaingan.

►. Tiga siswa SMK mengamati perumahan baru di dekat sekolah (2027). Mereka hanya punya modal Rp5 juta dan hanya dapat bekerja sore hingga malam hari setelah pulang sekolah. Hasil wawancara 60 kepala keluarga:

Peluang usaha	KK yang membutuhkan	Usaha sejenis ≤ 1 km	Modal awal
Laundry kiloan	42	0	Rp25 juta
Katering sarapan anak	38	1	Rp4 juta
Warung kelontong	35	6	Rp15 juta
Antar galon dan gas	30	0	Rp3 juta
Kedai kopi	18	4	Rp8 juta

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Peluang usaha yang paling tepat dipilih adalah ....

A. Laundry kiloan karena paling banyak dibutuhkan
B. Katering sarapan karena modalnya terjangkau
C. Warung kelontong karena kebutuhannya rutin
D. Kedai kopi karena cocok untuk sore dan malam
E. Antar galon dan gas karena belum ada pesaing

Pembahasan **Kunci: E**

Konsep: Peluang usaha yang baik harus memenuhi tiga hal sekaligus: ada kebutuhan pasar yang cukup besar, persaingan tidak berat, dan sesuai kemampuan pelaku usaha (modal, waktu, keterampilan).

Langkah:

1. Saring modal ≤ Rp5 juta: tersisa katering sarapan (Rp4 juta) dan antar galon (Rp3 juta).
2. Saring waktu: katering sarapan harus dikerjakan pagi hari, padahal siswa hanya bisa sore hingga malam.
3. Tersisa antar galon dan gas: dibutuhkan 30 KK (separuh responden) dan belum ada pesaing.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Kebutuhannya terbanyak, tetapi modal Rp25 juta jauh melebihi modal Rp5 juta.
- **B.** ✗ Jebakan: modal Rp4 juta memang terjangkau, tetapi sarapan harus disiapkan pagi hari, saat siswa bersekolah.
- **C.** ✗ Modal Rp15 juta melebihi kemampuan, dan sudah ada 6 warung sejenis.
- **D.** ✗ Modal Rp8 juta melebihi kemampuan, dan peminatnya paling sedikit.
- **E.** ✓ Modal dan waktunya sesuai, kebutuhannya cukup besar, dan belum ada pesaing.

Jawaban: E.

✎ LATIHAN

Tulis dulu batasan pelaku usaha dan pilihan yang kamu coret karena melanggar batasan itu. Baru bandingkan yang tersisa.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

1. Di dekat SMK Mitra Karya ada tiga pabrik garmen dengan sekitar 2.000 karyawan yang bekerja pukul 07.00–16.00 (2027). Pabrik menyediakan makan siang gratis dan melarang makanan dari luar masuk ke area pabrik. Banyak karyawan mengeluh sulit berbelanja kebutuhan rumah tangga karena pasar terdekat sudah tutup saat mereka pulang. Siswa kelas XII ingin membuka usaha dengan modal kecil.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Peluang usaha yang paling sesuai dengan kebutuhan pasar tersebut adalah ....

A. Jasa titip belanja yang dipesan lewat WhatsApp dan diambil saat pulang
B. Katering makan siang sehat yang diantar ke dalam area pabrik setiap harinya
C. Kedai kopi kekinian yang buka di depan gerbang pabrik sejak pukul 06.00 pagi
D. Toko pakaian kerja yang dibuka di dekat gerbang pabrik setiap siang hari
E. Jasa laundry kiloan dengan layanan antar-jemput ke rumah setiap karyawan

2. Dewi ingin menjadi reseller di sekolahnya pada 2027. Ia menetapkan laba minimal 20 % dari harga beli, dan harga jualnya tidak boleh melebihi harga pasaran agar tetap dibeli. Ia mencatat data berikut.

Produk	Harga beli	Harga pasaran	Peminat per minggu di sekolah
Kaos kaki sekolah	Rp9.000	Rp10.000	40 pasang
Gantungan kunci	Rp6.000	Rp8.000	5 buah
Tumbler plastik	Rp20.000	Rp25.000	30 buah
Pulpen gel	Rp2.500	Rp3.500	15 buah

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Produk yang paling tepat dipilih Dewi adalah ....

A. Kaos kaki sekolah karena peminatnya paling banyak
B. Gantungan kunci karena labanya paling tinggi
C. Pulpen gel karena harganya paling terjangkau
D. Tumbler plastik karena laku dan labanya cukup
E. Pulpen gel karena laba persennya paling tinggi

Kunci singkat: 1. A 2. D

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa peluang dengan kebutuhan terbesar belum tentu menjadi pilihan terbaik?
- Hitung laba bulanan usaha dengan pendapatan Rp2.000.000, biaya tetap Rp400.000, dan biaya variabel Rp900.000.
- **Yang harus kuingat:** saring dengan syarat batas lebih dulu; pilih yang tidak gagal di syarat mana pun; hitung laba, bukan pendapatan.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 2.4: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-2.4

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Kuis Akhir Bab 2

SMKPEM-KB2

Jumlah soal: 25 **Waktu anjuran:** 60 menit

Kerjakan sendiri dan berwaktu. Setelah selesai, cocokkan dengan kunci di Bagian D, isi tabel skor, lalu lihat anjuran di bawahnya.

Kerjakan Kuis Bab 2 di LMS

Skor dan progresmu tersimpan di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-KB2

1. Usaha cuci mobil Kilap Motor membuka pemesanan jadwal lewat aplikasi pesan sejak Maret 2027, sambil tetap menerima pelanggan yang datang langsung. Dua pelanggan datang pada jam yang sama karena jadwal di buku dan di ponsel berbeda. Profil usaha di peta daring juga masih menampilkan alamat lama.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

- ☐ A. Menghapus komentar pelanggan yang mengeluh agar profil usaha tampak baik.
- ☐ B. Memakai satu catatan jadwal bersama untuk pemesanan lewat aplikasi dan pelanggan yang datang langsung.
- ☐ C. Menghentikan pelayanan pelanggan yang datang langsung agar jadwal hanya dari aplikasi.
- ☐ D. Memperbarui alamat pada profil peta daring sesuai lokasi usaha yang sebenarnya.
- ☐ E. Menunjuk satu petugas yang bertanggung jawab mencatat dan memeriksa jadwal setiap hari.

2. Pak Dadi berjualan rujak buah di depan sebuah sekolah dasar setiap siang. Pembeli datang ke gerobaknya, melihat buah diracik di depan mereka, menyebutkan tingkat pedas yang diinginkan, lalu membayar tunai. Pak Dadi tidak memiliki akun daring dan hanya dikenal dari mulut ke mulut.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Ciri pemasaran konvensional yang paling tampak pada kasus tersebut adalah ....

A. Pembeli memesan lewat aplikasi lalu mengambil rujak di titik jemput
B. Pembeli melihat langsung racikan dan menyampaikan selera kepada penjual
C. Promosi dilakukan lewat iklan berbayar yang ditujukan kepada usia tertentu
D. Pembeli membaca ulasan dan peringkat gerobak sebelum memutuskan membeli
E. Pesanan dicatat otomatis oleh sistem sehingga tidak ada yang terlewat

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Bu Lastri menjual kain tenun di sebuah pusat kerajinan. Sejak 2026 ia menerima pembayaran dengan kode QR. Pembeli tetap datang, memegang kain, dan menawar harga. Bu Lastri tidak memiliki akun media sosial maupun katalog daring, dan pembeli mengenal tokonya dari cerita sesama pengunjung.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tahap pemasaran yang paling sesuai untuk usaha Bu Lastri adalah ....

A. pemasaran modern, karena pembayaran sudah memakai kode QR
B. transisi digital, karena sudah ada pembayaran tanpa uang tunai
C. pemasaran modern, karena pembeli mengenal toko dari banyak orang
D. transisi digital, karena sudah memakai alat bayar yang sama dengan toko besar
E. pemasaran konvensional, karena menawarkan dan bertransaksi tetap tatap muka

4. Pak Hardi menjual buku bekas di lapak pasar. Pembeli datang memeriksa kondisi buku sebelum membeli. Sejak 2027 ia menerima pesan WhatsApp untuk dicarikan judul tertentu dan memajang daftar judul di akun media sosial. Pesanan jarak jauh ia kirim lewat jasa kurir.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang pemasaran Pak Hardi adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Memeriksa kondisi buku langsung adalah ciri pemasaran konvensional yang masih dipertahankan.
☐ B. Usaha Pak Hardi sepenuhnya digital karena sudah memakai WhatsApp dan akun media sosial.
☐ C. Usaha berada pada transisi digital karena mulai memakai pesan dan akun untuk memasarkan.
☐ D. Karena sudah memakai media sosial, lapak pasar sebaiknya ditutup.
☐ E. Memajang daftar judul di media sosial menunjukkan pemasaran konvensional.

5. Toko perlengkapan sepeda Roda Mulus dikelola dua karyawan dengan modal terbatas. Pemilik ingin mulai menerima pesanan lewat telepon genggam. Daftar harga masih ditulis tangan dan sering berubah, belum ada foto produk, dan nomor telepon yang tertulis di kaca toko sudah tidak aktif.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Langkah pertama yang paling tepat adalah ....

A. membuka toko di marketplace dan mengunggah seluruh produk sekaligus
B. memasang iklan berbayar di media sosial agar toko cepat dikenal
C. merapikan harga, memotret produk jelas, dan menyalakan nomor pesan
D. membeli aplikasi kasir mahal agar pesanan tercatat otomatis
E. merekrut admin tetap khusus untuk membalas pesan pembeli

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

6. Toko plastik kemasan Wadah Rapi mulai berjualan lewat toko daring pada awal 2027. Dalam sebulan, 30 pembeli memasukkan barang ke keranjang tetapi membatalkan pesanan di halaman pembayaran. Beberapa meninggalkan komentar, "Ongkir ternyata mahal, tidak tertulis di halaman produk." Toko hanya dikelola satu orang.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan yang paling tepat dan paling murah adalah ....

A. menambah diskon barang agar pembeli bersedia membayar ongkos kirim
B. memasang iklan lebih banyak agar pengunjung halaman produk bertambah
C. mengganti seluruh foto produk dengan foto yang diambil oleh juru foto
D. mencantumkan perkiraan ongkos kirim dan pilihan ekspedisi
E. menutup toko daring sementara sampai ongkos kirim menjadi lebih murah

7. Usaha katering rumahan Bu Mina mencoba dua cara promosi dengan biaya sama selama satu pekan.

Cara promosi	Biaya	Hasil yang tercatat
Brosur dibagikan di perumahan	Rp240.000	tidak ada catatan pembeli yang datang karena brosur
Iklan di media sosial	Rp240.000	18.000 tayangan, 600 klik, 24 pesanan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang paling tepat tentang hasil kedua cara promosi adalah ....

A. Biaya per pesanan iklan dapat dihitung (Rp10.000), hasil brosur tidak
B. Brosur lebih murah per pesanan karena tidak ada pesanan yang tercatat sama sekali
C. Iklan lebih mahal karena dilihat 18.000 orang sedangkan brosur dibagikan lebih sedikit
D. Kedua cara sama efektifnya karena biaya promosinya sama-sama Rp240.000 per pekan
E. Iklan tidak efektif karena jumlah klik 600 lebih sedikit daripada jumlah tayangan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

8. Pak Agus menjual bunga potong di sebuah pasar. Pembeli mencium dan memilih sendiri bunga yang masih segar, lalu menawar harga. Ia tidak memiliki akun daring, dan pembeli dari luar kota tidak mengetahui keberadaan lapaknya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Pembeli dari luar kota mudah menjangkau lapak Pak Agus tanpa harus datang ke pasar.	○	○
Pembeli dapat menilai kesegaran bunga langsung, dan itu merupakan kelebihan cara berjualan Pak Agus.	○	○
Jangkauan pembeli Pak Agus terbatas pada orang yang datang ke pasar.	○	○

9. Yoga, siswa kelas XII Pemasaran, teliti dan suka merapikan. Nilai PKL-nya pada penataan barang di toko sangat baik. Ia kurang nyaman berbicara dengan orang yang baru dikenal, dan ingin bekerja dengan jadwal yang teratur.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pekerjaan yang paling sesuai untuk Yoga adalah ....

A. merchandiser yang memeriksa stok dan menata produk di rak toko pelanggan
B. tenaga promosi di mal yang menawarkan produk kepada banyak pengunjung
C. telemarketer yang menelepon calon pelanggan untuk menawarkan produk baru
D. host siaran langsung yang memperagakan produk di depan banyak penonton
E. tenaga penjual lapangan yang menawarkan produk dan menagih pembayaran

10. Lia mengenakan seragam berlogo sebuah merek sampo. Setiap akhir pekan ia berdiri di lorong sebuah mal, membagikan contoh sampo kemasan kecil kepada pengunjung, dan menjelaskan manfaatnya. Ia tidak menerima pesanan dan tidak berkeliling ke toko.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Profesi Lia adalah ....

A. Merchandiser yang menata produk sampo di rak toko pelanggan
B. Tenaga penjual lapangan yang mengunjungi toko dan menagih pembayaran
C. Admin toko daring yang mengunggah produk dan membalas pesan pembeli
D. Customer service yang menangani keluhan pembeli setelah membeli sampo
E. Tenaga promosi yang memperkenalkan produk di tempat keramaian

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

11. Sebuah kawasan pergudangan baru dihuni sekitar 300 pekerja. Tiga siswa SMK hanya punya modal Rp5 juta dan hanya dapat berjualan pukul 05.00–07.00 sebelum berangkat sekolah. Hasil wawancara 100 pekerja:

Peluang usaha	Pekerja yang membutuhkan	Usaha sejenis ≤ 1 km	Modal awal	Dapat dijalankan pagi?
Nasi bungkus sarapan	76	6	Rp3 juta	ya
Gorengan dan kopi pagi	52	4	Rp2 juta	ya
Jasa antar sarapan ke ruang kerja	38	0	Rp1,5 juta	ya
Katering makan siang	70	1	Rp15 juta	tidak
Toko perlengkapan kerja	40	0	Rp20 juta	tidak

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Peluang usaha yang paling tepat dipilih adalah ....

A. nasi bungkus sarapan karena kebutuhannya paling banyak
B. katering makan siang karena pesaingnya paling sedikit dan kebutuhan besar
C. gorengan dan kopi pagi karena modalnya paling kecil di antara semua peluang
D. jasa antar sarapan karena memenuhi syarat dan belum ada pesaing
E. toko perlengkapan kerja karena tidak memiliki pesaing sama sekali

12. Seorang siswa membuka jasa cuci helm dengan modal awal Rp6.000.000. Setiap bulan pendapatannya Rp2.400.000, biaya tetap (sewa tempat dan listrik) Rp400.000, dan biaya variabel (sabun dan pewangi) Rp800.000.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perkiraan waktu balik modal usaha itu adalah ....

A. 2,5 bulan
B. 7,5 bulan
C. 3 bulan
D. 10 bulan
E. 5 bulan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

13. Pemilik kedai kopi susu Gulai Aren memperhatikan unggahan fotonya di media sosial dibanjiri suka dan komentar pujian, tetapi pesanan yang masuk hanya dua per pekan. Unggahan itu hanya berisi foto minuman dan tulisan "Kopi susu paling enak, wajib coba!". Pemilik hanya dapat melakukan satu perbaikan pada unggahan berikutnya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan yang paling tepat adalah ....

A. mengunggah foto yang sama tiga kali sehari agar suka bertambah banyak
B. mengganti foto dengan video agar jumlah komentar pujian semakin banyak
C. menambah kata "paling murah se-kota" agar unggahan lebih menarik pembaca
D. mencantumkan harga, cara memesan, nomor pemesanan, dan wilayah antar
E. mengadakan undian berhadiah bagi pengikut yang membagikan unggahan

14. Rudi sudah dua tahun menjadi pramuniaga di sebuah toko perabot dan hampir selalu mencapai target penjualan. Ia ingin menjadi supervisor dalam tiga tahun.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Langkah yang tepat untuk mencapai tujuan itu adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Meminta jabatan supervisor sekarang karena sudah bekerja dua tahun.
☐ B. Melatih rekan baru dan mengambil tugas memeriksa stok secara bertahap.
☐ C. Berpindah ke bagian yang berbeda setiap bulan agar mengenal semua bagian.
☐ D. Menunggu sampai atasan menawarkan jabatan tanpa mengubah cara kerjanya.
☐ E. Mengikuti pelatihan dasar kepemimpinan dan pengelolaan jadwal yang ditawarkan perusahaan.

15. Fandi, siswa kelas XII Pemasaran, pandai berhitung tetapi gugup berbicara di depan umum. Ayahnya memiliki toko kelontong kecil, dan Fandi ingin membesarkannya dalam lima tahun. Ia belum pernah mencatat pembukuan toko.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Rencana karier yang tepat untuk Fandi adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Langsung menggantikan ayahnya mengelola toko tanpa mempelajari pembukuan terlebih dahulu.
☐ B. Memilih menjadi tenaga promosi di mal agar terlatih tampil di depan umum setiap hari.
☐ C. Bekerja di bagian administrasi sebuah toko ritel untuk belajar pembukuan dan pelayanan.
☐ D. Menunda semua rencana sampai toko ayahnya sepi agar tidak mengganggu usaha keluarga.
☐ E. Mengikuti pelatihan pembukuan sederhana dan membantu mencatat keuangan toko ayahnya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

16. Mira bekerja sebagai staf toko pakaian dengan gaji tetap. Ia berencana, "Bulan depan saya keluar kerja dan meminjam Rp40 juta untuk membuka toko pakaian besar, karena saya yakin pasti laris." Ia belum pernah menghitung laba usaha.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Rencana Mira terlalu muluk karena modal besar diambil tanpa pengalaman dan hitungan laba.	○	○
Rencana Mira sudah bertahap karena ia membuka toko setelah bekerja di toko pakaian.	○	○
Bekerja sambil memulai penjualan kecil dan belajar menghitung laba merupakan perbaikan yang tepat.	○	○

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

17. Dino, siswa kelas XII Pemasaran, membaca pamflet lowongan di bursa kerja sekolah seperti pada gambar. Dino teliti, nilai PKL-nya pada penataan barang di toko sangat baik, tetapi ia tidak memiliki sepeda motor dan hanya dapat bekerja Senin sampai Jumat karena mengikuti kelas kursus pada hari Sabtu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang paling tepat tentang kecocokan Dino dengan lowongan itu adalah ....



Pamflet Bursa Kerja Sekolah

PT Sari Nusantara Distribusi (nama fiktif) membuka lowongan.

DIBUKA LOWONGAN: MERCHANDISER

Tugas
- Memeriksa stok produk di rak toko pelanggan
- Menata produk dan memasang materi promosi
- Melaporkan rak kosong kepada kantor
- Tidak menerima pesanan dan tidak menagih pembayaran

Syarat
- Lulusan SMK Pemasaran atau sederajat
- Teliti dan rapi
- Memiliki sepeda motor sendiri dan SIM C
- Bersedia bekerja Senin–Sabtu, pukul 08.00–16.00

Imbalan
- Gaji pokok Rp3.200.000 per bulan
- Tunjangan bensin Rp300.000 per bulan

A. Sangat cocok pada semua syarat karena nilai PKL-nya pada penataan sudah baik
B. Cocok pada bidang kerja, tetapi belum memenuhi syarat kendaraan dan hari kerja
C. Tidak cocok karena posisi itu menuntut menagih pembayaran dari toko pelanggan
D. Tidak cocok karena posisi itu menuntut berbicara dengan banyak pembeli baru
E. Cocok sepenuhnya karena imbalan yang ditawarkan sudah termasuk motor kerja

18. Toko perlengkapan rumah tangga Nusa Jaya membuka lowongan untuk lima posisi: admin marketplace, kasir, tenaga penjual lapangan, merchandiser, dan customer service. Bagus, siswa PKL, diminta mencocokkan tugas dengan posisi.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang tugas pada posisi tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Mengunggah produk dan memperbarui stok di marketplace adalah tugas admin marketplace.
☐ B. Menata produk di rak toko pelanggan dan menerima pesanan baru adalah tugas merchandiser.
☐ C. Menghitung belanjaan dan memberi kembalian adalah tugas customer service.
☐ D. Menagih pembayaran dari warung langganan adalah tugas tenaga penjual lapangan.
☐ E. Menangani keluhan pelanggan tentang barang rusak adalah tugas kasir.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

19. Dika bekerja di sebuah distributor perlengkapan dapur. Setiap hari ia mencatat pesanan yang masuk, merekap penjualan harian, mencocokkan catatan dengan stok gudang, dan menyusun laporan mingguan untuk pemilik. Ia hampir tidak pernah bertemu langsung dengan pembeli.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Profesi Dika adalah ....

A. Pramuniaga yang melayani pembeli yang datang ke toko
B. Admin penjualan yang mengelola data pesanan dan laporan
C. Tenaga penjual lapangan yang menawarkan produk ke pelanggan
D. Merchandiser yang menata produk di rak toko pelanggan
E. Kasir yang menghitung belanjaan dan menerima pembayaran

20. Toko jilbab daring Anggun Syar'i dikelola dua orang. Dalam tiga bulan terakhir peringkat tokonya turun dan banyak pembeli mengembalikan barang. Pemilik meminta Salsa, siswa PKL, mengusulkan SATU perbaikan halaman produk minggu ini berdasarkan tampilan halaman pada gambar.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan yang paling tepat diusulkan Salsa adalah ....



A. Melengkapi deskripsi: ukuran, bahan, ketebalan, dan warna asli
B. Menurunkan harga menjadi Rp39.000 agar peringkat toko tertutup oleh penjualan
C. Mengganti foto produk dengan foto model yang sedang berpose di taman
D. Membuat video promosi berdurasi panjang yang diunggah setiap hari
E. Memasang iklan berbayar agar halaman produk dilihat lebih banyak orang

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

21. Toko aksesori rambut Pita Warna menguji tiga jenis konten selama seminggu.

Konten	Jangkauan	Suka	Klik	Pesanan
Foto produk	4.000	360	80	4
Video pendek	2.500	120	100	10
Cerita 24 jam	800	24	50	10

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat berdasarkan tabel adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Foto produk paling efektif karena mendapat suka terbanyak.
☐ B. Video pendek dan cerita sama-sama menghasilkan 10 pesanan.
☐ C. Cerita 24 jam memiliki pesanan per klik tertinggi, yaitu 20 %.
☐ D. Foto produk paling efisien karena jangkauannya paling besar.
☐ E. Video pendek cocok bila tujuannya menjangkau lebih banyak orang.

22. Gina baru lulus SMK. Modalnya Rp2 juta, dan karena ibunya sakit ia membutuhkan penghasilan bulanan yang tetap. Ia pandai memasak dan senang melayani pembeli, dan ingin memiliki kedai sendiri dalam lima tahun.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Rencana karier yang paling tepat untuk Gina adalah ....

A. langsung membuka kedai besar dengan pinjaman Rp30 juta tanpa pengalaman
B. menunda semua pekerjaan selama lima tahun sambil menabung untuk modal besar
C. bekerja di kedai sambil menabung dan mempelajari cara kerja kedai
D. kuliah penuh waktu tanpa bekerja agar kelak dapat membuka kedai
E. membuka kedai kecil tanpa menyimpan catatan agar tidak repot menghitung

23. Toko sepatu anak Langkah Kecil mencatat dalam seminggu: 10.000 tayangan, 500 klik, 150 masuk keranjang, dan 120 pembayaran.

Tahap	Jumlah
Tayangan	10.000
Klik	500
Masuk keranjang	150
Pembayaran	120

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tahap yang paling perlu diperbaiki dan perbaikan yang tepat adalah ....

A. tayangan ke klik, yaitu 5 % yang lanjut; tambah iklan agar tayangan makin banyak
B. keranjang ke pembayaran, yaitu 80 % yang lanjut; sediakan lebih banyak cara bayar
C. klik ke keranjang, yaitu 30 % yang lanjut; lengkapi informasi, foto, dan ulasan
D. tayangan ke klik, yaitu 5 % yang lanjut; lengkapi informasi dan ulasan halaman
E. klik ke keranjang, yaitu 30 % yang lanjut; tambah iklan agar klik makin banyak

24. Dua siswa SMK bermodal Rp5 juta menimbang dua peluang di sekitar sebuah terminal.
Jasa penitipan motor: modal Rp3 juta, dibutuhkan 80 orang, tidak ada pesaing dalam 1 km.
Warung kopi: modal Rp11 juta, dibutuhkan 120 orang, ada 4 pesaing dalam 1 km.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Warung kopi tidak dapat dipilih karena modal yang dibutuhkan melebihi modal siswa.	○	○
Warung kopi layak dipilih karena kebutuhan 120 orang lebih besar daripada 80 orang.	○	○
Jasa penitipan motor memenuhi syarat modal dan belum memiliki pesaing dalam jangkauan.	○	○

25. Kedai kopi susu Teduh Sore menjual satu gelas Rp12.000 dengan biaya variabel Rp7.000 per gelas. Biaya tetap (sewa dan listrik) Rp900.000 per bulan. Pemilik memperkirakan menjual 200 gelas per bulan.

Komponen	Nilai
Harga jual per gelas	Rp12.000
Biaya variabel per gelas	Rp7.000
Biaya tetap per bulan	Rp900.000
Perkiraan penjualan	200 gelas

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat berdasarkan data tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Titik impas usaha ini adalah 180 gelas per bulan.
☐ B. Pada penjualan 150 gelas per bulan, usaha ini masih memperoleh laba.
☐ C. Titik impas usaha ini adalah 300 gelas karena biaya tetap dibagi laba Rp3.000.
☐ D. Laba setiap gelas adalah Rp12.000 karena itu harga jualnya.
☐ E. Bila terjual 200 gelas per bulan, laba bulanan sebesar Rp100.000.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Tabel skor dan anjuran

Sub bab / subtopik	Nomor soal	Benar	Jika kurang separuh benar
Sub bab 2.1 · Pemasaran konvensional dan transisi digital	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	___ / 8	Ulangi hlm. 70
Sub bab 2.2 · Pemasaran modern: e-commerce, marketplace, dan media sosial	13, 20, 21, 23	___ / 4	Ulangi hlm. 84
Sub bab 2.3 · Profesi dan perencanaan karier bidang pemasaran	9, 10, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 22	___ / 9	Ulangi hlm. 98
Sub bab 2.4 · Peluang usaha berdasarkan kebutuhan pasar	11, 12, 24, 25	___ / 4	Ulangi hlm. 112

Skor 70 % atau lebih: lanjut ke bab berikutnya. Skor 50–69 %: ulangi sub bab pada tabel yang kurang dari separuh benar. Skor di bawah 50 %: baca ulang bab ini dari awal. (Angka ini anjuran belajar, bukan prediksi nilai TKA.)

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Bab 3 · K3 dan Budaya Kerja Pemasaran

SMKPEM-B3

Setelah mempelajari bab ini, kamu dapat:

- mengidentifikasi bahaya di lingkungan ritel dan memilih pengendalian yang tepat
- menentukan tindakan tanggap darurat dasar untuk kebakaran ringan dan kecelakaan ringan
- menerapkan standar penampilan dan budaya kerja yang jujur, disiplin, dan bertanggung jawab
- bekerja sama dalam tim dan menyelesaikan perbedaan pendapat

Peta bab

Sub bab	Judul
3.1	Prinsip K3 di lingkungan pemasaran dan ritel
3.2	Prosedur tanggap darurat dasar
3.3	Standar penampilan pribadi dan budaya kerja
3.4	Kerja sama dalam tim

Bab 3 di LMS

Buka seluruh latihan bab ini di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-B3

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 3.1 · Prinsip K3 di lingkungan pemasaran dan ritel

SMKPEM-3.1

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **mengidentifikasi prinsip K3 dan menerapkan prosedur kerja yang aman dan profesional** di **lingkungan ritel**. K3 adalah singkatan dari **kesehatan, keselamatan, dan keamanan kerja**. Pada soal, kemampuan ini muncul dalam dua bentuk. Pertama, **menggolongkan tindakan** ke dalam keselamatan, kesehatan, atau keamanan, dan hampir selalu dalam bentuk memilih beberapa pernyataan. Kedua, **membaca gambar atau denah** gudang, toko, atau stan, lalu memilih catatan yang tepat tentang bahaya dan perbaikannya. Contoh resmi pada halaman kisi-kisi memuat soal kabel promosi yang direkatkan di lantai agar pengunjung tidak tersandung.

Soal sub bab ini berkategori sedang. Jebakan utamanya adalah **pengelompokan yang tertukar**: tindakan yang mencegah pencurian dipilih sebagai tindakan keselamatan, atau tindakan menjaga kondisi tubuh dipilih sebagai keamanan. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- membedakan keselamatan, kesehatan, dan keamanan kerja beserta contoh tindakan di ritel;
- mengenali bahaya pada denah, gambar, atau cerita tentang toko dan gudang, serta menilai risikonya;
- memilih pengendalian bahaya menurut urutan yang paling efektif;
- membaca empat jenis rambu K3 dan menerapkan cara mengangkat barang yang benar.

Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Mengapa K3 penting di tempat kerja pemasaran?

Toko, gudang, stan pameran, dan kantor penjualan tampak aman, tetapi di sana ada banyak sumber cedera: lantai basah, kabel, rak tinggi, tangga, kardus berat, bahan pembersih, dan uang tunai yang menarik pencuri. Pekerja ritel juga sering berdiri lama, mengangkat barang, dan melayani pembeli yang marah.

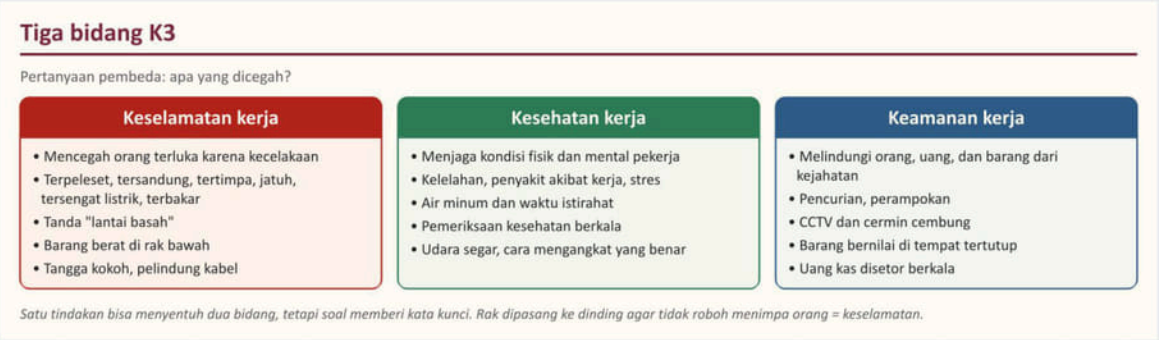
K3 adalah upaya menjaga agar **pekerja, pelanggan, dan barang** tetap sehat, selamat, dan aman selama kegiatan usaha berlangsung. Manfaatnya nyata bagi semua pihak:

- pekerja terhindar dari cedera dan sakit, sehingga dapat bekerja dengan tenang;
- pelanggan merasa nyaman, sehingga mau kembali;
- usaha terhindar dari biaya pengobatan, kerusakan barang, dan kerugian akibat pencurian;
- usaha memenuhi kewajiban terhadap aturan keselamatan kerja yang berlaku.

K3 bukan tugas satu orang. Pemilik menyediakan peralatan dan aturan, sedangkan setiap pekerja wajib menaatinya dan melaporkan bahaya yang ditemukan.

2. Tiga bidang K3: keselamatan, kesehatan, keamanan

Soal K3 di ritel hampir selalu meminta kamu membedakan tiga hal yang mirip. Gambar 3.1 merangkumnya.



Gambar 3.1 Tiga bidang K3 beserta pertanyaan pembeda dan contoh tindakannya di ritel. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Keselamatan kerja** adalah upaya **mencegah kecelakaan** yang dapat melukai pekerja atau pelanggan. Bahayanya bersifat peristiwa mendadak: terpeleset, tersandung, tertimpa, jatuh dari ketinggian, tersengat listrik, atau terbakar. Contoh tindakan: memasang tanda "lantai basah", menyimpan barang berat di rak bawah, memakai tangga yang kokoh, memasang pelindung pada kabel.
2. **Kesehatan kerja** adalah upaya **menjaga kondisi fisik dan mental pekerja** agar tidak sakit atau kelelahan akibat pekerjaan. Bahayanya bersifat bertahap: berdiri terlalu lama, udara pengap, kebisingan, bahan kimia, stres. Contoh tindakan: menyediakan air minum dan waktu istirahat, memeriksakan kesehatan secara berkala, menjaga kebersihan, mengatur kursi atau alas lantai untuk mengurangi kelelahan.
3. **Keamanan kerja** adalah upaya **melindungi orang, uang, dan barang dari pencurian**

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

dan tindak kejahatan. Contoh tindakan: memasang CCTV dan cermin cembung, mengunci etalase barang mahal, menyetor uang kas ke bank secara berkala, menghitung kas oleh dua orang.

Cara cepat membedakan: tanyakan **apa yang dicegah**.

- Mencegah **orang terluka karena kecelakaan** → keselamatan.
- Mencegah **orang sakit atau kelelahan** → kesehatan.
- Mencegah **barang dan uang hilang atau orang diserang** → keamanan.

Satu tindakan bisa terkait dua bidang, tetapi soal biasanya memberi kata kunci yang jelas. Rak pajangan yang dipasang pengait ke dinding agar tidak roboh menimpa orang adalah **keselamatan** (mencegah tertimpa), bukan keamanan, walaupun rak itu berisi barang berharga.

3. Bahaya, risiko, dan cara menemukannya

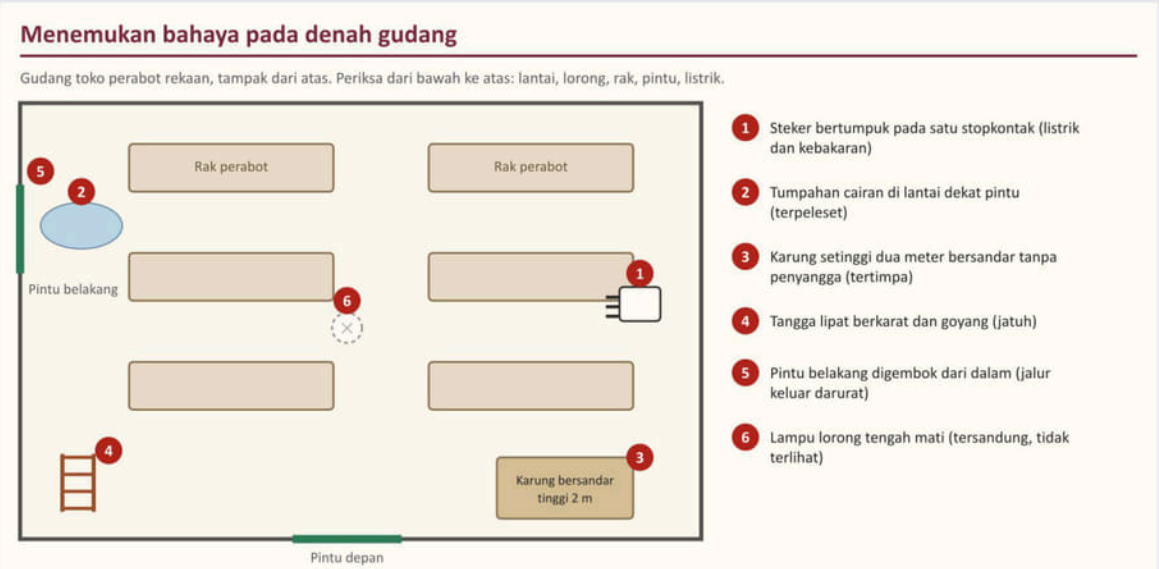
Bahaya adalah sesuatu yang berpotensi menyebabkan cedera, sakit, atau kerugian. **Risiko** adalah **seberapa besar kemungkinan** bahaya itu benar-benar menimbulkan akibat dan **seberapa parah** akibatnya. Lantai licin yang dilalui banyak orang setiap hari berisiko tinggi. Rak tinggi yang kokoh dan jarang diakses berisiko lebih rendah.

Jenis bahaya di tempat kerja ritel:

- **Fisik:** lantai licin, lantai tidak rata, kabel melintang, barang berat di tempat tinggi, tangga, suhu terlalu panas, bising.
- **Kimia:** pembersih lantai, pemutih, minyak pelumas, bahan yang mudah terbakar.
- **Ergonomi:** mengangkat beban dengan cara salah, berdiri atau duduk terlalu lama.
- **Listrik dan kebakaran:** steker menumpuk, kabel terkelupas, tidak ada alat pemadam.
- **Psikososial:** pelanggan marah, beban kerja berlebihan, jam kerja panjang.
- **Keamanan:** pencurian oleh orang luar atau dalam, perampokan.

Cara menemukan bahaya adalah **menyusuri tempat kerja dengan mata teliti**. Gambar 3.2 memperlihatkan denah rekaan sebuah gudang toko yang memuat enam bahaya. Biasakan memeriksa dalam urutan **bawah ke atas**: lantai dan lorong, barang di rak, bagian atas rak, lalu pintu, listrik, dan alat pemadam.

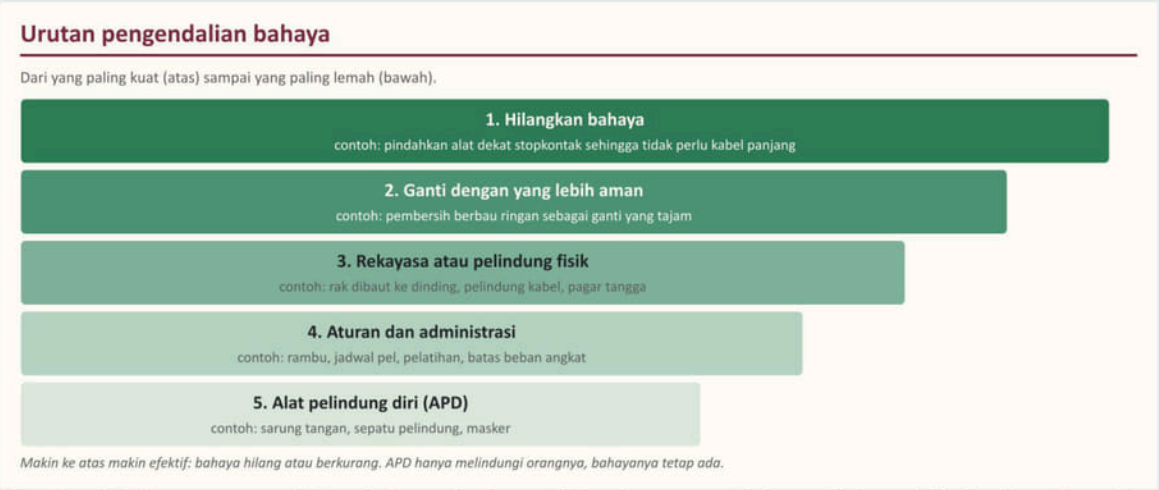
Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan



Gambar 3.2 Denah gudang rekaan dengan enam bahaya yang ditandai angka. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

4. Mengendalikan bahaya: urutan yang paling efektif

Setelah bahaya ditemukan, pilih cara mengendalikannya. Cara yang paling efektif adalah yang **menghilangkan bahaya itu sendiri**, bukan sekadar melindungi orang dari bahaya yang tetap ada. Gambar 3.3 menyusunnya dari yang paling kuat sampai yang paling lemah.



Gambar 3.3 Urutan pengendalian bahaya dari menghilangkan sampai alat pelindung diri. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Menghilangkan bahaya.** Contoh: memindahkan kabel panjang dengan memasang stopkontak dekat alat sehingga tidak ada kabel melintang.
2. **Mengganti dengan yang lebih aman.** Contoh: memakai pembersih lantai yang tidak berbau tajam sebagai pengganti pemutih.
3. **Rekayasa atau pelindung fisik.** Contoh: pelindung kabel yang rata di lantai, rak yang dibaut ke dinding, pagar pengaman di sisi tangga.
4. **Aturan dan administrasi.** Contoh: rambu, jadwal pengepelan, pelatihan, prosedur kerja, batas beban angkat.

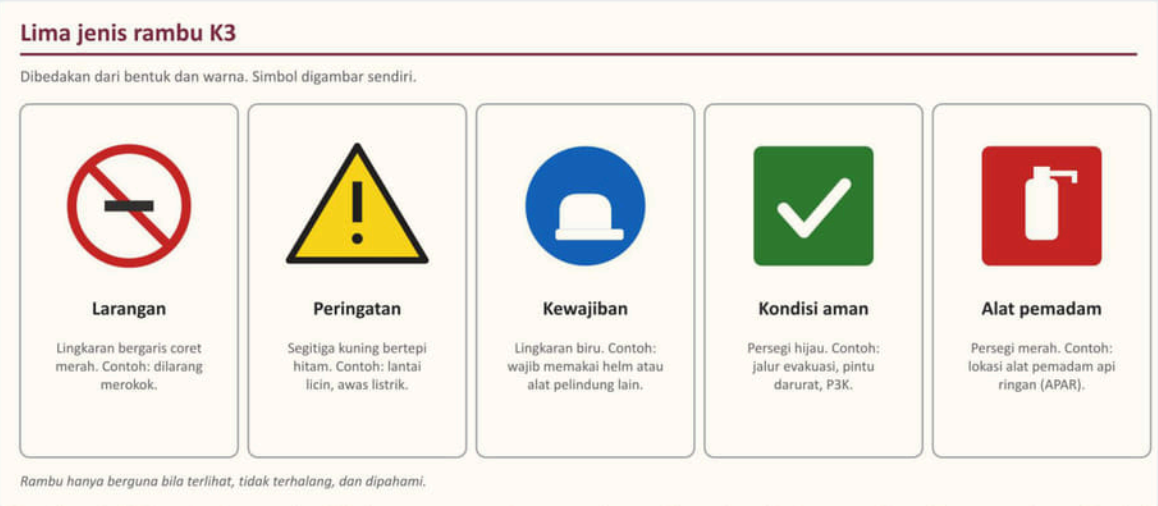
Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

5. **Alat pelindung diri (APD).** Contoh: sarung tangan, sepatu pelindung, masker. APD paling akhir karena bahaya tetap ada dan hanya orangnya yang dilindungi.

Pada soal "tindakan yang paling tepat", pilihan yang berada lebih atas pada urutan ini biasanya lebih kuat. Memasang rambu "hati-hati kabel" lebih lemah daripada merapikan kabel. Namun pilihan juga harus **masuk akal dan terjangkau** untuk usaha tersebut.

5. Rambu K3

Rambu menyampaikan pesan keselamatan dengan cepat, bahkan tanpa kata. Rambu dibedakan menurut **bentuk dan warna**. Gambar 3.4 menunjukkan lima jenis yang paling sering ditemui.



Gambar 3.4 Lima jenis rambu K3: larangan, peringatan, kewajiban, kondisi aman, dan alat pemadam. Simbol digambar sendiri. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

- **Larangan:** lingkaran bergaris coret merah. Contoh: dilarang merokok, dilarang menyalakan api.
- **Peringatan:** segitiga berwarna kuning. Contoh: lantai licin, awas listrik, awas barang jatuh.
- **Kewajiban:** lingkaran biru. Contoh: wajib memakai sarung tangan, wajib memakai sepatu pelindung.
- **Kondisi aman:** persegi hijau. Contoh: jalur evakuasi, pintu darurat, titik kumpul, kotak P3K.
- **Alat pemadam kebakaran:** persegi merah. Contoh: lokasi alat pemadam api ringan (APAR).

Rambu hanya berguna bila **terlihat, tidak terhalang, dan dipahami**. Rambu pintu darurat yang tertutup tumpukan kardus sama saja dengan tidak ada.

6. Tata ruang yang aman

Banyak kecelakaan di toko terjadi karena tata ruang. Kebiasaan sederhana ini mencegahnya:

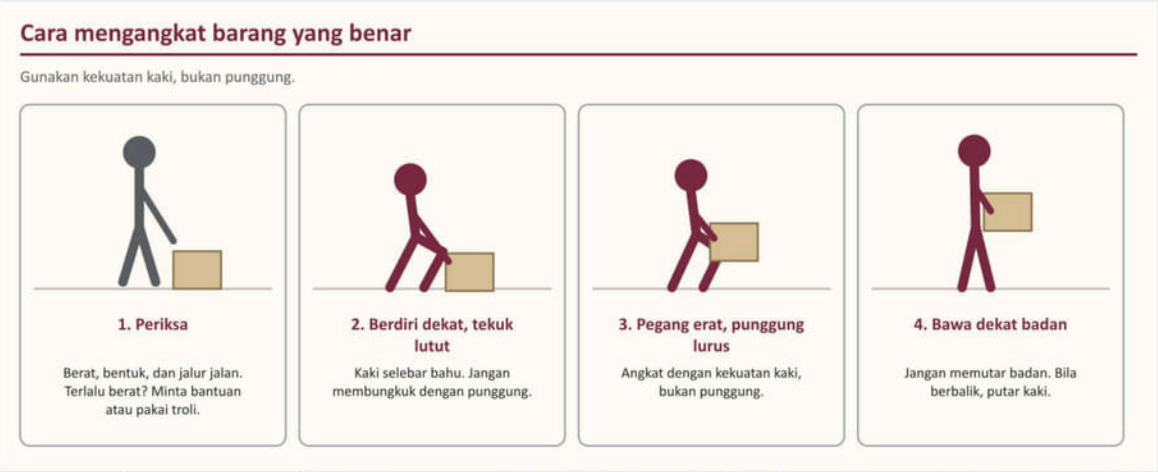
- **Lorong bebas hambatan** dan cukup lebar untuk dua orang berpapasan.
- **Pintu darurat dan alat pemadam** tidak boleh terhalang barang.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- **Barang berat di rak bawah, barang ringan di rak atas.** Barang berat di atas bisa jatuh menimpa orang.
- **Kabel dirapikan** dan tidak melintang di jalur jalan.
- **Bahan kimia terpisah dari makanan** dan disimpan dengan tutup rapat.
- **Lantai bersih dan kering.** Tumpahan segera dibersihkan dan diberi tanda sampai kering.
- **Tangga yang kokoh** untuk menjangkau rak atas, bukan kursi atau kardus.
- **Susunan tumpukan stabil,** tidak terlalu tinggi, dan tidak menyandar pada rak yang rapuh.

7. Cara mengangkat barang dengan benar

Cedera punggung adalah keluhan paling umum pada pekerja ritel dan gudang. Gambar 3.5 menunjukkan urutan mengangkat beban yang aman.



Gambar 3.5 Empat langkah mengangkat beban dengan aman. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Periksa dulu** bebannya: berat, bentuk, dan jalur yang akan dilalui. Bila terlalu berat, minta bantuan atau pakai troli.
2. **Berdiri dekat beban** dengan kaki selebar bahu, lalu **tekuk lutut**, bukan membungkuk dengan punggung.
3. **Pegang erat, punggung tetap lurus,** lalu angkat dengan **kekuatan kaki**.
4. **Bawa dekat dengan badan,** hindari memutar badan sambil membawa. Bila harus berbalik, putar kaki.

Beban yang sering diangkat berulang kali juga memengaruhi kesehatan. Karena itu, aturan batas beban dan **pergantian tugas** termasuk bagian K3.

8. Keamanan kerja: melindungi uang dan barang

Keamanan di ritel mencakup pencurian oleh pembeli, pencurian oleh orang dalam, dan perampokan. Langkah pencegahan yang umum:

- **Cermin cembung dan CCTV** di sudut yang sulit diawasi.
- **Barang bernilai tinggi disimpan di tempat tertutup** yang hanya dapat dibuka oleh

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

petugas tertentu.

- **Uang kas tidak dibiarkan menumpuk di laci:** diamankan atau disetorkan secara berkala, dan jumlah uang di laci dibatasi.
- **Penghitungan kas dilakukan dua orang** atau dicatat dengan bukti.
- **Barang masuk dan keluar dicatat,** dengan pemeriksaan stok berkala.
- **Prosedur buka dan tutup toko** yang jelas: siapa yang membuka kunci, siapa yang terakhir keluar.
- **Sikap waspada tetapi ramah** terhadap pembeli. Tuduhan tanpa bukti merusak hubungan dengan pelanggan.

Perhatikan bahwa semua tindakan ini bertujuan melindungi **barang, uang, atau orang dari kejahatan**. Itulah ciri keamanan yang membedakannya dari keselamatan.

9. Menilai risiko sederhana

Tidak semua bahaya dapat diperbaiki sekaligus. Karena itu, bahaya diurutkan menurut risikonya. Cara sederhana adalah memberi nilai 1 sampai 3 pada **kemungkinan** terjadi (jarang = 1, kadang = 2, sering = 3) dan pada **akibat** (ringan = 1, sedang = 2, berat = 3), lalu mengalikannya.

Contoh: lantai dekat pintu masuk sering basah saat hujan (kemungkinan 3) dan dapat menyebabkan terpeleset dengan cedera sedang (akibat 2), sehingga risikonya 3 × 2 = 6. Kardus berat yang ditumpuk tinggi dan jarang diambil (kemungkinan 1) tetapi dapat menimpa pekerja dengan akibat berat (3) berisiko 1 × 3 = 3. Bahaya dengan nilai risiko tertinggi diperbaiki lebih dulu. Cara ini membantu usaha kecil yang tenaga dan dananya terbatas.

10. Kesalahan umum

- **Mengelompokkan secara terbalik:** pencurian dianggap keselamatan, kelelahan dianggap keamanan.
- **Memilih APD sebagai jawaban pertama,** padahal bahaya dapat dihilangkan.
- **Hanya memasang rambu** tanpa memperbaiki bahaya.
- **Menyimpan barang berat di tempat tinggi** karena rak bawah dipakai barang ringan.
- **Menghalangi jalur darurat atau alat pemadam** karena kekurangan tempat.
- **Menganggap K3 hanya tugas petugas khusus.**

11. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- K3 = **kesehatan, keselamatan, keamanan** kerja.
- Pembeda: mencegah **cedera akibat kecelakaan** (keselamatan), **sakit atau kelelahan** (kesehatan), **kehilangan barang atau uang dan kejahatan** (keamanan).
- Bahaya = sumber potensi cedera; risiko = kemungkinan × akibat.
- Pengendalian dari kuat ke lemah: hilangkan, ganti, rekayasa, aturan, APD.
- Rambu: larangan (merah dicoret), peringatan (segitiga kuning), kewajiban (biru), aman

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(hijau), alat pemadam (merah).
- Barang berat di bawah; jalur darurat dan alat pemadam bebas hambatan; angkat dengan lutut.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 3.6 di akhir bagian ini.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Menggolongkan tindakan K3

Sebuah toko alat tulis dan fotokopi rekaan menyusun daftar tindakan. Golongkan tiap tindakan ke keselamatan, kesehatan, atau keamanan.

1. Memasang pelindung kabel mesin fotokopi di lantai.
2. Menyediakan kursi bersandaran dan jadwal istirahat bagi penjaga kasir.
3. Menyimpan uang kas dalam brankas dan menyetornya setiap sore.
4. Menaruh dus kertas yang berat di rak paling bawah.
5. Membuka jendela atau memasang kipas karena udara dekat mesin fotokopi pengap.
6. Memasang cermin cembung di dekat rak pulpen yang sering hilang.

Langkah. Tanyakan: **apa yang dicegah?**

1. Mencegah orang tersandung kabel → **keselamatan**.
2. Menjaga fisik penjaga kasir dari kelelahan → **kesehatan**.
3. Melindungi uang dari pencurian → **keamanan**.
4. Mencegah dus berat jatuh menimpa orang → **keselamatan**.
5. Menjaga udara tempat kerja tidak pengap → **kesehatan**.
6. Mencegah pencurian pulpen → **keamanan**.

Jawaban: keselamatan: 1 dan 4; kesehatan: 2 dan 5; keamanan: 3 dan 6.

Contoh 2 — Menemukan bahaya dan memilih pengendalian

Gudang toko perabot rekaan (2027): tiga alat listrik dipasang bersama pada satu stopkontak lewat steker bertumpuk, karung perekat setinggi dua meter bersandar ke dinding, tangga lipat berkarat di pojok, dan lantai dekat pintu belakang basah oleh tumpahan cairan. Pekerja sering mengambil barang di dekat stopkontak itu. Pilih pengendalian terbaik untuk **steker bertumpuk**: (a) memasang rambu "awas listrik"; (b) menambah stopkontak dengan kapasitas yang sesuai dan mengurangi alat yang menyala bersamaan; (c) membagikan sarung tangan karet kepada pekerja; (d) meminta pekerja berhati-hati.

Langkah.

1. Bahaya: beban listrik berlebihan pada satu titik → risiko panas dan kebakaran (kemungkinan kadang, akibat berat).
2. Urutan pengendalian: menghilangkan atau memperbaiki sumber bahaya lebih kuat daripada rambu, imbauan, dan APD.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. (b) memperbaiki sumber bahaya (rekayasa dan pengurangan beban) → paling kuat.
4. (a) dan (d) hanya peringatan sehingga bahaya tetap ada. (c) APD tidak mencegah korsleting.

Jawaban: (b). Rambu dan imbauan hanya pelengkap.

Contoh 3 — Mengurutkan perbaikan menurut risiko

Dari gudang yang sama, nilailah risiko tiga bahaya, lalu urutkan perbaikannya.

Bahaya	Kemungkinan	Akibat	Risiko
Lantai basah dekat pintu belakang	3	2	6
Steker bertumpuk pada satu stopkontak	2	3	6
Tangga lipat berkarat di pojok	1	2	2

Langkah.

1. Lantai basah: 3 × 2 = 6, karena sering dilalui dan mungkin membuat orang terpeleset.
2. Steker bertumpuk: 2 × 3 = 6; kemungkinan kadang, tetapi akibatnya berat bila terjadi kebakaran.
3. Tangga berkarat: 1 × 2 = 2, jarang dipakai dan akibatnya sedang.
4. Dua bahaya pertama bernilai sama. Perbaikan yang paling cepat dan murah dikerjakan lebih dulu: mengelap lantai dan memasang tanda "lantai basah" saat ini juga, lalu menata ulang stopkontak.

Jawaban: lantai basah dan steker bertumpuk lebih dulu (nilai 6), tangga berkarat belakangan (nilai 2). Bila sama, pilih yang paling cepat dan murah diperbaiki, tanpa melupakan bahaya yang akibatnya paling berat.

❖ PETA KONSEP



Gambar 3.6 Peta konsep prinsip K3 di lingkungan pemasaran dan ritel. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal K3:

1. **Baca definisi yang diberikan soal** (misalnya "yang dimaksud keselamatan kerja adalah..."). Soal sering menyebut batasan itu.
2. **Pada soal penggolongan,** tanyakan untuk tiap pernyataan: apa yang dicegah? Kecelakaan, sakit, atau kejahatan?
3. **Pada soal gambar atau denah,** periksa dari bawah ke atas: lantai, lorong, rak, bagian atas rak, pintu darurat, kabel, alat pemadam, bahan kimia. Cocokkan setiap catatan dengan apa yang benar-benar tampak.
4. **Pada soal pengendalian,** pilih yang paling kuat menurut urutan dan masih masuk akal untuk usaha itu.
5. **Pada soal pernyataan,** nilai satu per satu. Hati-hati dengan pernyataan yang benar secara umum tetapi tidak sesuai gambar.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Keselamatan ↔ keamanan.** CCTV dan kunci bukan keselamatan; mereka melindungi barang.
- **Keselamatan ↔ kesehatan.** Istirahat dan air minum bukan keselamatan; mereka menjaga kesehatan.
- **Catatan benar secara umum, tidak sesuai gambar.** Misalnya "APAR sudah dekat pintu" padahal gambar menunjukkan alat itu terhalang.
- **Rambu dianggap solusi** tanpa memperbaiki bahaya.
- **APD sebagai jawaban pertama.**
- **Memindahkan barang ke tempat tinggi** agar lantai kosong.
- **Mengangkat dengan punggung** karena "lebih cepat".

> Contoh salah tafsir: seorang siswa menjawab bahwa "memasang cermin cembung di sudut toko" adalah tindakan keselamatan karena cermin membantu melihat orang yang berjalan. Cermin itu memang memperlihatkan orang, tetapi tujuannya mengawasi pencurian. Karena tujuan utamanya melindungi barang dari pencurian, ia termasuk keamanan.

● BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menyuruh mengelompokkan tindakan ke dalam keselamatan kerja menurut definisi dari supervisor. Gunakan definisi itu sebagai saringan: hanya tindakan yang mencegah kecelakaan yang lolos.

►. Supervisor minimarket Serba Ada menyusun daftar tindakan K3 untuk tahun 2027. Ia meminta Yuda, siswa PKL, mengelompokkan tindakan-tindakan berikut. Supervisor menegaskan bahwa yang dimaksud keselamatan kerja adalah tindakan untuk mencegah kecelakaan kerja yang dapat melukai karyawan atau pelanggan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Tindakan yang termasuk penerapan prinsip keselamatan kerja adalah ....

(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Memasang tanda peringatan "lantai basah" setiap kali lantai toko sedang dipel.

☐ B. Memasang CCTV dan cermin cembung di sudut toko untuk mengurangi pencurian barang.

☐ C. Menyediakan air minum dan memeriksakan kesehatan karyawan setiap enam bulan sekali.

☐ D. Menyusun barang yang berat di rak bawah agar tidak jatuh menimpa saat diambil.

☐ E. Memakai tangga lipat yang kokoh, bukan kursi plastik, saat menata barang di rak atas.

Pembahasan **Kunci: A, D, E**

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: K3 di ritel mencakup keselamatan (mencegah kecelakaan seperti terpeleset, tertimpa, terjatuh), kesehatan (menjaga kondisi fisik dan mental pekerja), dan keamanan (melindungi orang serta barang dari pencurian atau kejahatan).

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Mencegah karyawan atau pelanggan terpeleset.

• **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: CCTV dan cermin cembung melindungi barang dari pencurian, sehingga termasuk keamanan, bukan keselamatan.

• **Pernyataan 3** ✗ Tindakan ini menjaga kondisi tubuh karyawan, sehingga termasuk kesehatan kerja.

• **Pernyataan 4** ✓ Mencegah barang jatuh dan melukai orang yang mengambilnya.

• **Pernyataan 5** ✓ Mencegah karyawan jatuh saat bekerja di ketinggian.

Jawaban: pernyataan 1, 4, 5.

Educational Institutions

✎ LATIHAN

Untuk soal gambar, tulis dulu bahaya yang tampak di gambar. Untuk soal penggolongan, tulis apa yang dicegah oleh tiap tindakan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

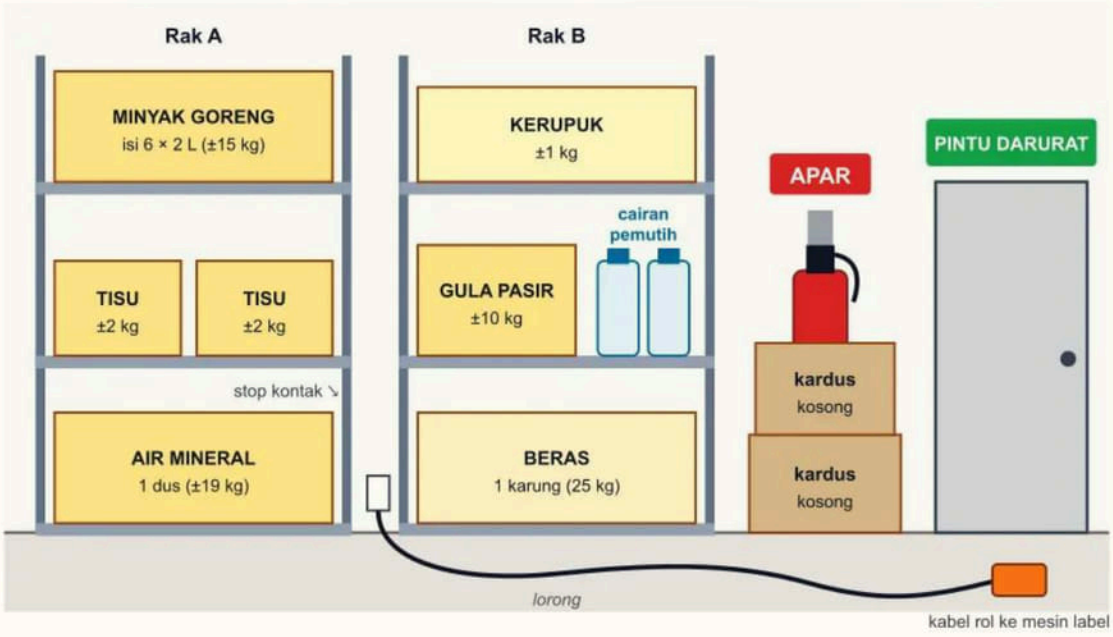
1. Supervisor Toko Swalayan Murah Jaya meminta Bayu, siswa PKL, memeriksa kondisi K3 gudang belakang sebelum audit internal pada Juni 2027. Bayu memotret gudang dari depan seperti pada gambar, lalu menulis beberapa catatan untuk dilaporkan kepada supervisor.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Catatan Bayu yang tepat berdasarkan gambar adalah ....

(Jawaban benar lebih dari satu.)

Gudang belakang Toko Swalayan Murah Jaya — tampak depan (Juni 2027)



Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. APAR sudah memenuhi syarat karena terpasang di dinding dekat pintu darurat.

☐ B. Kardus minyak goreng ±15 kg di rak paling atas perlu dipindah ke rak bawah.

☐ C. Pintu darurat terhalang tumpukan barang sehingga jalurnya perlu segera dikosongkan.

☐ D. Kabel rol yang melintang di lantai lorong perlu dirapikan agar orang tidak tersandung.

☐ E. Cairan pemutih di rak B perlu dipisahkan dari bahan makanan seperti gula pasir.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Toko perhiasan imitasi Kilau di pusat perbelanjaan menyusun aturan kerja baru untuk tahun 2027. Pemilik meminta Tasya, siswa PKL, memilih aturan yang termasuk prinsip KEAMANAN, karena toko itu pernah kehilangan barang dan uang kas pada tahun sebelumnya.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Aturan yang termasuk prinsip keamanan adalah ....

(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

- ☐ A. Karyawan memakai sepatu bersol karet agar tidak terpeleset di lantai keramik.
- ☐ B. Etalase berisi barang mahal selalu dikunci, dan kuncinya dipegang petugas yang ditunjuk.
- ☐ C. Karyawan beristirahat 15 menit setiap dua jam berdiri agar tidak kelelahan.
- ☐ D. Uang kas disetor ke bank setiap siang, sehingga tidak menumpuk di laci kasir.
- ☐ E. Rak pajangan dipasang pengait ke dinding agar tidak roboh bila tersenggol pengunjung.

Kunci singkat: 1. B, D, E 2. B, D

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa memasang kunci pada etalase termasuk keamanan, sedangkan memasang tanda lantai basah termasuk keselamatan?
- Urutkan lima tingkat pengendalian bahaya dari yang paling kuat.
- **Yang harus kuingat:** tanyakan apa yang dicegah; periksa gambar dari bawah ke atas; pilih pengendalian yang menghilangkan bahaya, bukan hanya melindungi orang.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 3.1: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-3.1

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 3.2 · Prosedur tanggap darurat dasar

SMKPEM-3.2

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **menentukan tindakan yang tepat dalam situasi kerja**, dengan batasan **tanggap darurat dasar seperti kebakaran ringan, kecelakaan ringan, dan risiko umum** di lingkungan ritel. Pada soal, kamu diberi cerita pendek tentang sebuah kejadian mendadak di toko, mal, atau kedai (alarm kebakaran, pelanggan pingsan, gempa, asap dari stopkontak, tangan tersiram air panas, api di wajan), lalu diminta memilih **tindakan yang paling tepat**.

Kata "paling tepat" dan kata penunjuk waktu seperti "pertama" atau "saat guncangan masih berlangsung" sangat penting. Beberapa pilihan jawaban berisi tindakan yang baik, tetapi tidak tepat **pada saat itu** atau tidak tepat **untuk jenis kejadian itu**. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- mengurutkan tindakan umum saat terjadi keadaan darurat di tempat kerja;
- memilih cara memadamkan api dan alat pemadam menurut jenis benda yang terbakar;
- melakukan evakuasi dengan benar saat alarm berbunyi atau terjadi gempa;
- memberikan pertolongan pertama dasar pada luka, luka bakar, pingsan, dan sengatan listrik.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Keadaan darurat dan prinsip utamanya

Keadaan darurat adalah kejadian mendadak yang mengancam keselamatan orang, barang, atau kelangsungan kerja dan harus ditangani segera: kebakaran, kecelakaan, gempa, listrik korslet, atau pelanggan yang tiba-tiba sakit. Di toko dan pusat belanja, pekerja sering menjadi orang pertama di tempat kejadian, sehingga harus tahu apa yang dilakukan dalam beberapa detik pertama.

Tiga prinsip yang berlaku di hampir semua kejadian:

1. **Keselamatan orang lebih penting daripada barang.** Jangan kembali mengambil barang, uang, atau telepon saat evakuasi.
2. **Tetap tenang dan jangan menambah korban.** Jangan menolong dengan cara yang membahayakan diri sendiri (misalnya menyentuh korban yang masih terkena listrik).
3. **Mintalah bantuan secepatnya** dari pihak yang berwenang.

Gambar 3.7 meringkas urutan tindakan umum yang dapat kamu pakai sebagai kerangka.



Gambar 3.7 Lima langkah umum saat keadaan darurat. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Tenang dan nilai keadaan** dalam beberapa detik: apa yang terjadi, apakah aman bagiku?
2. **Amankan diri dan hentikan sumber bahaya bila aman,** misalnya mematikan kompor atau memutus listrik.
3. **Beri tanda dan lapor:** teriak, bunyikan alarm, kabari atasan atau petugas keamanan.
4. **Tolong atau evakuasi** orang di sekitar menuju tempat aman.
5. **Hubungi bantuan:** nomor darurat nasional **112**, pemadam kebakaran **113**, dan layanan gawat darurat medis **119**. Pasang daftar nomor itu di dekat kasir atau papan pengumuman.

Urutannya dapat berubah menurut kejadian, tetapi kerangka ini mencegah tindakan yang terburu-buru.

2. Kebakaran: segitiga api dan jenis kebakaran

Api membutuhkan tiga unsur: **panas, bahan bakar, dan oksigen**. Ketiganya disebut **segitiga api**. Memadamkan api berarti **memutus salah satu unsur**: mendinginkan (air), menutup agar tidak ada oksigen (selimut basah, busa, penutup wajan), atau menjauhkan bahan bakar (mematikan kompor atau menutup aliran gas).

Kebakaran dibedakan menurut benda yang terbakar karena **cara memadamkannya berbeda**:

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Kelas	Benda yang terbakar	Contoh	Pemadam yang cocok	Yang dilarang
A	benda padat	kertas, kardus, kain, kayu	air, busa, serbuk kimia kering	—
B	cairan dan gas mudah terbakar	minyak goreng, bensin, cat	busa, karbon dioksida (CO_2), serbuk kimia kering	**jangan disiram air** (api melebar)
C	peralatan listrik bertegangan	stopkontak, kabel, mesin	CO_2, serbuk kimia kering	**jangan disiram air** (menyetrum)
D	logam	logam tertentu di industri	pemadam khusus	jarang di toko

Gambar 3.8 memperlihatkan segitiga api dan pemilihan alat pemadam.



Gambar 3.8 Segitiga api dan alat pemadam api ringan (APAR) menurut jenis kebakaran. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

APAR (alat pemadam api ringan) berupa tabung yang mudah dibawa. Jenis yang sering ada di toko adalah **serbuk kimia kering** yang serbaguna untuk kelas A, B, dan C, serta **CO_2** untuk peralatan listrik dan cairan. Tabung harus **mudah dilihat dan dijangkau, tidak terhalang barang, diperiksa tekanannya secara berkala,** dan belum melewati masa kedaluwarsa.

3. Memadamkan api kecil: cara PASS

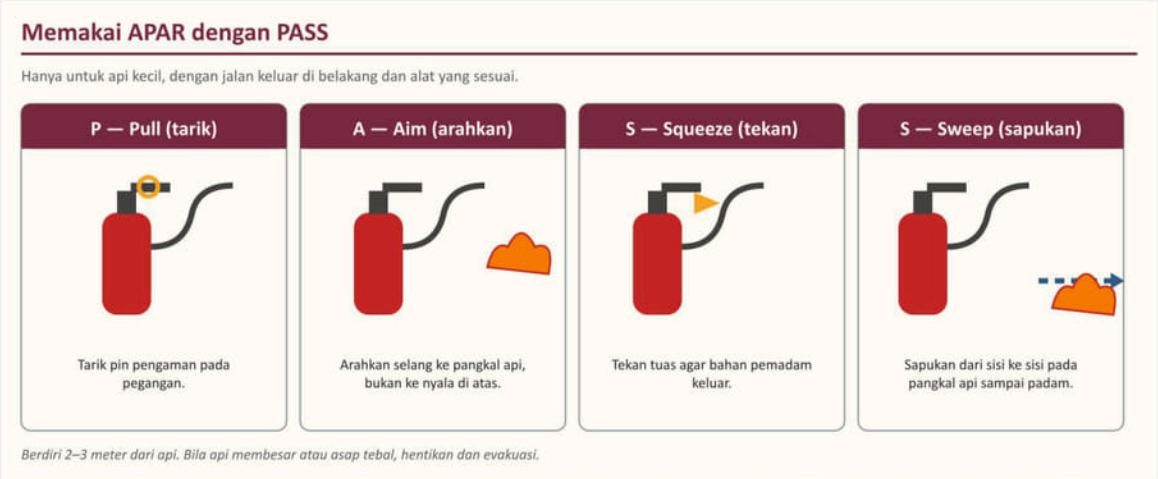
Api kecil, yaitu api yang belum menyebar dan belum lebih besar daripada tong sampah, dapat dipadamkan bila **semua syarat** berikut terpenuhi:

- kamu sudah **memberi tahu orang lain** atau membunyikan alarm;
- ada **alat pemadam yang sesuai** dengan jenis kebakaran;
- **jalan keluar ada di belakangmu** dan tidak terhalang;
- asap belum tebal, dan kamu merasa mampu.

Bila salah satu syarat tidak terpenuhi, atau api membesar, **jangan memaksakan diri**: segera evakuasi dan serahkan kepada pemadam kebakaran.

Langkah menggunakan APAR diingat dengan kata **PASS** (Gambar 3.9).

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan



Gambar 3.9 Empat langkah memakai APAR: tarik, arahkan, tekan, sapukan. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **P (Pull) — Tarik pin pengaman.**
2. **A (Aim) — Arahkan selang ke pangkal api,** bukan ke nyala yang di atas.
3. **S (Squeeze) — Tekan tuas** pemadam.
4. **S (Sweep) — Sapukan** dari sisi ke sisi pada pangkal api sampai padam.

Berdirilah sekitar dua sampai tiga meter dari api, dengan jalan keluar di belakangmu. Setelah api padam, tetap awasi beberapa saat, karena api dapat menyala kembali.

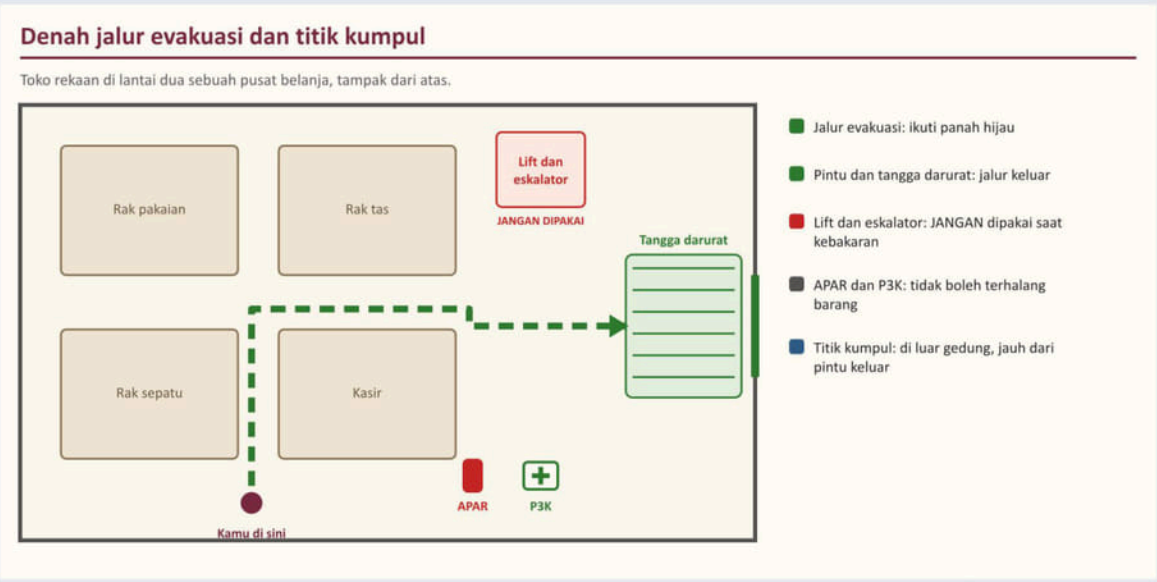
Kasus khusus:

- **Api pada minyak panas di wajan:** matikan kompor, **tutup wajan dengan penutup atau kain basah yang diperas**, dan **jangan siram air**.
- **Api pada peralatan listrik:** bila aman, **putuskan aliran listrik** (cabut atau matikan sakelar utama dari tempat yang aman), lalu pakai alat yang cocok untuk listrik. Jangan pakai air.
- **Asap atau bau hangus dari stopkontak sebelum ada api:** matikan aliran listrik di sumbernya bila aman, jauhkan barang yang mudah terbakar, dan laporkan kepada atasan.

4. Evakuasi saat alarm berbunyi

Bila api tidak dapat dipadamkan atau alarm berbunyi, lakukan evakuasi. Gambar 3.10 memperlihatkan denah jalur evakuasi sebuah toko rekaan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan



Gambar 3.10 Denah rekaan dengan jalur evakuasi, pintu darurat, tangga darurat, APAR, dan titik kumpul. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Aturan evakuasi:

1. **Tinggalkan barang.** Jangan mengambil tas atau menutup toko lebih dulu.
2. **Ajak dan arahkan pengunjung,** dahulukan yang membutuhkan bantuan seperti anak, lansia, dan ibu hamil.
3. **Gunakan tangga darurat, bukan lift atau eskalator.** Lift dapat mati atau berhenti di lantai yang terbakar, dan eskalator terbuka terhadap asap.
4. **Bila ada asap, merunduk** dan tutup hidung dengan kain basah, karena udara bersih berada dekat lantai.
5. **Tutup pintu di belakang** untuk memperlambat api, tetapi **jangan dikunci**.
6. **Menuju titik kumpul** dan **hitung orang** yang ada. Laporkan bila ada yang belum terlihat.
7. **Jangan kembali** ke dalam gedung sebelum petugas menyatakan aman.

5. Gempa bumi

Pada saat **guncangan berlangsung**, tindakan yang benar adalah **melindungi diri di tempat**, bukan berlari keluar. Berlari saat guncangan berisiko tertimpa benda yang jatuh. Ingat tiga kata: **tunduk, lindungi, bertahan**.

1. **Tunduk** ke lantai, jauhi rak tinggi, kaca, dan benda yang dapat jatuh.
2. **Lindungi kepala dan leher** dengan tangan atau tas, bila mungkin berlindung di bawah meja yang kokoh.
3. **Bertahan** sampai guncangan berhenti.

Sesudah guncangan berhenti, barulah evakuasi lewat tangga menuju tempat terbuka atau titik kumpul, sambil waspada terhadap gempa susulan. Matikan kompor dan listrik bila aman. Jauhi dinding kaca dan kabel putus.

6. Kecelakaan ringan: pertolongan pertama (P3K)

P3K (pertolongan pertama pada kecelakaan) adalah tindakan awal yang diberikan sebelum tenaga medis tiba, dengan tujuan mencegah keadaan memburuk. Pertolongan pertama bukan pengobatan. Urutan umum: **amankan lokasi dan diri**, **periksa korban** (sadar? bernapas?), **minta bantuan atau hubungi 119**, **beri pertolongan sesuai kebutuhan**, dan **pantau** sampai bantuan datang.

Gambar 3.11 merangkum penanganan kejadian ringan yang paling sering di tempat kerja ritel.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Pertolongan pertama untuk kecelakaan ringan

Kejadian	Lakukan	Hindari
Luka sayat berdarah	tekan langsung dengan kain bersih, angkat bagian luka, lalu perban	mengoleskan benda asing; mengikat terlalu kencang lama
Luka bakar ringan, tersiram air panas	alirkan air bersih mengalir 10–20 menit, tutup longgar kain bersih	mengoleskan odol, mentega, atau minyak; memecahkan lepuhan
Pingsan	pastikan aman, panggil bantuan atau 119, periksa napas, longgarkan pakaian, posisi pemulihan bila bernapas	memberi minum; menampar atau menepuk keras; memindahkan sembarangan
Tersengat listrik	putuskan aliran listrik lebih dulu, lalu periksa napas dan panggil bantuan	menyentuh korban saat masih terhubung listrik
Terkilir atau memar	istirahatkan, kompres dingin berbalut kain, balut, angkat bila bisa	memaksa bagian itu bergerak; mengurut keras

Pertolongan pertama bukan pengobatan. Bila keadaan berat, segera bawa atau panggil tenaga medis.

Gambar 3.11 Tindakan yang tepat dan yang harus dihindari pada lima kejadian ringan. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

- **Luka sayat dengan perdarahan:** cuci tangan atau pakai sarung tangan, **tekan luka langsung memakai kain bersih** beberapa menit, naikkan bagian yang terluka bila bisa, lalu tutup dengan perban. Bila perdarahan tidak berhenti atau luka dalam, bawa ke tenaga medis.
- **Luka bakar ringan atau tersiram air panas: alirkan air bersih mengalir pada bagian yang terbakar selama 10–20 menit**, lalu tutup longgar dengan kain bersih. **Jangan** mengoleskan odol, mentega, atau minyak, dan **jangan** memecahkan lepuhan. Luka luas atau di wajah perlu ke tenaga medis.
- **Pingsan:** pastikan lingkungan aman, **panggil bantuan atau 119**, periksa napasnya, longgarkan pakaian yang ketat, dan baringkan. Bila ia bernapas tetapi tidak sadar, miringkan ke posisi pemulihan. **Jangan memberi minum** orang yang tidak sadar karena dapat tersedak, dan jangan menamparnya.
- **Tersengat listrik: putuskan aliran listrik lebih dulu** atau jauhkan sumber listrik dengan benda kering yang tidak menghantarkan, **jangan menyentuh korban langsung selama masih terhubung dengan listrik**. Lalu periksa napas dan panggil bantuan.
- **Terkilir atau memar:** istirahatkan bagian itu, kompres dingin yang dibungkus kain, balut secukupnya, dan angkat bila bisa.

Kotak P3K berisi antara lain kasa steril, perban, plester, antiseptik, sarung tangan sekali pakai, gunting, kapas, dan buku petunjuk. Kotak harus diletakkan di tempat yang mudah dijangkau dan diperiksa isinya secara berkala.

7. Risiko umum lain

Kisi-kisi juga menyebut "risiko umum". Beberapa yang sering ditemui:

- **Listrik padam:** tetap tenang, gunakan senter, bukan lilin; periksa lorong dan jaga agar pengunjung tidak berdesakan.
- **Banjir kecil atau atap bocor:** matikan listrik di area basah, pindahkan barang ke tempat tinggi, beri tanda lantai licin.
- **Pelanggan sakit mendadak:** hubungi atasan dan layanan medis, jangan memaksa memberi obat.
- **Bau gas:** jangan menyalakan api atau sakelar listrik; buka jendela bila aman, tutup katup

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

gas, dan keluar.

8. Persiapan agar siap saat darurat

Kesiapan menentukan hasil. Usaha yang tanggap memiliki:

- **rambu jalur evakuasi** yang terlihat dan tidak terhalang;
- **APAR dan kotak P3K** yang dicek berkala;
- **daftar nomor darurat** yang ditempel;
- **petugas yang ditunjuk** dan dilatih (siapa yang membunyikan alarm, siapa yang memandu pengunjung, siapa yang menghitung orang);
- **latihan evakuasi** secara berkala;
- **catatan kejadian** untuk dilaporkan dan dipelajari.

9. Kesalahan umum

- **Menyelamatkan barang lebih dulu.**
- **Memakai lift atau eskalator saat kebakaran.**
- **Memadamkan api minyak atau listrik dengan air.**
- **Memaksakan memadamkan api yang sudah besar.**
- **Berlari keluar saat guncangan gempa masih berlangsung.**
- **Memberi minum, menepuk keras, atau memindahkan korban pingsan secara sembarangan.**
- **Menyentuh korban sengatan listrik** sebelum aliran listrik diputus.
- **Mengoleskan odol atau mentega pada luka bakar.**

10. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Urutan umum: tenang → amankan diri dan hentikan sumber bahaya → lapor → tolong dan evakuasi → hubungi bantuan (112, 113, 119).
- Api: putus salah satu unsur segitiga api. Kelas A (padat: air, busa, serbuk), kelas B (cair: jangan air), kelas C (listrik: jangan air).
- APAR: **PASS** (tarik, arahkan ke pangkal, tekan, sapukan); padamkan hanya bila api kecil, ada alat sesuai, dan jalan keluar di belakang.
- Evakuasi: tinggalkan barang, tangga darurat (bukan lift atau eskalator), merunduk saat asap, titik kumpul.
- Gempa: saat berguncang, tunduk, lindungi kepala, bertahan, jauhi kaca dan rak; setelah berhenti baru evakuasi.
- P3K: luka (tekan), luka bakar (air mengalir 10–20 menit), pingsan (bantuan, pantau napas, jangan beri minum), listrik (putus arus dulu).
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 3.12 di akhir bagian ini.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Mengurutkan tindakan saat api kecil

Seorang pramuniaga di gudang pakaian rekaan melihat tumpukan kardus kosong di dekat pintu belakang mulai menyala akibat puntung rokok yang dibuang pekerja. Api masih setinggi sekitar 20 cm. Di dinding dekat pintu tergantung sebuah APAR serbuk kimia. Pintu belakang terbuka. Urutkan lima tindakan berikut.

(a) Menarik pin APAR lalu mengarahkan ke pangkal api; (b) berteriak memberi tahu rekan dan menghubungi pemadam kebakaran; (c) memeriksa bahwa jalan keluar di belakangnya tidak terhalang; (d) menekan tuas dan menyapukan dari sisi ke sisi; (e) mengawasi lokasi sampai yakin api tidak menyala lagi.

Langkah.

1. Api kecil, benda padat (kelas A), APAR serbuk cocok, jalan keluar ada → boleh dipadamkan.
2. Lebih dulu **memberi tahu orang lain** (b), karena bila gagal sudah ada yang bersiap.
3. Lalu **memastikan jalan keluar bebas** (c).
4. Lalu PASS: (a) tarik dan arahkan, (d) tekan dan sapukan.
5. Terakhir awasi (e).

Jawaban: b – c – a – d – e.

Contoh 2 — Memilih alat pemadam menurut jenis api

Pilih tindakan yang tepat untuk tiap kejadian rekaan: (1) tumpukan koran di gudang terbakar; (2) minyak goreng dalam panci kecil terbakar di dapur kedai; (3) kabel mesin pemotong kertas berasap dan menyala; (4) bensin tumpah di halaman toko dan menyala.

Langkah. Tentukan kelas kebakaran dulu.

1. Koran = benda padat (A) → air atau APAR serbuk/busa.
2. Minyak = cairan (B) → tutup panci dengan penutup atau kain basah yang diperas dan matikan kompor; **jangan air**.
3. Kabel = listrik (C) → putuskan aliran listrik bila aman, lalu APAR CO_2 atau serbuk; **jangan air**.
4. Bensin = cairan (B), api luas dan berbahaya → evakuasi dan hubungi 113; bila kecil dan ada APAR yang sesuai dengan jalan keluar di belakang, pakai APAR serbuk atau busa, bukan air.

Jawaban: 1 air atau serbuk; 2 tutup, tanpa air; 3 putus listrik lalu CO_2 atau serbuk; 4 prioritaskan evakuasi dan 113.

Contoh 3 — Pertolongan pertama pada luka sayat

Seorang karyawan gudang rekaan terkena mata pisau pemotong kardus sehingga telapak tangannya berdarah. Lukanya sekitar tiga sentimeter dan darah merembes terus. Ia sadar dan tidak pusing. Tindakan yang paling tepat adalah (a) mengoleskan kopi bubuk agar darah berhenti; (b) menekan luka memakai kain bersih sambil mengangkat tangan lalu memperbannya; (c) membiarkan terbuka agar kering; (d) mengikat pergelangan tangan sekencang mungkin selama satu jam.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah.

1. Korban sadar, perdarahan ringan sampai sedang.
2. Tindakan dasar: **tekan langsung dengan kain bersih** dan **naikkan** bagian yang terluka.
3. (a) benda asing dan kotor di luka; (c) tidak menghentikan perdarahan; (d) pengikat terlalu kencang dalam waktu lama berbahaya.
4. Bila perdarahan tidak berhenti setelah beberapa menit atau luka dalam, bawa ke tenaga medis.

Jawaban: (b).

❖ PETA KONSEP



Gambar 3.12 Peta konsep prosedur tanggap darurat dasar. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal tanggap darurat:

1. **Tentukan jenis kejadian** (kebakaran, evakuasi, gempa, luka, pingsan, listrik) dan **waktunya** ("saat guncangan", "pertama", "sesudah").
2. **Tulis prinsip utamanya** untuk kejadian itu: misalnya kebakaran besar = evakuasi lewat tangga darurat, gempa saat berguncang = berlindung.
3. **Coret pilihan yang menyelamatkan barang lebih dulu,** memakai lift atau eskalator, atau menyiram air pada minyak atau listrik.
4. **Periksa batasan pada tokoh:** sudah dilatih atau belum, ada alat atau tidak, sendirian atau tidak.
5. **Pilih tindakan yang paling aman dan paling dulu dikerjakan.** Banyak pilihan benar secara umum, tetapi tidak benar untuk saat itu.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Barang dulu:** menutup rolling door atau mengemas barang sebelum mengajak orang keluar.
- **Lift atau eskalator** karena "masih berjalan dan paling dekat".
- **Berlari keluar saat guncangan,** padahal yang tepat berlindung dulu.
- **Menunggu petugas** padahal waktu sangat terbatas dan jalur sudah jelas.
- **Memberi minum atau menepuk korban pingsan.**
- **Mengoleskan sesuatu pada luka bakar** alih-alih mengalirkan air.
- **Mematikan listrik di panel lebih dulu** sebagai langkah pertama saat guncangan masih terjadi.
- **Menunggu keluarga** sebelum menolong.

> Contoh salah tafsir: seorang pramuniaga menjawab bahwa saat alarm kebakaran berbunyi, ia harus menutup stan dan mengunci barang berharga lebih dulu "supaya tidak dicuri". Jawaban itu terdengar bertanggung jawab, tetapi mengutamakan barang daripada orang. Tindakan yang tepat adalah mengajak pengunjung ke tangga darurat dan titik kumpul tanpa membawa barang.

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menyajikan alarm kebakaran di mal dengan pengunjung yang membawa bayi. Gunakan prinsip evakuasi: orang dulu, tangga darurat, titik kumpul, tanpa barang.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Sari menjaga stan pakaian di lantai 3 sebuah mal pada Desember 2027. Tiba-tiba alarm kebakaran berbunyi dan pengeras suara mengumumkan bahwa ada kebakaran di lantai 2 serta meminta semua pengunjung segera meninggalkan gedung. Di stan Sari ada enam pengunjung, termasuk seorang ibu yang menggendong bayi. Lift dan eskalator di dekat stan masih tampak berjalan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang paling tepat dilakukan Sari adalah ....

A. Menutup rolling door stan agar barang aman, lalu mengajak pengunjung keluar
B. Mengantar pengunjung, terutama ibu dan bayinya, turun memakai lift yang terdekat
C. Mengarahkan pengunjung ke tangga darurat lalu ke titik kumpul tanpa barang
D. Menunggu di stan sampai petugas keamanan mal datang memberi arahan evakuasi
E. Mengajak pengunjung turun lewat eskalator karena masih berjalan dan paling dekat

Pembahasan **Kunci: C**

Konsep: Saat evakuasi kebakaran: utamakan keselamatan orang, jangan menyelamatkan barang, gunakan tangga darurat (bukan lift atau eskalator), dan menuju titik kumpul. Lift dapat mati atau berhenti di lantai yang terbakar, sedangkan eskalator terbuka terhadap asap.

Langkah:
1. Pengumuman resmi sudah meminta evakuasi → tidak perlu menunggu arahan lain.
2. Prioritas: pengunjung selamat, barang ditinggal.
3. Jalur: tangga darurat yang dirancang aman dari asap → titik kumpul.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Jebakan: menjaga barang terdengar bertanggung jawab, tetapi waktu yang terpakai membahayakan pengunjung.
• **B.** ✗ Lift dapat mati atau terbuka di lantai yang terbakar; ibu dengan bayi pun diarahkan lewat tangga darurat.
• **C.** ✓ Tangga darurat menuju titik kumpul adalah jalur evakuasi yang aman, dan barang ditinggal.
• **D.** ✗ Pengumuman evakuasi sudah diberikan; menunggu membuang waktu dan menahan pengunjung di lantai atas.
• **E.** ✗ Jebakan: eskalator memang dekat, tetapi dapat berhenti mendadak dan dilalui asap dari lantai bawah.

Jawaban: C.

✎ LATIHAN

Tulis dulu jenis kejadian dan waktunya, lalu tentukan prinsip tindakan sebelum membaca pilihan.

1. Saat Wulan bertugas di kasir minimarket pada Juni 2027, seorang pelanggan lansia tiba-tiba terjatuh dan pingsan di lorong rak. Pelanggan itu masih bernapas dan tidak berdarah. Rekan Wulan sedang berada di gudang, dan di toko tersedia kotak P3K. Wulan pernah mengikuti pelatihan pertolongan pertama dasar yang diadakan perusahaan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang paling tepat dilakukan Wulan adalah ....

A. Memberi teh manis hangat agar pelanggan lekas sadar dan pulih seperti semula
B. Mengangkat pelanggan ke kursi kasir agar ia dapat beristirahat sambil duduk
C. Mengoleskan minyak angin lalu menepuk pipinya dengan keras sampai sadar
D. Meminta bantuan, menelepon 119, lalu memantau napas pelanggan yang rebah
E. Menunggu keluarga pelanggan datang sebelum memberikan pertolongan apa pun

2. Pada Agustus 2027, Galih sedang menjaga toko buku berlantai satu ketika gempa terasa kuat. Rak-rak buku setinggi dua meter mulai bergoyang, dan beberapa buku berjatuhan. Ada empat pengunjung di dalam toko, sebagian berdiri di dekat dinding kaca etalase. Pintu keluar berjarak sekitar 15 meter dari tempat mereka.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang paling tepat dilakukan Galih SAAT guncangan masih berlangsung adalah ....

A. Mengajak pengunjung segera berlari ke pintu keluar sebelum rak-rak roboh
B. Mengajak pengunjung menjauhi rak dan kaca, lalu berlindung melindungi kepala
C. Meminta pengunjung merapat ke dinding kaca etalase agar jauh dari rak buku
D. Meminta pengunjung tetap berdiri dan berpegangan pada rak agar tidak terjatuh
E. Mematikan listrik di panel lebih dulu, lalu mengarahkan pengunjung berlindung

Kunci singkat: 1. D 2. B

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa api pada minyak panas tidak boleh disiram air?
- Apa yang dilakukan lebih dulu saat guncangan gempa masih berlangsung?
- **Yang harus kuingat:** orang lebih penting daripada barang; tangga darurat, bukan lift; PASS untuk APAR; luka bakar dialiri air; korban pingsan tidak diberi minum.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 3.2: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-3.2

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 3.3 · Standar penampilan pribadi dan budaya kerja

SMKPEM-3.3

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **menerapkan prosedur kerja yang aman dan profesional** serta **menentukan tindakan yang tepat dalam situasi kerja**, dengan konteks lingkungan ritel. Subtopik Peta Topik untuk bagian ini adalah **standar penampilan pribadi dan budaya kerja**. Pada soal, kemampuan itu muncul sebagai dua jenis kasus. Pertama, pernyataan benar atau salah tentang seorang pekerja yang memenuhi atau melanggar aturan penampilan dan disiplin (soal mudah). Kedua, **dilema kerja**: pekerja menghadapi pilihan antara cara yang mudah tetapi tidak jujur dan cara yang jujur tetapi merepotkan (soal sulit).

Soal dilema sering membuat jawaban yang tidak jujur tampak masuk akal: "agar laporan rapi", "agar tidak merepotkan", "tidak ada yang tahu". Jawaban yang benar hampir selalu **mengutamakan kejujuran, mencatat apa adanya, dan melapor kepada pihak yang berwenang**. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menjelaskan standar penampilan pribadi pekerja ritel beserta alasannya;
- menyebutkan nilai-nilai budaya kerja dan perilaku yang menunjukkannya;
- menerapkan budaya kerja 5R pada tempat kerja;
- memutuskan tindakan yang jujur, tertib, dan bertanggung jawab dalam situasi dilema.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Apa itu budaya kerja?

Budaya kerja adalah kebiasaan, nilai, dan sikap yang dipegang bersama di tempat kerja dan terlihat dalam perilaku sehari-hari. Budaya kerja yang baik membuat pekerjaan berjalan tertib walaupun tidak ada yang mengawasi. Di bidang pemasaran, budaya kerja punya arti khusus karena pelanggan menilai usaha dari **orang yang mereka temui**. Pramuniaga yang rapi, tepat waktu, jujur, dan ramah membuat pembeli percaya pada toko itu, sedangkan pekerja yang sembarangan dalam kejujuran akan merusak nama usaha lebih cepat daripada iklan buruk.

Budaya kerja mencakup dua hal yang akan kamu pelajari di sini: **penampilan pribadi** yang terlihat dari luar, dan **nilai-nilai kerja** yang tampak dalam tindakan.

2. Standar penampilan pribadi

Penampilan adalah kesan pertama. Aturan rinci berbeda di tiap tempat kerja, tetapi pokoknya sama. Gambar 3.13 menunjukkan standar umum seorang pekerja ritel.



Gambar 3.13 Standar penampilan pekerja ritel dan alasannya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

- **Seragam bersih, rapi, dan sesuai ketentuan,** lengkap dengan **tanda pengenal** yang terlihat. Tanda pengenal membuat pelanggan tahu siapa yang melayani dan membuat usaha bertanggung jawab atas pekerjanya.
- **Rambut rapi dan, bila perlu, diikat,** terutama pada pekerja makanan.
- **Kuku pendek dan bersih,** tangan bersih. Ini juga bagian dari kesehatan kerja.
- **Aksesori sederhana** yang tidak mengganggu pekerjaan dan tidak berbahaya (cincin besar atau gelang yang bisa tersangkut mesin).
- **Aroma tubuh dan wewangian yang sopan.** Parfum yang terlalu menyengat dapat mengganggu pelanggan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- **Sepatu tertutup dan aman,** sesuai ketentuan K3 tempat kerja.
- **Ekspresi dan sikap tubuh yang ramah:** tersenyum, berdiri tegak, tidak bersandar atau bermain telepon di depan pelanggan.

Alasan semua ini sederhana: penampilan menunjukkan **kesiapan, kebersihan, dan rasa hormat kepada pelanggan**, serta membuat pelanggan mudah mengenali petugas. Penampilan tidak berarti pakaian mahal. Yang dinilai adalah kerapian dan kesesuaian dengan tempat kerja.

3. Nilai-nilai budaya kerja

Gambar 3.14 merangkum nilai-nilai yang paling sering diminta dan perilaku yang menunjukkannya.



Gambar 3.14 Nilai-nilai budaya kerja beserta contoh perilaku yang sesuai dan yang melanggar. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Jujur.** Mengatakan dan mencatat apa adanya: kembalian, stok, selisih kas, harga, dan keterangan produk. Pelanggaran: menyembunyikan kelebihan atau kekurangan, mengubah catatan agar cocok, menjanjikan sesuatu yang tidak akan dipenuhi.
2. **Disiplin.** Tepat waktu, menaati aturan dan prosedur, tidak meninggalkan pos. Pelanggaran: datang terlambat berulang kali, melewati prosedur karena "praktis".
3. **Tanggung jawab.** Menyelesaikan tugas dengan baik, mengakui kesalahan, dan memperbaikinya. Pelanggaran: melempar kesalahan kepada rekan, atau diam-diam membiarkan masalah.
4. **Teliti.** Memeriksa ulang jumlah, harga, dan data. Pelanggaran: salah mencatat karena terburu-buru.
5. **Ramah dan santun.** Menyapa, berbicara sopan, dan membantu dengan sabar, termasuk kepada pelanggan yang sulit.
6. **Mau belajar dan bekerja sama.** Menerima masukan dan membantu rekan (dibahas di sub bab 3.4).

Perhatikan bahwa nilai-nilai ini saling menopang. Kejujuran tidak berarti apa-apa tanpa ketelitian, dan disiplin tidak dihargai bila tidak diikuti tanggung jawab.

4. Budaya kerja 5R

Banyak sekolah dan tempat kerja memakai **5R** untuk menjaga ruang kerja tertata. Lima

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

huruf R itu:

- **Ringkas:** memilah barang yang diperlukan dan yang tidak, lalu menyingkirkan yang tidak perlu.
- **Rapi:** menata barang pada tempatnya dan memberi label supaya mudah dicari.
- **Resik:** membersihkan tempat kerja dan peralatan.
- **Rawat:** mempertahankan keadaan ringkas, rapi, dan resik dengan aturan dan kebiasaan.
- **Rajin:** menjalankan keempat hal tadi secara disiplin sehingga menjadi kebiasaan.

Manfaatnya langsung terlihat di toko: barang cepat ditemukan, pembeli nyaman, bahaya tersandung dan kebakaran berkurang, serta kehilangan barang lebih mudah dicegah.

5. Kejujuran dalam pekerjaan sehari-hari

Dilema kerja paling sering menyangkut uang, stok, dan data. Prinsipnya: **catat apa adanya, laporkan, dan ikuti prosedur**.

- **Selisih kas atau stok.** Bila jumlah fisik berbeda dari catatan, jangan mengubah catatan agar cocok, jangan menyembunyikan, dan jangan menyimpan sendiri. Tulis selisihnya apa adanya, laporkan kepada atasan, dan bantu menelusuri penyebabnya.
- **Kelebihan kembalian atau pembayaran.** Kembalikan kepada pelanggan bila diketahui. Bila tidak dapat diketahui, catat dan laporkan sesuai prosedur toko.
- **Harga dan keterangan produk.** Sampaikan dengan benar. Jangan menyebut produk tahan air bila tidak, hanya karena pembeli hampir membeli.
- **Hadiah atau imbalan dari pihak luar.** Pemasok yang menawarkan uang agar produknya dipajang di tempat terbaik menawarkan imbalan pribadi untuk keputusan yang menjadi hak usaha. Menerimanya merugikan toko dan melanggar kejujuran. Tolak dan laporkan.
- **Data pelanggan.** Nama, nomor telepon, dan alamat adalah rahasia. Jangan membagikannya kepada pihak lain tanpa izin pelanggan dan atasan.
- **Waktu dan sumber daya usaha.** Tidak memakai barang, uang, atau jam kerja untuk keperluan pribadi.

Perhatikan pola jawabannya. Jawaban jujur biasanya **tiga langkah**: (1) catat apa adanya, (2) amankan atau tindak lanjuti sesuai prosedur, (3) laporkan kepada yang berwenang.

6. Disiplin dan tanggung jawab saat ada masalah

Masalah pasti muncul: pengiriman terlambat, barang kosong, atau mesin rusak. Ciri pekerja yang bertanggung jawab adalah **memberi tahu lebih awal, menawarkan solusi, dan menepati yang dijanjikan ulang**, bukan diam sampai pelanggan marah.

Contoh tindakan bertanggung jawab saat pesanan tidak dapat dikirim tepat waktu: segera menghubungi pelanggan, menyampaikan alasan dan waktu baru yang realistis, menawarkan pilihan (tunggu, ambil sendiri, atau batalkan), lalu memastikan janji baru dipenuhi. Menunggu sampai pelanggan menelepon atau menjanjikan waktu yang sama padahal mustahil adalah tindakan yang tidak bertanggung jawab.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

7. Memutuskan dilema kerja

Bila kamu ragu apakah suatu tindakan pantas, gunakan lima pertanyaan pada Gambar 3.15.



Gambar 3.15 Lima pertanyaan penyaring tindakan dalam dilema kerja. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Apakah jujur?** Apakah catatan dan ucapanku sesuai kenyataan?
2. **Apakah sesuai aturan atau prosedur?**
3. **Apakah merugikan orang lain** (pelanggan, rekan, usaha)?
4. **Apakah aku berani bila semua orang mengetahuinya?**
5. **Siapa yang perlu tahu?** Atasan atau pihak berwenang harus diberi tahu, bukan disembunyikan.

Bila ada satu jawaban yang mengarah ke tindakan tidak jujur, melanggar aturan, atau menyembunyikan dari atasan, tindakan itu bukan pilihan yang tepat.

8. Etika melayani

Selain kejujuran, pekerja ritel menjaga etika melayani: menyapa pelanggan dengan sopan, berbicara dengan bahasa yang sopan, **melayani semua pelanggan dengan adil** tanpa membeda-bedakan penampilan, tidak memaksa pembeli, tidak membicarakan pelanggan di depan umum, dan tetap sabar ketika pelanggan sulit. Etika ini membangun reputasi yang tidak dapat dibeli dengan iklan.

9. Disiplin waktu dan kehadiran

Disiplin paling mudah dilihat dari jam. Pelanggan yang datang tepat saat toko dibuka mengharapkan toko benar-benar siap. Kebiasaan yang menunjukkan disiplin waktu:

- **Hadir sebelum jam kerja dimulai,** bukan tepat saat jam masuk, supaya sempat berganti seragam, menyiapkan kasir, dan menata barang.
- **Istirahat sesuai giliran** dan kembali tepat waktu agar rekan tidak menunggu.
- **Memberi kabar lebih awal** bila berhalangan, supaya atasan sempat mengatur pengganti.
- **Menyelesaikan serah terima** sebelum pulang, bukan meninggalkan pekerjaan setengah jalan.
- **Menepati batas waktu** yang dijanjikan kepada pelanggan, termasuk jadwal antar.

Satu orang yang sering terlambat membuat seluruh tim menanggung bebannya, karena rekan harus melayani lebih banyak pembeli dan pekerjaan penutupan sering terpotong.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Karena itu, disiplin bukan hanya soal pribadi, melainkan menyangkut keadilan bagi seluruh tim.

10. Menjaga nama baik usaha

Budaya kerja tidak berhenti di pintu toko. Pekerja membawa nama usaha ke mana pun, termasuk ke media sosial. Beberapa hal yang patut dijaga:

- **Tidak membagikan foto pelanggan atau kasir** tanpa izin, apalagi yang memperlihatkan data pribadi atau uang.
- **Tidak menjelek-jelekkan tempat kerja, rekan, atau pelanggan** di ruang terbuka. Keluhan disampaikan kepada atasan lewat jalur yang tepat.
- **Tidak membocorkan informasi internal** seperti harga modal, data penjualan, atau rencana promosi kepada pesaing.
- **Bersikap sopan saat mengenakan seragam** di luar jam kerja, karena orang tetap mengaitkan perilaku itu dengan usaha.

11. Menerima kritik dan umpan balik

Pekerja yang baik mau belajar. Ketika atasan, rekan, atau pelanggan memberi kritik, sikap yang tepat adalah **mendengarkan sampai selesai, tidak membela diri secara berlebihan, menanyakan bagian yang belum dipahami, dan memperbaiki**. Kritik yang disampaikan kasar pun sering memuat informasi yang berguna. Memisahkan isi kritik dari nada bicara membantu kamu belajar tanpa tersinggung. Sebaliknya, ketika memberi umpan balik kepada rekan, sampaikan secara pribadi, sebutkan perilaku yang perlu diperbaiki (bukan menilai kepribadian), dan tawarkan bantuan.

12. Kesalahan umum

- **"Tidak ada yang tahu" dipakai sebagai pembenaran.**
- **Mengubah catatan agar cocok** dengan uang atau stok yang ada.
- **Menyimpan sendiri** kelebihan uang atau barang tanpa melapor.
- **Menerima imbalan pribadi** dari pemasok.
- **Penampilan diabaikan** karena merasa tidak penting.
- **Diam saat ada masalah** sampai menjadi besar.
- **Membagikan data pelanggan** karena teman yang meminta.

13. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Budaya kerja = kebiasaan dan nilai kerja yang terlihat dalam penampilan dan tindakan.
- Standar penampilan: seragam bersih, tanda pengenal, rambut dan kuku rapi, aroma sopan, sepatu aman, sikap ramah.
- Nilai: jujur, disiplin, tanggung jawab, teliti, ramah, mau belajar dan bekerja sama.
- **5R:** ringkas, rapi, resik, rawat, rajin.
- Dilema: catat apa adanya, tindak lanjuti sesuai prosedur, laporkan; jangan menyembunyikan atau menyimpan sendiri.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- Masalah: beri tahu lebih awal, tawarkan solusi, tepati janji baru.
- Disiplin: hadir lebih awal, istirahat sesuai giliran, memberi kabar, serah terima tuntas; jaga nama baik usaha dan terima kritik dengan terbuka.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 3.16 di akhir bagian ini.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Selisih stok yang jujur

Pada akhir bulan, Gita, pramuniaga toko kosmetik rekaan, menghitung stok pelembap. Catatan menyebut 48 botol, tetapi yang ada di rak dan gudang hanya 45 botol. Supervisor sedang cuti dan Gita ingin laporannya terlihat rapi. Tindakan mana yang paling sesuai dengan budaya kerja yang jujur: (a) mengubah catatan menjadi 45 tanpa keterangan; (b) menambahkan tiga botol dari stok barang lain agar jumlahnya pas; (c) mencatat selisih tiga botol apa adanya, memeriksa nota penjualan dan retur untuk menelusuri, lalu melaporkan kepada supervisor atau pemilik; (d) menunggu bulan depan karena siapa tahu selisihnya hilang sendiri.

Langkah.

1. Selisih nyata: 48 − 45 = 3 botol.
2. (a) mengubah catatan tanpa keterangan menyembunyikan masalah; (b) memalsukan jumlah; (d) membiarkan tanpa tindakan.
3. (c) mencatat apa adanya, menelusuri, dan melapor sesuai tiga langkah kejujuran.

Jawaban: (c). Laporan yang rapi tetapi palsu lebih buruk daripada laporan yang menunjukkan selisih dan sedang ditelusuri.

Contoh 2 — Tawaran imbalan pribadi

Seorang tenaga penjual dari pemasok keripik rekaan menemui Rudi, penata rak sebuah toko swalayan kecil. Ia menyelipkan uang Rp200.000 dan meminta keripiknya selalu dipajang di rak setinggi mata selama sebulan, padahal keripik pesaing yang lebih laku seharusnya di sana menurut denah rak. Apa yang sebaiknya dilakukan Rudi?

Langkah. Gunakan lima pertanyaan.

1. Jujur? Memajang bukan menurut denah, tetapi karena uang pribadi → tidak jujur.
2. Sesuai aturan? Denah rak ditetapkan toko → melanggar.
3. Merugikan? Toko kehilangan penjualan keripik yang lebih laku → merugikan usaha.
4. Berani bila diketahui semua orang? Tidak.
5. Siapa yang perlu tahu? Atasan.

Jawaban: menolak dengan sopan, mengembalikan uang itu, mengikuti denah rak, dan melaporkan tawaran itu kepada atasan. Menerima uang walaupun "hanya memajang" adalah pelanggaran kejujuran.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Contoh 3 — Benar atau salah

Sari, kasir toko alat tulis rekaan, datang terlambat lima belas menit dua kali dalam seminggu, memakai seragam yang kusut, tetapi ramah kepada pelanggan. Tentukan benar atau salah:

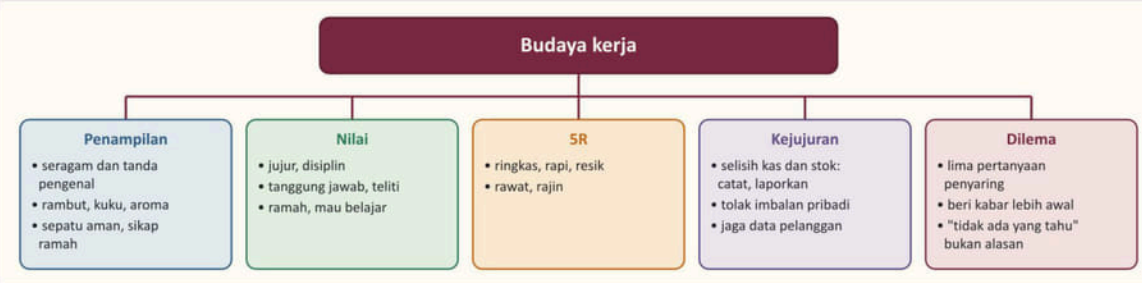
1. Keramahan Sari menggantikan kewajibannya untuk tepat waktu.
2. Seragam kusut termasuk pelanggaran standar penampilan.
3. Sari sebaiknya memberi tahu atasan lebih awal bila memang akan terlambat.

Langkah.

1. Keramahan penting, tetapi tidak menggantikan disiplin → **Salah**.
2. Standar penampilan meminta seragam bersih dan rapi → **Benar**.
3. Memberi kabar lebih awal adalah tanggung jawab → **Benar**.

Jawaban: Salah, Benar, Benar.

❖ PETA KONSEP



Gambar 3.16 Peta konsep standar penampilan pribadi dan budaya kerja. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal budaya kerja:

1. **Tentukan jenis soalnya:** pernyataan tentang penampilan dan disiplin, atau dilema.
2. **Pada dilema,** cari pilihan yang memuat tiga langkah jujur: **catat apa adanya, tindak lanjuti sesuai prosedur, laporkan**.
3. **Coret pilihan** yang mengubah catatan, menyimpan sendiri, menutupi, atau menunggu tanpa tindakan.
4. **Periksa alasan di pilihan.** Pilihan benar memberi alasan yang jujur, bukan alasan kenyamanan ("agar rapi", "agar tidak repot").
5. **Pada soal benar atau salah,** nilai tiap pernyataan sendiri. Hati-hati dengan kata mutlak ("tidak perlu", "selalu").

Jebakan yang sering dipasang:

- **Alasan kenyamanan:** "agar laporan rapi", "agar tidak merepotkan atasan".
- **Menyimpan kelebihan sendiri "sementara".**
- **Menghapus transaksi** agar catatan dan uang sama.
- **Menunggu pelanggan melapor** sebelum bertindak.
- **Keramahan dianggap menggantikan disiplin.**
- **Imbalan "kecil"** dianggap wajar karena sudah biasa.
- **Menyalahkan pihak lain** alih-alih memperbaiki.

> Contoh salah tafsir: seorang pramuniaga menemukan harga di rak lebih murah daripada harga di sistem kasir. Ia menjual sesuai harga rak karena "kesalahan toko, bukan salahku" dan tidak melapor. Keputusan itu tidak jujur terhadap usaha, walaupun pembelinya senang. Yang tepat: melayani sesuai prosedur toko, lalu melaporkan selisih harga agar diperbaiki.

Educational Institutions

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut meminta menilai tiga pernyataan tentang seorang tenaga promosi yang memenuhi aturan penampilan dan disiplin, lalu mengalami stan yang sepi. Pisahkan apa yang menjadi aturan dari apa yang menjadi akibat.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Lina bekerja paruh waktu sebagai tenaga promosi produk perawatan kulit di sebuah pameran pada Juli 2027. Panitia meminta semua penjaga stan memakai seragam dan tanda pengenal, hadir 30 menit sebelum pameran dibuka, serta melayani pengunjung dengan ramah. Pada hari kedua, stan Lina sepi selama satu jam pada siang hari.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Lina memakai seragam yang rapi, riasan wajar, dan tanda pengenal yang terlihat jelas oleh pengunjung.	○	○
Saat stan sepi, Lina boleh duduk sambil bermain gawai di dalam stan karena belum ada pengunjung yang datang.	○	○
Lina datang 30 menit sebelum pameran dibuka untuk menata produk dan memeriksa bahan promosi.	○	○

Pembahasan **Kunci: 1B 2S 3B**

Konsep: Standar penampilan tenaga penjual meliputi seragam rapi, kebersihan diri, dan tanda pengenal. Budaya kerja yang baik ditunjukkan dengan disiplin waktu, kesiapan bekerja, dan sikap melayani walaupun sedang sepi.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1 → Benar.** Sesuai standar penampilan yang diminta panitia dan membuat pengunjung mudah mengenalinya.

• **Pernyataan 2 → Salah.** Stan yang tampak tidak siap membuat calon pengunjung enggan mendekat; waktu sepi dapat dipakai merapikan produk atau menyapa pengunjung yang lewat.

• **Pernyataan 3 → Benar.** Datang tepat waktu dan menyiapkan stan adalah budaya kerja yang disiplin.

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

✎ LATIHAN

Untuk soal dilema, tuliskan tiga langkah jujur lebih dulu: catat, tindak lanjuti, laporkan. Lalu cocokkan dengan pilihan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

1. Saat menutup shift malam pada September 2027, Tono, kasir minimarket, menghitung uang di laci dan menemukan kelebihan Rp50.000 dibandingkan laporan penjualan di mesin kasir. Supervisor sudah pulang, dan uang kas harus disetor besok pagi. Tono tidak tahu dari transaksi mana kelebihan itu berasal.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang paling sesuai dengan budaya kerja yang jujur adalah ....

A. Menyimpan kelebihan di laci terpisah untuk menutup bila besok ada kekurangan
B. Menyetorkan kelebihan bersama kas tanpa mencatatnya agar laporan tetap rapi
C. Mencatat kelebihan, lalu menyimpannya sendiri sampai ada pelanggan yang melapor
D. Menghapus satu transaksi kecil di mesin kasir agar catatan dan uang menjadi sama
E. Mencatat kelebihan di laporan shift, menyetorkannya, dan melapor ke supervisor

2. Yoga bekerja sebagai pramuniaga di toko bahan bangunan sejak Januari 2027. Suatu pagi, seorang pelanggan memesan 20 sak semen untuk diantar pukul 13.00. Pada pukul 11.00 Yoga mengetahui truk toko sedang rusak, sehingga pengiriman baru bisa dilakukan pukul 16.00. Pelanggan itu sedang membangun pagar rumah bersama dua tukang harian.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Yoga sebaiknya menunggu sampai pukul 13.00 untuk melihat apakah pelanggan menanyakan pesanannya.	○	○
Yoga segera menghubungi pelanggan, meminta maaf, menjelaskan keterlambatan, dan menawarkan pilihan waktu kirim.	○	○
Yoga sebaiknya mengatakan semen sedang habis agar alasan keterlambatan terdengar lebih wajar.	○	○

Kunci singkat: 1. E 2. 1S 2B 3S

✔ PERIKSA DIRI

- Sebutkan tiga langkah tindakan jujur saat ditemukan selisih kas atau stok.
- Apa saja kepanjangan 5R?
- **Yang harus kuingat:** jujur berarti catat apa adanya, tindak lanjuti sesuai prosedur, laporkan; penampilan menunjukkan rasa hormat kepada pelanggan; "tidak ada yang tahu" bukan alasan.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 3.3: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-3.3

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 3.4 · Kerja sama dalam tim

SMKPEM-3.4

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **menerapkan prosedur kerja yang profesional dan menentukan tindakan yang tepat dalam situasi kerja**. Subtopik Peta Topik untuk bagian ini adalah **kerja sama dalam tim**. Pada soal, kemampuan ini muncul sebagai kasus tim kecil, biasanya tim stan, tim bazar, atau tim penjualan, yang menghadapi tiga hal: **pembagian tugas**, **perbedaan pendapat atau konflik**, dan **saling membantu saat target belum tercapai**. Kamu diminta memilih tindakan yang paling tepat atau menilai beberapa pernyataan benar atau salah.

Soal sub bab ini berkategori mudah sampai sedang. Jebakan yang sering muncul: jawaban yang cepat tetapi mengabaikan anggota tim, jawaban yang menyalahkan perorangan, atau pembagian tugas yang adil secara angka tetapi tidak cocok dengan kemampuan anggota. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- membedakan tim dari sekadar kumpulan orang dan menjelaskan tahap perkembangan tim;
- membagi tugas sesuai kekuatan dan kebutuhan pekerjaan;
- berkomunikasi dalam tim, termasuk saat serah terima antar-shift;
- menyelesaikan perbedaan pendapat dengan langkah yang adil dan menjaga pekerjaan tetap berjalan.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Apa itu tim dan mengapa kerja sama penting?

Tim adalah sekelompok orang yang bekerja bersama untuk **tujuan yang sama**, dengan **tugas yang saling melengkapi** dan **tanggung jawab bersama** atas hasilnya. Berbeda dengan kumpulan orang yang kebetulan berada di tempat yang sama, anggota tim tahu apa tujuan mereka, apa tugas masing-masing, dan bagaimana tugas itu saling terkait.

Di tempat kerja pemasaran, hampir semua pekerjaan dikerjakan bersama: stan pameran memerlukan penjaga kasir, penjaga pengunjung, penata stan, dan pembuat konten; toko memerlukan penjualan, gudang, dan pengiriman; siaran langsung memerlukan pembawa acara, admin pesanan, dan pengemas. Kerja sama yang baik menghasilkan:

- pekerjaan lebih cepat dan lebih rapi karena tiap orang memegang yang paling dikuasainya;
- pelanggan terlayani lebih baik;
- kesalahan lebih mudah ditemukan karena ada yang memeriksa;
- suasana kerja yang nyaman sehingga orang mau bertahan dan belajar.

2. Tahap perkembangan tim

Tim tidak langsung kompak. Umumnya ia melewati empat tahap, seperti pada Gambar 3.17. Mengetahui tahap ini membantu kamu memahami bahwa **perselisihan di awal itu wajar**, selama diselesaikan dengan baik.



Gambar 3.17 Tahap perkembangan tim dari pembentukan sampai kinerja yang baik. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Pembentukan.** Anggota baru berkenalan, masih ragu-ragu, dan menunggu arahan. Yang dibutuhkan: tujuan dan aturan yang jelas.
2. **Pergolakan.** Muncul perbedaan pendapat tentang cara kerja, pembagian tugas, atau kepemimpinan. Yang dibutuhkan: komunikasi terbuka dan cara menyelesaikan perbedaan.
3. **Penyesuaian.** Aturan main disepakati, peran dipahami, rasa saling percaya tumbuh.
4. **Kinerja.** Tim bekerja lancar, saling membantu, dan fokus pada hasil.

3. Membagi tugas

Pembagian tugas menentukan hasil tim. Ada lima prinsip yang dipakai pada soal.

1. **Sesuaikan dengan kekuatan anggota.** Orang yang teliti menghitung cocok menjadi kasir. Orang yang pandai berbicara cocok menawarkan produk. Orang yang terampil menata cocok mengatur tampilan. Orang yang suka mengolah foto cocok membuat

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

konten.

2. **Jelaskan tugas dan tenggat** supaya tidak ada yang bingung atau tumpang tindih.
3. **Seimbangkan beban** sehingga tidak ada yang kewalahan dan tidak ada yang menganggur.
4. **Sepakati bersama dan catat,** misalnya di papan tugas atau grup pesan, supaya anggota yang tidak hadir tetap mengetahuinya.
5. **Fleksibel dan saling membantu.** Bila satu bagian sepi dan bagian lain kewalahan, anggota yang senggang membantu. Target tim lebih penting daripada target perorangan.

Gambar 3.18 menunjukkan contoh pembagian tugas untuk stan bazar berempat. Pembagian ini dipilih karena tiap tugas berpasangan dengan kekuatan anggotanya.

Pembagian tugas yang sesuai kekuatan

Contoh: stan bazar rekaan beranggota empat orang.

Anggota	Kekuatan	Tugas utama	Alasan
Nanda	cermat menghitung	**kasir**	uang dan kembalian memerlukan ketelitian
Oka	mudah bergaul, pandai bicara	**menyambut dan menawarkan**	berhubungan langsung dengan pengunjung
Mirna	rapi, suka menata dan menghias	**menata stan**	tampilan menarik pengunjung
Bagas	pandai foto dan video pendek	**membuat konten**	promosi di media sosial

Aturan tambahan: bila satu bagian sepi, anggota yang senggang membantu bagian yang kewalahan.

Tidak dipilih: bergantian di semua tugas tiap jam (mutu turun) dan ketua mengerjakan semua tugas penting (anggota lain tidak berkembang).

Gambar 3.18 Pembagian tugas untuk stan bazar rekaan berdasarkan kekuatan tiap anggota. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Hati-hati dengan pembagian yang tampak adil tetapi tidak cocok: bergantian di semua tugas setiap jam, atau ketua mengerjakan semua tugas penting. Cara pertama membuang waktu dan menurunkan mutu, cara kedua membuat anggota lain tidak berkembang dan ketua kelelahan.

4. Komunikasi dalam tim

Hampir semua masalah tim berawal dari komunikasi yang buruk. Kebiasaan yang baik:

- **Jelas dan lengkap:** apa yang dikerjakan, siapa yang mengerjakan, dan kapan selesai.
- **Mendengarkan** sebelum menanggapi, termasuk pendapat yang berbeda.
- **Memberi kabar lebih awal** bila ada hambatan.
- **Memakai satu saluran bersama** (rapat singkat atau grup pesan) agar semua anggota memiliki informasi yang sama.
- **Berbicara sopan dan fokus pada pekerjaan,** bukan menyerang pribadi.
- **Mencatat kesepakatan** supaya tidak dilupakan.

Serah terima antar-shift perlu perhatian khusus. Pekerja yang pulang menyampaikan kepada yang datang: kondisi kas dan stok, pesanan yang belum selesai, pelanggan yang menunggu, dan masalah yang belum beres. Informasi yang tidak diteruskan menjadi sumber kesalahan di shift berikutnya.

5. Perbedaan pendapat dan konflik

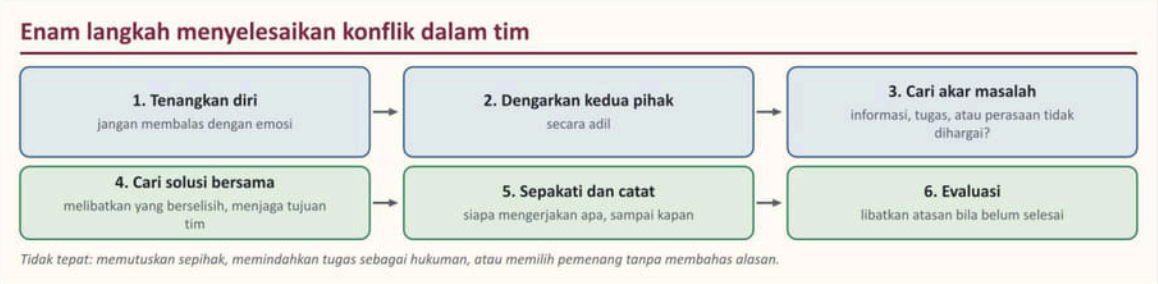
Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Konflik adalah perselisihan antaranggota akibat perbedaan tujuan, cara kerja, kepentingan, atau salah paham. Konflik tidak selalu buruk. Bila diselesaikan dengan baik, ia menghasilkan keputusan yang lebih matang. Yang buruk adalah **membiarkannya** atau **menyelesaikannya dengan cara yang tidak adil**.

Sebab konflik yang sering muncul di tim:

- keputusan diambil sendiri tanpa berdiskusi;
- tugas tidak jelas sehingga saling menyalahkan;
- komunikasi tidak lengkap, misalnya anggota tidak hadir saat rapat;
- merasa tidak dihargai atau beban tidak seimbang;
- perbedaan gaya kerja.

Gambar 3.19 memperlihatkan langkah menyelesaikan konflik yang dapat dipakai pada hampir semua kasus.



Gambar 3.19 Enam langkah menyelesaikan konflik dalam tim. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Tenangkan diri** dan jangan membalas dengan emosi.
2. **Dengarkan kedua belah pihak** secara adil.
3. **Cari akar masalah:** apakah soal informasi, tugas, atau perasaan tidak dihargai?
4. **Cari solusi bersama** yang menjaga tujuan tim, melibatkan pihak yang berselisih.
5. **Sepakati dan catat** keputusan: siapa mengerjakan apa dan sampai kapan.
6. **Evaluasi** apakah solusi berjalan, dan libatkan atasan bila belum selesai.

Pada soal, jawaban yang tepat biasanya **mengajak tim berdiskusi untuk menyepakati bersama**, bukan memutuskan sepihak, bukan memilih pihak yang menang lewat pemungutan suara tanpa membahas alasannya, dan bukan memindahkan tugas sebagai hukuman. Pemungutan suara memang cepat, tetapi sering menyisakan pihak yang kalah dan tidak memahami alasan.

6. Target tim dan saling membantu

Dalam tim penjualan, ada target perorangan dan target bersama. Pekerja yang sudah mencapai target pribadinya tetapi membiarkan rekannya kewalahan telah mencapai hasil, bukan kerja sama. Sikap tim yang baik adalah **membantu rekan setelah tugas sendiri selesai**, selama tidak meninggalkan tanggung jawab sendiri. Pembagian komisi atau penilaian pun sebaiknya mempertimbangkan hasil bersama.

Bantuan juga harus tepat. Membantu tidak berarti mengambil alih tugas orang lain tanpa

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

bicara, dan tidak berarti meninggalkan pos yang sedang diawasi. Cara terbaik: tawarkan bantuan, sepakati bagian yang dibantu, lalu kembali ke tugas utama bila sudah selesai.

7. Saling menyalahkan antarbagian

Dalam usaha yang lebih besar, tim terdiri atas bagian-bagian: penjualan, gudang, pengiriman, keuangan. Masalah sering muncul **di antara** bagian, misalnya pesanan diterima padahal stok kosong. Bila bagian penjualan menyalahkan gudang dan gudang menyalahkan penjualan, masalahnya tidak selesai. Penyelesaian yang tepat adalah **memperbaiki proses bersama**: informasi stok dibagikan, ada aturan siapa yang memeriksa, dan masing-masing bagian bertanggung jawab pada langkahnya. Yang diperbaiki adalah alur kerja, bukan mencari siapa yang paling salah.

8. Kepemimpinan dalam tim kecil

Ketua atau pemimpin tim bukan orang yang memerintah dengan keras, melainkan yang **memastikan tujuan jelas, tugas terbagi, komunikasi lancar, dan konflik terselesaikan**. Pemimpin yang baik mendengarkan, memutuskan dengan adil, memberi contoh, dan memberi penghargaan atas kerja anggotanya.

9. Rapat singkat sebelum bekerja

Banyak tim ritel memulai hari dengan **rapat singkat sekitar sepuluh menit** sebelum toko dibuka. Isinya tiga hal: **target dan fokus hari itu** (misalnya produk yang sedang dipromosikan), **pembagian tugas dan jadwal istirahat**, serta **hambatan** yang perlu diatasi (stok menipis, mesin kasir bermasalah). Rapat seperti ini mencegah salah paham yang membuat konflik. Rapat yang baik singkat, setiap orang diberi kesempatan berbicara, dan kesepakatannya dicatat. Rapat panjang tanpa keputusan hanya menyita waktu pelayanan.

10. Tim di depan pelanggan

Pelanggan menilai tim, bukan hanya satu orang. Ada tiga kebiasaan yang membuat tim tampak kompak:

- **Satu pelanggan, satu penanggung jawab.** Pekerja yang pertama melayani tetap membantu sampai kebutuhan terpenuhi atau menyerahkan dengan jelas kepada rekan yang lebih tahu. Pelanggan yang dioper dari satu orang ke orang lain merasa tidak dipedulikan.
- **Tidak saling membantah di depan pelanggan.** Perbedaan pendapat dibicarakan di belakang, bukan di hadapan pembeli.
- **Saling melengkapi informasi.** Bila rekan tidak tahu jawabannya, kamu membantu dengan sopan tanpa mempermalukannya.

Pelayanan yang kompak membuat pelanggan merasa dilayani oleh satu toko yang rapi, bukan sekumpulan individu.

11. Umpan balik dan penghargaan

Tim yang sehat membiasakan **saling memberi umpan balik** dan **saling menghargai**. Umpan balik disampaikan tentang perilaku dan hasil kerja, bukan tentang pribadi, dan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

disertai saran perbaikan. Penghargaan tidak harus berupa hadiah. Ucapan terima kasih yang tulus, pengakuan atas kerja keras di depan tim, atau memberi kesempatan mencoba tugas baru sudah cukup menumbuhkan semangat. Sebaliknya, kritik yang diumumkan di depan semua orang membuat anggota tertutup dan menurunkan kerja sama.

Selain itu, setiap anggota perlu **mengakui kesalahannya** dan membantu memperbaikinya. Tim yang anggotanya berani mengakui kesalahan lebih cepat belajar daripada tim yang saling menutupi.

12. Kesalahan umum

- **Memutuskan sendiri** tanpa melibatkan tim.
- **Menyalahkan perorangan** di depan umum.
- **Membagi tugas rata** tanpa memperhatikan kemampuan.
- **Menolak tugas** karena ingin tugas lain, tanpa berdiskusi.
- **Tidak memberi kabar** saat berhalangan atau menghadapi hambatan.
- **Membiarkan konflik** berlarut-larut.
- **Menunggu perintah** padahal rekan butuh bantuan.

13. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Tim = tujuan sama, tugas saling melengkapi, tanggung jawab bersama.
- Tahap: pembentukan, pergolakan, penyesuaian, kinerja.
- Bagi tugas **sesuai kekuatan**, jelas, seimbang, disepakati, dan fleksibel.
- Komunikasi: jelas, mendengarkan, memberi kabar awal, satu saluran; serah terima antar-shift lengkap.
- Konflik: tenang, dengarkan kedua pihak, cari akar, solusi bersama, sepakati dan catat, evaluasi.
- Setelah target sendiri selesai, bantu rekan; perbaiki proses antarbagian, bukan menyalahkan.
- Mulai hari dengan rapat singkat; di depan pelanggan tim tampil kompak (satu pelanggan, satu penanggung jawab); beri umpan balik tentang perilaku, bukan pribadi.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 3.20 di akhir bagian ini.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Membagi tugas sesuai kekuatan

Tim toko online rekaan beranggota empat orang: Nanda cermat dan rapi dalam mengemas, Oka suka bercakap dan sabar menjawab pertanyaan, Mirna pandai memotret dan menulis keterangan produk, dan Bagas teliti dengan angka. Ada lima tugas: membalas chat pembeli, memotret dan menulis keterangan produk, mengemas pesanan, mencatat keuangan, dan memeriksa stok. Tugas mana yang digabung, dan bagaimana pembagiannya?

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah.

1. Cocokkan kekuatan: sabar bercakap → balas chat (Oka); memotret dan menulis → keterangan produk (Mirna); cermat mengemas → mengemas (Nanda); teliti angka → keuangan (Bagas).
2. Satu tugas tersisa: memeriksa stok. Tugas ini erat dengan mengemas karena barang dikeluarkan dari gudang saat dikemas, sehingga digabung ke Nanda. Atau bila beban Nanda berat, dibagi dengan Bagas yang teliti angka.
3. Periksa beban: bila pesanan sedang sepi, Oka dan Mirna membantu Nanda.

Jawaban: Oka chat, Mirna foto dan keterangan, Nanda mengemas dan memeriksa stok, Bagas keuangan, dengan aturan saling membantu. Pembagian bergantian tiap jam tidak dipilih karena menurunkan mutu.

Contoh 2 — Menyelesaikan perbedaan pendapat

Dalam tim penjualan toko perabot rekaan, dua pramuniaga, Lani dan Dewa, berselisih soal jadwal istirahat. Lani ingin istirahat pukul 12.00, padahal itu jam ramai. Dewa menolak bergeser dan menyebut Lani "tidak mau bekerja sama". Supervisor ingin toko tetap terlayani. Apa tindakan yang paling tepat?

Langkah.

1. Tenangkan keduanya dan dengarkan alasan masing-masing: Lani ada keperluan keluarga, Dewa takut kewalahan melayani pembeli.
2. Akar masalah: jadwal istirahat tidak diatur dengan jelas dan tidak seimbang.
3. Solusi bersama: mengatur istirahat bergiliran (Lani pukul 11.30, Dewa pukul 13.00) sehingga selalu ada yang berjaga.
4. Catat dalam jadwal tertulis dan evaluasi dalam seminggu.

Jawaban: mengajak keduanya berdiskusi menyepakati jadwal istirahat bergiliran dan mencatatnya. Bukan menghukum salah satunya atau menunjuk pemenang tanpa dengar alasan.

Contoh 3 — Antarbagian saling menyalahkan

Dalam usaha kerajinan rekaan, beberapa paket sampai ke alamat yang salah. Bagian admin pesanan menyalahkan bagian pengemasan yang dianggap salah menempel label. Bagian pengemasan menyalahkan admin yang menulis alamat tidak lengkap dan sulit dibaca. Apa penyelesaian yang paling tepat?

Langkah.

1. Masalah berada di alur antara admin dan pengemasan: format alamat tidak baku dan tidak ada pemeriksaan.
2. Menyalahkan salah satu bagian tidak mengubah alur.
3. Perbaiki bersama: admin memakai format alamat baku (nama, nomor telepon, alamat lengkap, kode pos), pengemasan memeriksa kecocokan alamat di pesanan dengan label sebelum menempel, dan kesalahan dicatat untuk dipelajari.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Jawaban: memperbaiki alur dengan kesepakatan kedua bagian. Mencari siapa yang paling salah tidak menyelesaikan masalah.

❖ PETA KONSEP



Gambar 3.20 Peta konsep kerja sama dalam tim. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal kerja sama tim:

1. **Tentukan jenis soalnya:** pembagian tugas, konflik, atau membantu rekan.
2. **Pada pembagian tugas,** tulis kekuatan tiap anggota dan kebutuhan tiap tugas, lalu pasangkan.
3. **Pada konflik,** pilih tindakan yang **melibatkan semua pihak, menggali sebab, dan menghasilkan kesepakatan**. Coret yang memutuskan sepihak atau menghukum.
4. **Pada soal membantu,** pilih yang membantu setelah tugas sendiri aman, tanpa meninggalkan tanggung jawab.
5. **Pada pernyataan benar atau salah,** nilai satu per satu terhadap prinsip kerja sama.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Solusi cepat yang sepihak:** memakai hasil kerja satu orang agar tidak membuang waktu.
- **Pemungutan suara** tanpa membahas alasan.
- **Memindahkan tugas sebagai hukuman.**
- **Pembagian "adil" yang tidak cocok kemampuan:** bergantian tiap jam, atau semua tugas penting di tangan ketua.
- **Ketua mengerjakan semuanya.**
- **Menolak tugas** karena ingin tugas lain.
- **Menyalahkan bagian lain** sebagai penyelesaian.

> Contoh salah tafsir: dalam tim yang sedang berselisih tentang desain brosur, seorang ketua memilih desain yang menurutnya paling bagus dan meminta yang lain menurut. Keputusannya cepat dan mungkin bagus, tetapi tidak melibatkan alasan anggota lain. Dua anggota merasa tidak dihargai, dan masalah komunikasi muncul lagi pada tugas berikutnya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menggambarkan seorang anggota membuat keputusan sendiri sehingga dua anggota lain kesal, padahal tenggat dekat. Cari tindakan ketua yang menyelesaikan perselisihan sekaligus menjaga pekerjaan.

►. Tim bazar kelas XI Pemasaran beranggotakan empat orang (2026). Tanpa berdiskusi, Andi membuat poster promosi sendiri dengan warna dan slogan yang berbeda dari konsep yang pernah dibicarakan. Dua anggota lain kesal karena merasa usulan mereka diabaikan, sementara bazar tinggal lima hari lagi. Sebagai ketua tim, Rara ingin masalah ini selesai dan pekerjaan tetap berjalan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang paling tepat dilakukan Rara adalah ....

A. Mengajak tim berdiskusi menyepakati konsep, pembagian tugas, dan tenggatnya
B. Meminta Andi memperbaiki posternya sendiri sesuai konsep awal tanpa rapat tim
C. Mengadakan pemungutan suara di grup untuk memilih poster Andi atau konsep lama
D. Memakai poster Andi agar waktu tidak terbuang, lalu membahasnya setelah bazar
E. Memindahkan tugas desain dari Andi kepada anggota yang merasa usulannya diabaikan

Pembahasan **Kunci: A**

Konsep: Kerja sama tim yang baik membutuhkan tujuan bersama, komunikasi terbuka, kesepakatan, dan pembagian tugas yang jelas. Konflik diselesaikan dengan musyawarah, bukan dengan mempermalukan, menghindar, atau mengambil alih semua pekerjaan.

Langkah:

1. Penyebab masalah: keputusan diambil sendiri tanpa kesepakatan tim.
2. Perbaikan: bermusyawarah, menyepakati konsep, lalu membagi tugas dengan tenggat yang jelas.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✓ Musyawarah memperbaiki penyebab masalah (keputusan tanpa kesepakatan) dan membuat semua anggota kembali terlibat.
• **B.** ✗ Jebakan: poster memang kembali ke konsep awal, tetapi dua anggota tetap tidak dilibatkan dan pembagian tugas tetap tidak jelas.
• **C.** ✗ Pemungutan suara hanya memilih poster; penyebab masalah, yaitu keputusan tanpa kesepakatan dan tugas yang tidak jelas, tidak dibahas.
• **D.** ✗ Jebakan: waktu memang sempit, tetapi dua anggota tetap merasa diabaikan selama lima hari persiapan dan konsep yang disepakati diabaikan.
• **E.** ✗ Memindahkan tugas tanpa musyawarah sama dengan menghukum Andi dan tidak memperbaiki cara tim mengambil keputusan.

Jawaban: A.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

✎ LATIHAN

Untuk soal benar atau salah, tulis dulu prinsip kerja sama yang diuji. Untuk soal pembagian tugas, pasangkan kekuatan dengan tugas di kertas.

1. Tim stan bazar kewirausahaan kelas XI (2027) terdiri atas lima orang. Dalam rapat, tim sepakat Dina mengurus kasir, Rudi melayani pembeli, dan Andre mengatur stok. Andre tidak hadir dalam rapat, lalu menolak tugasnya karena ingin menjadi kasir. Pada hari bazar, setelah antrean kasir sepi, Dina membantu Rudi yang kewalahan melayani pembeli.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Sikap Andre tepat karena anggota yang tidak hadir rapat berhak mengganti tugas sesuai keinginannya.	○	○
Tindakan Dina menunjukkan kerja sama karena ia membantu pekerjaan anggota lain demi tujuan tim.	○	○
Keberatan Andre sebaiknya dibahas bersama tim, sementara ia tetap menjalankan tugas yang telah disepakati.	○	○

2. Tim kewirausahaan kelas XI akan membuka stan pada pameran produk sekolah, Mei 2027. Anggotanya: Rani teliti menghitung uang, Tegar pandai berbicara dengan orang baru, Wulan terampil menata dan menghias, dan Fikri suka mengolah foto untuk media sosial. Tugas yang harus dibagi: kasir, menawarkan produk kepada pengunjung, menata stan, dan membuat konten promosi.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pembagian tugas yang paling tepat adalah ....

A. Rani menawarkan produk, Tegar kasir, Wulan konten promosi, Fikri menata stan
B. Setiap anggota bergantian di setiap tugas tiap jam agar adil bagi tim
C. Rani konten promosi, Tegar menata stan, Wulan kasir, Fikri menawarkan produk
D. Ketua mengerjakan tugas-tugas penting, anggota lain membantu bila diminta
E. Rani kasir, Tegar menawarkan, Wulan menata stan, Fikri konten promosi

Kunci singkat: 1. 1S 2B 3B 2. E

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa memutuskan sendiri dan memerintah anggota lain tidak menyelesaikan konflik dengan baik?
- Bagaimana cara membagi tugas dalam tim agar hasilnya terbaik?
- **Yang harus kuingat:** sesuaikan tugas dengan kekuatan; konflik diselesaikan dengan mendengar dan menyepakati bersama; bantu rekan setelah tugas sendiri aman.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 3.4: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-3.4

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Kuis Akhir Bab 3

SMKPEM-KB3

Jumlah soal: 25 **Waktu anjuran:** 60 menit

Kerjakan sendiri dan berwaktu. Setelah selesai, cocokkan dengan kunci di Bagian D, isi tabel skor, lalu lihat anjuran di bawahnya.

Kerjakan Kuis Bab 3 di LMS

Skor dan progresmu tersimpan di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-KB3

1. Wulan, pegawai gudang toko perlengkapan sekolah, harus memindahkan dus berisi buku seberat 18 kg dari lantai ke rak setinggi pinggang. Ia membungkuk dengan lutut lurus lalu menyentakkan dus ke atas sambil memutar pinggang ke arah rak.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Cara Wulan sudah ergonomis karena dus diangkat dengan satu gerakan cepat sehingga tidak lama menahan beban.	○	○
Cara Wulan berisiko menimbulkan cedera punggung karena beban diangkat dengan punggung membungkuk dan pinggang berputar.	○	○
Wulan sebaiknya menekuk lutut, menjaga punggung tegak, mendekatkan dus ke badan, dan memindahkan kakinya saat berbalik.	○	○

2. Setelah lantai toko pakaian selesai dipel, Pak Anto meletakkan papan berbentuk segitiga berwarna kuning dengan tanda seru hitam di dekat pintu masuk.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Papan tersebut termasuk jenis rambu ....

A. larangan, yang melarang pengunjung masuk ke area tersebut
B. wajib, yang memerintahkan pegawai memakai alat pelindung diri
C. kondisi aman, yang menunjukkan jalur evakuasi menuju titik kumpul
D. alat pemadam, yang menunjukkan letak alat pemadam api ringan
E. peringatan, yang memberi tahu adanya bahaya di tempat itu

3. Di toko roti Manis Pagi, punggung tangan Sinta terkena loyang panas sehingga kulitnya memerah dan terasa perih. Tidak ada lepuhan besar. Rekannya, Rani, ingin segera menolongnya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

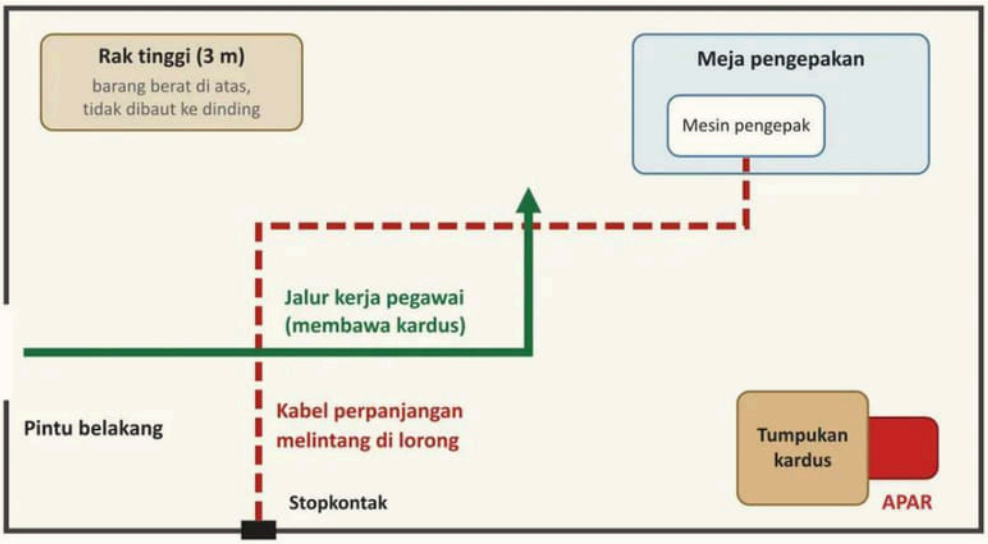
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pertolongan pertama yang paling tepat adalah ....

A. mengoleskan odol pada kulit agar terasa dingin dan tidak melepuh
B. mengompres dengan es batu langsung sampai kulit mati rasa
C. mengalirkan air bersih pada kulit selama 10–20 menit
D. memecahkan lepuhan kecil agar cairan di dalamnya keluar
E. membiarkan terbuka tanpa dibersihkan agar cepat kering

4. Supervisor meminta Rina memeriksa denah gudang toko perlengkapan olahraga pada gambar. Setiap hari pegawai membawa kardus dari pintu belakang ke meja pengepakan melalui jalur yang ditunjukkan panah.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Bahaya yang dihadapi pegawai pada jalur panah dan pengendalian paling kuatnya adalah ....

Denah Gudang Toko Perlengkapan Olahraga

Gambar rekaan, tidak berskala. Panah menunjukkan jalur kerja pegawai.



A. rak tinggi yang tidak dibaut sehingga dapat roboh; baut rak ke dinding gudang
B. kabel melintang yang membuat tersandung; pasang rambu "Awas kabel" di lorong
C. kabel melintang yang membuat tersandung; wajibkan pegawai memakai sepatu pelindung
D. kabel melintang yang membuat tersandung; geser mesin ke dekat stopkontak
E. alat pemadam yang tertutup kardus; pindahkan kardus dari depan alat pemadam

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

5. Pada pelatihan keselamatan, empat kasus kebakaran ditampilkan sebagai berikut.

Kasus	Keadaan api	Alat di dekat kejadian
1	Kabel kipas menyala kecil, listrik masih tersambung	Seember air
2	Tumpukan kardus menyala setinggi 30 cm, jalan keluar ada di belakang pemadam	APAR serbuk kimia
3	Minyak di wajan menyala setinggi 1 meter dan menjalar ke tirai	APAR serbuk kimia
4	Sofa di ruang pamer terbakar luas hingga langit-langit	APAR CO_2 kecil

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Kasus yang boleh dipadamkan sendiri oleh pegawai dengan alat yang tersedia adalah ....

A. kasus 1 dan 2, karena kedua api masih tampak kecil dan alat tersedia
B. kasus 2 dan 3, karena keduanya dapat dipadamkan dengan APAR serbuk
C. kasus 1, 2, dan 4, karena semua api dapat dipadamkan bila memakai alat
D. kasus 2, karena api kecil, alat sesuai, dan jalan keluar aman
E. semua kasus, karena setiap kasus sudah memiliki alat pemadam di dekatnya

6. Toko elektronik Cahaya Baru memasang kamera pengawas di dekat etalase ponsel dan mengunci etalase kaca pada malam hari. Kunci cadangan hanya dipegang kepala toko.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan tersebut tergolong ....

A. keselamatan kerja, karena mencegah pegawai terluka akibat kecelakaan di toko
B. keamanan kerja, karena melindungi barang dan uang dari pencurian
C. kesehatan kerja, karena menjaga pegawai tidak jatuh sakit akibat pekerjaan
D. ergonomi, karena menyesuaikan tata letak dengan postur tubuh pegawai
E. pengendalian darurat, karena disiapkan untuk menghadapi kebakaran

7. Di gudang bahan bangunan Kayu Mekar, pemotongan papan menghasilkan serbuk gergaji yang beterbangan sehingga beberapa pegawai sering batuk. Pemilik berencana memasang alat penyedot debu pada mesin potong.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang rencana tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Masker sudah cukup karena alat pelindung diri adalah pengendalian paling kuat.
☐ B. Rambu "Wajib memakai masker" menghilangkan debu dari udara gudang.
☐ C. Alat penyedot debu pada mesin lebih kuat daripada hanya membagikan masker.
☐ D. Menjadwalkan pemotongan hanya pada sore hari menghilangkan sumber bahaya debu.
☐ E. Selama debu belum hilang seluruhnya, masker tetap diperlukan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

8. Di toko perlengkapan bengkel Roda Jaya, troli pengangkut sering meneteskan oli di lorong sehingga beberapa pegawai terpeleset. Pemilik ingin memilih pengendalian yang paling kuat.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Pengendalian yang paling kuat adalah ....

A. memperbaiki troli agar tidak ada oli menetes di lorong
B. memasang rambu "Awas lantai licin" di sepanjang lorong tempat troli lewat
C. mewajibkan seluruh pegawai memakai sepatu antiselip selama bekerja di toko
D. menugaskan satu pegawai mengepel lorong setiap satu jam sekali sepanjang hari
E. melatih pegawai berjalan pelan dan berhati-hati ketika melewati lorong toko

9. Seorang supervisor menilai empat bahaya di toko perabot. Peluang dan akibat dinilai dengan skala 1 (rendah) sampai 3 (tinggi).

Bahaya	Peluang (1–3)	Akibat (1–3)
Lantai licin dekat pintu masuk	3	2
Rak tinggi tidak dibaut ke dinding	1	3
Kabel stopkontak terkelupas	2	3
Kardus menumpuk di dekat gudang	3	1

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Pernyataan yang tepat berdasarkan tabel tersebut adalah ....

(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Lantai licin dan kabel terkelupas memiliki skor risiko yang sama, yaitu 6.
☐ B. Rak tinggi memiliki skor risiko tertinggi karena akibat terburuknya paling berat.
☐ C. Rak tinggi dan kardus menumpuk memiliki skor risiko yang sama, yaitu 3.
☐ D. Skor risiko dihitung dengan menjumlahkan peluang dan akibat.
☐ E. Kardus menumpuk perlu ditangani lebih dulu daripada kabel karena peluangnya lebih besar.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

10. Di toko ponsel Seri Kota, Beni memegang kabel pengisi daya yang kulit pelindungnya terkelupas. Ia berteriak, tubuhnya kaku, dan tangannya menempel pada kabel yang masih tersambung ke stopkontak. Rekannya, Tika, berada di dekatnya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan pertama yang paling tepat dilakukan Tika adalah ....

A. memutus aliran listrik dari stopkontak atau sakelar utama
B. menarik tubuh Beni dengan tangan kosong agar lepas dari kabel
C. menyiram tangan Beni dengan air agar kabelnya cepat terlepas
D. mengangkat Beni ke ruang istirahat lalu memberinya segelas air
E. memotong kabel dengan gunting biasa agar listrik terputus

11. Pada pagi hari, gempa terasa kuat di toko alat elektronik Jaya Teknik yang menempati ruko dua lantai. Etalase kaca bergetar dan barang-barang di rak mulai jatuh. Pak Rido bersama dua pegawai berada di lantai satu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang tepat dilakukan selama dan sesudah gempa adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Berlari keluar melewati etalase kaca saat guncangan masih terkuat agar cepat selamat.
☐ B. Berlindung di bawah meja kokoh dan melindungi kepala sampai guncangan berhenti.
☐ C. Berdiri dekat etalase kaca untuk memantau barang agar tidak ada yang hilang.
☐ D. Memakai lift untuk turun ke lantai dasar karena lebih cepat daripada tangga.
☐ E. Setelah guncangan berhenti, keluar lewat tangga ke tempat terbuka, waspada susulan.

12. Di toko sembako Sumber Rejeki, shift pagi tidak mencatat bahwa gula pasir habis. Shift sore terkena keluhan pelanggan karena tidak tahu, lalu keduanya saling menyalahkan di depan pelanggan. Supervisor ingin konflik selesai dan tidak berulang.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Langkah yang paling tepat adalah ....

A. menunjuk shift pagi sebagai pihak bersalah lalu menegurnya di depan rekan
B. memisahkan jadwal kedua shift agar tidak perlu bertemu satu sama lain
C. meminta supervisor menentukan hukuman tanpa mendengar penjelasan masing-masing
D. mempertemukan kedua shift, membahas fakta, lalu menyepakati format catatan
E. meminta salah satu pegawai berpindah ke toko lain agar suasana kembali tenang

13. Sore hari, Fadil, pegawai toko serba ada, mencium bau gosong dan melihat asap tipis keluar dari celah pintu ruang panel listrik. Alarm kebakaran belum berbunyi dan belum ada orang lain yang menyadarinya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Sesudah evakuasi, Fadil menghitung rekan di titik kumpul dan melapor bila ada yang belum terlihat.	○	○
Fadil sebaiknya membuka pintu lebar-lebar untuk memeriksa sumber asap sebelum melapor.	○	○
Fadil sebaiknya menyalakan alarm secara manual dan memberi tahu rekan lebih dulu sebelum melakukan hal lain.	○	○

14. Andi, petugas pembelian toko bahan makanan, membandingkan dua pemasok tepung. Pemasok B menawarkan voucher belanja pribadi untuk Andi bila tokonya dipilih.

Pemasok	Harga per dus	Dus cacat dan dikembalikan	Tawaran tambahan
A	Rp48.000	2 %	tidak ada
B	Rp52.000	6 %	voucher belanja Rp500.000 untuk Andi

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan yang paling tepat bagi Andi adalah ....

A. memilih Pemasok B dan menerima voucher karena hadiah itu hak pribadinya
B. memilih Pemasok B tetapi menyerahkan voucher kepada rekan sekantor secara diam-diam
C. memilih Pemasok A lalu meminta voucher serupa dari Pemasok A sebagai imbalan
D. memilih Pemasok A dan menyimpan tawaran voucher tanpa memberi tahu siapa pun
E. memilih Pemasok A, menolak voucher itu, lalu melapor kepada atasan

15. Dalam rapat tim stan kios, Randy selalu memutuskan sendiri jadwal dan tugas. Tiga anggota lain diam, tetapi setelah rapat mereka mengeluh bahwa pembagian tugas tidak adil.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

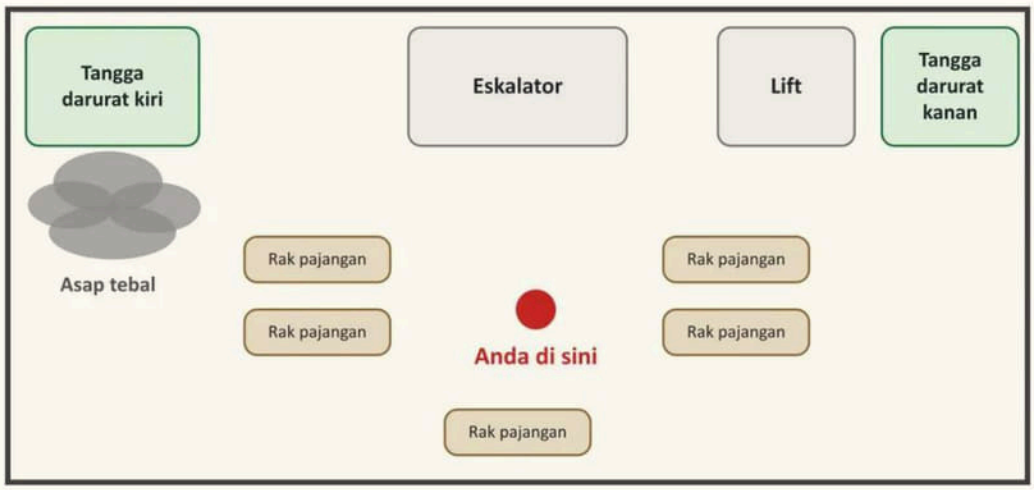
Pernyataan	Benar	Salah
Anggota yang diam selama rapat berarti sudah setuju dengan keputusan.	○	○
Ketua dapat meminta pendapat setiap anggota satu per satu lalu merangkum kesepakatan.	○	○
Tim yang sehat membiarkan semua anggota menyampaikan pendapat sebelum keputusan diambil.	○	○

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

16. Alarm kebakaran berbunyi di lantai dua toko perabot Griya Nusantara. Maya berada di titik "Anda di sini" pada denah. Asap tebal terlihat keluar dari pintu tangga darurat sebelah kiri. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Rute evakuasi yang paling tepat bagi Maya adalah ....

Denah Lantai 2 Toko Perabot Griya Nusantara

Gambar rekaan, tidak berskala.



Titik kumpul: tempat parkir di luar gedung, dicapai dari lantai dasar.

A. eskalator di tengah ruangan, karena paling dekat dengan posisinya
B. tangga darurat kanan, lalu menuju titik kumpul di tempat parkir
C. tangga darurat kanan, tetapi kembali dulu mengunci laci kasir
D. lift di sisi kanan, karena lebih cepat daripada menuruni tangga
E. tangga darurat kiri yang berasap, dengan menutup hidung dan berlari

17. Di sebuah toko perlengkapan rumah tangga, empat pegawai gudang bekerja di ruang yang sama. Kelompok P mengerjakan tugas masing-masing tanpa saling memberi tahu dan hasilnya dijumlahkan di akhir hari. Kelompok Q memiliki pembagian peran yang jelas, saling melengkapi, dan bertemu setiap sore untuk mengevaluasi pekerjaan. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Pernyataan yang tepat adalah ....

A. Kelompok P adalah tim, karena anggotanya berada dalam satu ruangan
B. Kelompok Q adalah tim, karena anggotanya saling bergantung
C. Kelompok P adalah tim, karena hasil kerjanya dijumlahkan menjadi satu
D. Kelompok Q bukan tim, karena anggotanya memiliki tugas yang berbeda
E. Kelompok P dan Q sama-sama tim, karena sama-sama bekerja untuk toko

18. Gudang toko perlengkapan kantor Berkas Prima akan diperbaiki dengan budaya kerja 5R. Beberapa kegiatan sudah dilakukan tim gudang. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Pernyataan yang menggambarkan unsur 5R dengan tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

- ☐ A. Membersihkan lantai dan rak setiap sore adalah unsur rawat.
- ☐ B. Menjalankan aturan agar gudang tetap bersih dan tertata adalah unsur resik.
- ☐ C. Menjalankan kegiatan 5R hanya ketika ada pemeriksaan dari pemilik adalah unsur rajin.
- ☐ D. Memilah kertas kedaluwarsa dan menyingkirkannya dari rak adalah unsur ringkas.
- ☐ E. Memberi label pada rak dan menempatkan barang pada tempatnya adalah unsur rapi.

19. Toko sembako Sumber Rejeki sedang menyusun aturan serah terima antar-shift agar kejadian kehabisan stok tanpa pemberitahuan tidak terulang.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang serah terima adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

- ☐ A. Cukup mengatakan "semua beres" secara lisan kepada shift berikutnya.
- ☐ B. Catatan serah terima memuat stok, kas, dan masalah yang belum selesai.
- ☐ C. Pesan penting ditulis agar isinya tidak berubah ketika diteruskan dari mulut ke mulut.
- ☐ D. Masalah yang belum selesai sebaiknya disimpan sendiri agar tidak menimbulkan kegelisahan.
- ☐ E. Hanya atasan yang perlu tahu kondisi stok, rekan shift berikutnya tidak perlu diberi tahu.

20. Empat siswa akan menjaga kios kue lebaran dengan empat tugas: kasir, melayani pembeli, mengatur stok, dan membuat poster. Kekuatan dan kekurangan tiap anggota:

Anggota	Kekuatan	Kekurangan
Hana	Teliti berhitung	Gugup berbicara
Ivan	Ramah dan suka berbicara	Sering lupa mencatat
Joko	Kuat mengangkat dan disiplin	Kurang sabar melayani
Kiki	Pandai mendesain	Lambat menghitung

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pembagian tugas yang paling tepat adalah ....

A. Hana melayani, Ivan kasir, Joko poster, Kiki stok
B. Hana stok, Ivan poster, Joko kasir, Kiki melayani
C. Hana kasir, Ivan melayani, Joko stok, Kiki poster
D. Hana poster, Ivan stok, Joko melayani, Kiki kasir
E. Hana melayani, Ivan stok, Joko kasir, Kiki poster

21. Toko sepatu Langkah Maju menetapkan standar penampilan bagi pramuniaga. Empat pramuniaga baru datang pada hari pertama: Tari memakai seragam kusut dan tanda pengenal di dalam tas; Gito berseragam bersih tetapi mengenakan sandal jepit; Rina memakai parfum yang sangat menyengat; dan Sari berseragam bersih dan rapi, tanda pengenal terpasang, rambut diikat, serta bersepatu tertutup.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pramuniaga yang sudah sesuai standar penampilan adalah ....

A. Tari, karena memakai seragam sehingga dianggap sudah memenuhi standar
B. Gito, karena seragamnya bersih walaupun alas kakinya kurang aman
C. Rina, karena harum parfum membuat pelanggan merasa nyaman berbelanja
D. Tari dan Gito, karena masing-masing sudah memenuhi sebagian ketentuan
E. Sari, karena seragam rapi, tanda pengenal terlihat, dan sepatu aman

22. Dewi, pramuniaga toko sepatu, menemukan goresan kecil di sisi sepasang sepatu yang akan dibeli seorang pelanggan. Pelanggan tampak tidak menyadarinya dan sudah siap membayar. Supervisor sedang berada di gudang.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang paling tepat dilakukan Dewi adalah ....

A. diam saja karena pelanggan sudah memilih dan siap membayar
B. menutupi goresan dengan semir lalu menyerahkan sepatu kepada pelanggan
C. memberi tahu goresan itu dan menawarkan pilihan lain
D. menyarankan pelanggan membeli cepat sebelum goresan itu terlihat jelas
E. menunggu pelanggan bertanya dulu baru menjelaskan keadaan sepatu

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

23. Tim stan kerajinan sekolah hanya mencapai 60 % target penjualan pekan lalu. Pada rapat evaluasi, seorang anggota menyebut Rendi, yang penjualannya paling rendah, sebagai penyebab tunggal. Ketua tim ingin evaluasi yang adil.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Langkah evaluasi yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Mencari penyebab dengan data jadwal jaga, stok, dan pengunjung.
☐ B. Menunda evaluasi sampai target berikutnya tercapai.
☐ C. Membatasi pendapat anggota lain agar rapat tidak berkepanjangan.
☐ D. Menetapkan Rendi sebagai penyebab tunggal agar rapat cepat selesai.
☐ E. Menetapkan satu perbaikan dengan penanggung jawab dan tenggat waktu.

24. Citra, admin toko daring bahan kue, salah mengetik jumlah pesanan seorang pelanggan: 20 dus tertulis, padahal pelanggan memesan 10 dus. Kesalahan baru diketahui setelah barang diserahkan kepada kurir dan belum sampai ke pelanggan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang tepat dilakukan Citra adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Segera memberi tahu atasan lalu menghubungi kurir dan pelanggan.
☐ B. Menunggu sampai pelanggan mengajukan keluhan sebelum mengakui kesalahan.
☐ C. Menyalahkan sistem pesanan agar atasan tidak menilai Citra lalai.
☐ D. Mencatat penyebab dan menambah pemeriksaan jumlah sebelum pengiriman.
☐ E. Mengurangi jumlah pada pesanan pelanggan lain secara diam-diam untuk menutup selisih.

25. Jadwal masuk Bayu di toko alat tulis pukul 08.00. Pukul 07.40 bus yang ia tumpangi mogok di tengah jalan dan baru dapat melanjutkan perjalanan 30 menit kemudian. Bayu bertugas membuka toko pada pagi itu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang paling tepat dilakukan Bayu adalah ....

A. segera mengabari supervisor dan minta rekan membuka toko
B. diam saja dan berharap supervisor tidak menyadari keterlambatannya
C. mengabari setelah tiba di toko supaya tampak sudah berusaha cepat
D. mengatakan ia sakit agar alasannya diterima dan tidak dimarahi
E. berhenti naik bus dan kembali pulang karena jadwal sudah tidak terkejar

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Tabel skor dan anjuran

Sub bab / subtopik	Nomor soal	Benar	Jika kurang separuh benar
Sub bab 3.1 · Prinsip K3 di lingkungan pemasaran dan ritel	1, 2, 4, 6, 7, 8, 9	___ / 7	Ulangi hlm. 138
Sub bab 3.2 · Prosedur tanggap darurat dasar	3, 5, 10, 11, 13, 16	___ / 6	Ulangi hlm. 151
Sub bab 3.3 · Standar penampilan pribadi dan budaya kerja	14, 18, 21, 22, 24, 25	___ / 6	Ulangi hlm. 164
Sub bab 3.4 · Kerja sama dalam tim	12, 15, 17, 19, 20, 23	___ / 6	Ulangi hlm. 175

Skor 70 % atau lebih: lanjut ke bab berikutnya. Skor 50–69 %: ulangi sub bab pada tabel yang kurang dari separuh benar. Skor di bawah 50 %: baca ulang bab ini dari awal. (Angka ini anjuran belajar, bukan prediksi nilai TKA.)

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Bab 4 · Ilmu Ekonomi dan Perilaku Konsumen

SMKPEM-B4

Setelah mempelajari bab ini, kamu dapat:

- menjelaskan kelangkaan, kebutuhan, pilihan, dan biaya peluang dalam keputusan usaha
- menjelaskan peran pelaku ekonomi dan arus barang, jasa, dan uang
- menerapkan fungsi manajemen dan mendiagnosis fungsi yang lemah
- menganalisis faktor, tahapan, dan pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian

Peta bab

Sub bab	Judul
4.1	Masalah ekonomi: kelangkaan, kebutuhan, dan pilihan
4.2	Pelaku ekonomi dan arus barang, jasa, dan uang
4.3	Fungsi manajemen dalam kegiatan usaha
4.4	Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen
4.5	Tahapan proses keputusan pembelian
4.6	Alasan dan pertimbangan konsumen memilih produk atau jasa

Bab 4 di LMS

Buka seluruh latihan bab ini di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-B4

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 4.1 · Masalah ekonomi: kelangkaan, kebutuhan, dan pilihan

SMKPEM-4.1

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **mengidentifikasi konsep ekonomi**, dengan batasan **kelangkaan, kebutuhan, dan pilihan**. Pada soal, konsep ini muncul sebagai keputusan seorang pemilik usaha kecil yang uangnya, waktunya, atau tenaganya terbatas: memilih stok, memilih kegiatan, atau memilih pembelian. Dua pola yang sering muncul adalah **menghitung biaya peluang** dari sebuah pilihan dan **menentukan prioritas** dari beberapa kebutuhan yang tidak semuanya dapat dipenuhi.

Soal sub bab ini berkategori mudah sampai sedang, tetapi mudah dijawab salah bila kamu menjawab terburu-buru. Jebakan klasik pada biaya peluang adalah menjumlahkan semua pilihan yang tidak diambil atau memakai nilai pilihan yang diambil, padahal biaya peluang adalah **nilai pilihan terbaik yang dilepas**. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

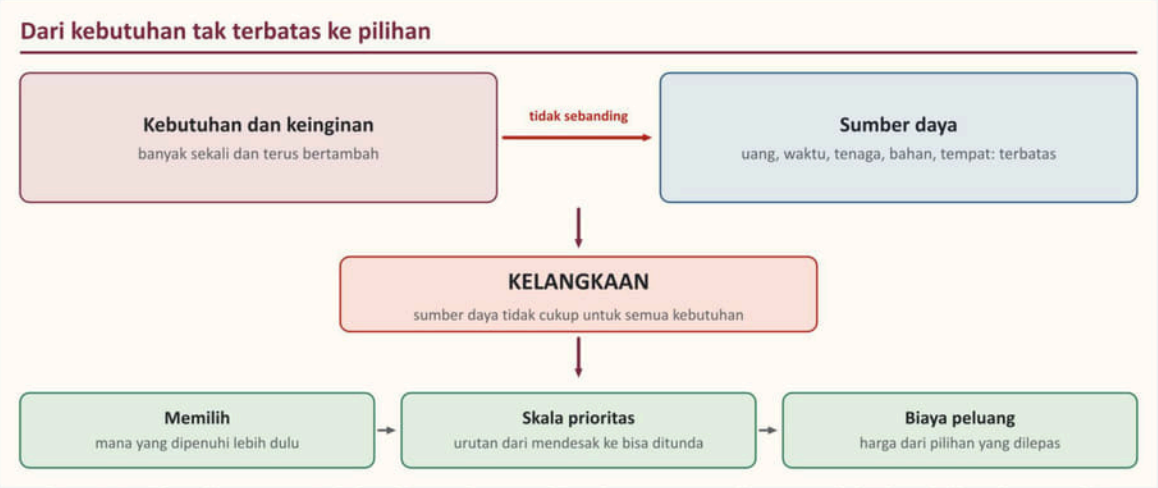
- menjelaskan mengapa kelangkaan memaksa orang dan usaha memilih;
- membedakan kebutuhan dan keinginan, serta tingkatan kebutuhan;
- menyusun skala prioritas dari beberapa kebutuhan yang dananya terbatas;
- menghitung biaya peluang dengan benar dan memakainya untuk menilai keputusan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Dari mana masalah ekonomi muncul?

Setiap orang dan setiap usaha punya banyak sekali hal yang ingin atau perlu dipenuhi. Di sisi lain, uang, waktu, tenaga, bahan baku, dan tempat selalu terbatas. Inilah inti **masalah ekonomi**: **kebutuhan manusia tidak terbatas, sedangkan alat pemuas kebutuhan terbatas**. Karena tidak semuanya dapat dipenuhi, manusia harus **memilih**. Gambar 4.1 meringkas alurnya.



Gambar 4.1 Kebutuhan yang tidak terbatas dan sumber daya yang terbatas melahirkan kelangkaan, sehingga orang harus memilih. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Ilmu ekonomi mempelajari bagaimana manusia dan usaha membuat pilihan itu seefisien mungkin. Dalam usaha kecil, masalah ini terasa nyata: modal Rp5 juta tidak dapat dipakai untuk sekaligus membeli stok, memperbaiki toko, dan beriklan. Pemilik usaha harus menentukan mana yang didahulukan.

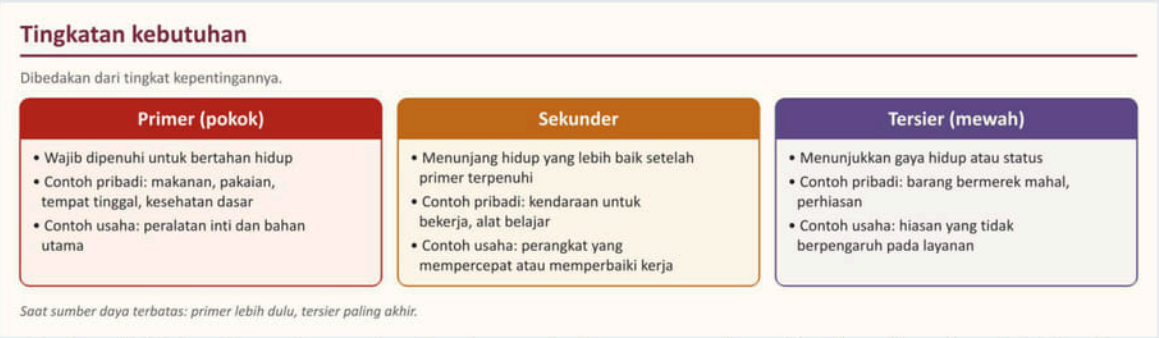
2. Kebutuhan dan keinginan

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang harus dipenuhi agar hidup layak dan usaha dapat berjalan. **Keinginan** adalah hasrat terhadap sesuatu yang bukan keharusan. Perbedaannya penting karena **kebutuhan didahulukan daripada keinginan** ketika sumber daya terbatas.

Contoh pada usaha: mesin cetak untuk usaha fotokopi adalah **kebutuhan** karena tanpa mesin itu layanan utama berhenti. Papan nama berlampu hias adalah **keinginan** karena usaha tetap berjalan tanpanya. Tentu batas keduanya dapat berubah menurut keadaan. Bagi usaha baru yang belum dikenal orang, papan nama sederhana bisa menjadi kebutuhan.

Kebutuhan dikelompokkan dalam beberapa cara. Cara yang paling sering muncul adalah berdasarkan **tingkat kepentingan**. Gambar 4.2 menunjukkannya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan



Gambar 4.2 Kebutuhan primer, sekunder, dan tersier beserta contohnya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Kebutuhan primer** (pokok): wajib dipenuhi karena menyangkut kelangsungan hidup, seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, dan kesehatan dasar. Pada usaha: peralatan inti dan bahan utama.
2. **Kebutuhan sekunder:** menunjang kehidupan yang lebih baik setelah kebutuhan primer terpenuhi, seperti kendaraan untuk bekerja atau alat belajar. Pada usaha: perangkat yang mempercepat atau memperbaiki kerja.
3. **Kebutuhan tersier** (mewah): menunjukkan gaya hidup atau status, seperti barang bermerek mahal atau perhiasan. Pada usaha: hiasan atau perlengkapan yang tidak berpengaruh pada pelayanan.

Kebutuhan juga dapat dibedakan berdasarkan **waktu** (sekarang atau masa depan, misalnya menabung), **sifat** (jasmani seperti makan, rohani seperti ibadah dan hiburan), dan **subjek** (perorangan atau bersama).

3. Alat pemuas kebutuhan

Untuk memenuhi kebutuhan, manusia memakai **alat pemuas kebutuhan** yang berupa **barang** (berwujud, seperti beras atau pakaian) atau **jasa** (tidak berwujud, seperti pangkas rambut atau pengiriman). Barang yang tersedia melimpah dan tidak perlu dibeli, misalnya udara, disebut barang bebas. Barang yang harus diusahakan atau dibeli disebut **barang ekonomi**, dan karena itulah muncul harga, produsen, pedagang, dan pemasaran.

4. Kelangkaan

Kelangkaan adalah keadaan ketika jumlah sumber daya tidak cukup untuk memenuhi seluruh kebutuhan. Perhatikan bahwa kelangkaan **bukan berarti barangnya hilang atau sedikit di toko**. Kelangkaan berarti **sumber daya terbatas dibandingkan keinginan yang harus dipenuhi**. Sumber daya itu meliputi:

- **sumber daya alam** (bahan baku, lahan);
- **tenaga kerja** dan **waktu**;
- **modal** (uang, mesin, peralatan);
- **kemampuan mengelola** (keterampilan, pengetahuan).

Kelangkaan dapat bersifat **umum** (bahan baku langka, misalnya cabai yang berkurang di musim hujan sehingga harganya naik) dan **pribadi** (seorang pemilik usaha yang hanya punya dua jam senggang setiap sore). Karena kelangkaan, usaha harus **menentukan**

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

prioritas dan **menghitung untung rugi** setiap pilihan.

5. Pilihan dan skala prioritas

Karena tidak semuanya dapat dipenuhi, dibuatlah **skala prioritas**, yaitu daftar kebutuhan yang diurutkan dari yang paling mendesak sampai yang paling bisa ditunda. Dua pertanyaan membantu mengurutkan:

- **Seberapa penting?** Apakah tanpa ini usaha atau kehidupan terganggu?
- **Seberapa mendesak?** Apakah harus dipenuhi sekarang atau dapat ditunda?

Gambar 4.3 memperlihatkan contoh skala prioritas untuk usaha jasa foto kecil dengan dana terbatas.

Contoh skala prioritas usaha jasa foto kecil

Dana tersedia Rp4.000.000. Urutan: wajib, diminta pelanggan, murah dan membantu promosi, lalu tunda keinginan.

Urutan	Kebutuhan	Biaya	Alasan	Keputusan
1	Kamera bekas layak	Rp2.500.000	tanpa kamera layanan tidak ada	beli
2	Lampu kilat	Rp800.000	banyak pelanggan meminta foto dalam ruangan	beli
3	Latar kain dan penyangga	Rp400.000	dibutuhkan untuk foto pas dan produk	beli
4	Kartu nama	Rp100.000	murah dan membantu promosi	beli
5	Papan nama berlampu hias	Rp1.500.000	hanya memperindah; melebihi dana	tunda

Total dibeli: 2.500.000 + 800.000 + 400.000 + 100.000 = Rp3.800.000 (masuk anggaran Rp4.000.000)

Gambar 4.3 Skala prioritas pembelian untuk usaha jasa foto rekaan dengan dana Rp4.000.000. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

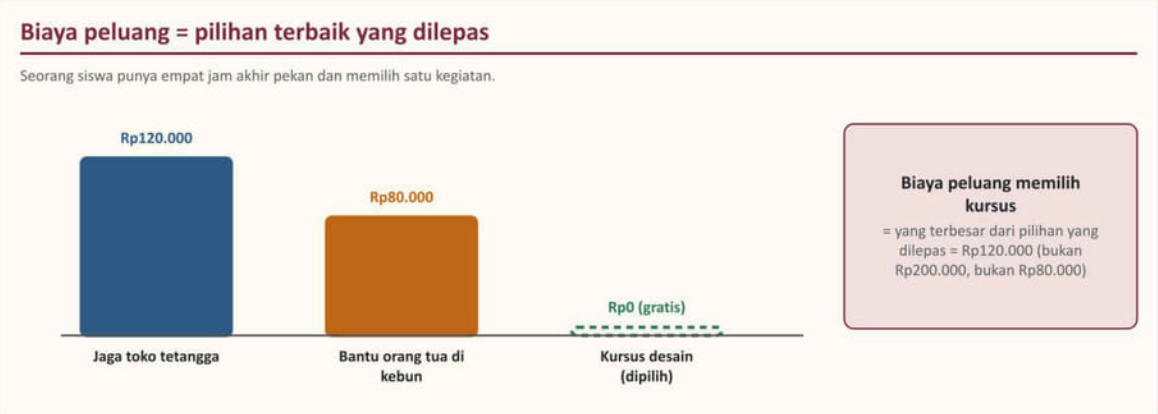
Aturan umum pada soal:

1. **Kebutuhan yang menyebabkan layanan utama berhenti bila tidak dipenuhi** didahulukan.
2. **Kebutuhan yang diminta banyak pelanggan** didahulukan sebelum yang hanya memperindah.
3. **Keinginan dan kebutuhan tersier** ditunda sampai dana dan keuntungan ada.
4. **Jumlah biaya pilihan harus masuk anggaran.** Kumpulan pilihan yang jumlahnya melebihi dana tidak dapat dipilih.

6. Biaya peluang

Karena setiap pilihan berarti melepas pilihan lain, setiap pilihan punya **biaya peluang** (*opportunity cost*). **Biaya peluang adalah nilai dari pilihan terbaik berikutnya yang dilepas karena kamu memilih sesuatu.** Kata kuncinya adalah **terbaik**.

Gambar 4.4 menjelaskan dengan contoh waktu. Seorang siswa memiliki empat jam akhir pekan dan harus memilih satu dari tiga kegiatan: menjaga toko tetangga dengan upah Rp120.000, membantu orang tua di kebun dengan imbalan setara Rp80.000, atau mengikuti kursus desain gratis yang bermanfaat untuk masa depan.



Gambar 4.4 Cara menemukan biaya peluang: lihat pilihan yang tidak diambil, ambil yang nilainya paling besar. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Bila siswa itu memilih kursus, pilihan yang dilepas adalah menjaga toko (Rp120.000) dan membantu di kebun (Rp80.000). **Biaya peluangnya Rp120.000**, bukan Rp200.000 (jumlah keduanya), karena ia hanya dapat memilih satu dari dua pilihan itu seandainya tidak ikut kursus. Biaya peluang juga bukan Rp80.000 dan bukan nilai kursus yang ia pilih.

Langkah menghitung biaya peluang:

1. **Daftar semua pilihan** beserta nilainya.
2. **Tandai pilihan yang diambil.**
3. **Dari pilihan yang tidak diambil, ambil yang nilainya paling besar.** Itulah biaya peluang.
4. Pastikan **satuan sama** (rupiah per bulan dengan rupiah per bulan, bukan rupiah per bulan dengan keuntungan sekali jual).

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Biaya peluang dapat berupa uang, tetapi juga waktu, kesempatan, atau kenyamanan. Pada usaha, biaya peluang membantu pemilik menyadari bahwa keputusan yang tampak "gratis", misalnya memakai kios sendiri untuk usaha baru, tetap punya biaya, yaitu uang sewa yang gagal diterima bila kios itu disewakan kepada orang lain.

7. Prinsip ekonomi dalam usaha kecil

Prinsip ekonomi berbunyi: **dengan pengorbanan sekecil-kecilnya memperoleh hasil sebesar-besarnya**. Pada usaha kecil dengan modal terbatas, prinsip ini berarti:

- memilih stok yang **cepat laku dan dibutuhkan pembeli sekitar**, sehingga uang kembali cepat dan dapat dipakai lagi;
- menunda belanja yang **tidak langsung menambah penjualan**;
- membandingkan **manfaat dan biaya** setiap pilihan sebelum membeli;
- menghindari **pemborosan**: stok berlebihan yang kedaluwarsa, listrik yang menyala percuma, atau barang yang dibeli tetapi jarang dipakai.

Gambar 4.5 pada akhir bagian ini merangkum seluruh isi sub bab dalam satu peta konsep.

8. Langkah memutuskan dengan modal terbatas

Gunakan urutan lima langkah berikut:

1. **Tulis semua kebutuhan dan biayanya.**
2. **Pisahkan yang wajib** (tanpa itu layanan inti berhenti) **dari yang diinginkan.**
3. **Periksa dana yang tersedia.**
4. **Pilih kebutuhan wajib dan yang berdampak besar bagi pelanggan,** selama jumlahnya masuk anggaran.
5. **Tunda sisanya** dan jadwalkan bila usaha sudah menghasilkan.

9. Kelangkaan memengaruhi harga dan keputusan usaha

Ketika sebuah bahan menjadi langka, harganya cenderung naik, dan usaha yang memakainya harus mengambil keputusan. Misalnya, pemilik kedai yang bahan utamanya mendadak naik harga dapat memilih salah satu dari beberapa jalan:

1. **Menaikkan harga jual** sebagian atau seluruhnya, dengan risiko pembeli berkurang.
2. **Memperkecil porsi atau mengubah ukuran** tanpa menurunkan mutu secara mencolok.
3. **Mengganti bahan** dengan yang lebih murah tetapi tetap layak.
4. **Menerima laba lebih kecil** untuk sementara demi menjaga pelanggan.
5. **Mencari pemasok lain** atau membeli lebih banyak saat harga turun.

Tidak ada jawaban tunggal yang selalu benar. Keputusan yang tepat bergantung pada **seberapa peka pembeli terhadap harga, seberapa kuat posisi usaha, dan seberapa besar modal**. Pada soal, pilihan yang baik biasanya **menjaga pelanggan dan masih memberi laba**, serta jujur kepada pembeli. Pilihan yang menurunkan mutu diam-diam atau mengurangi takaran tanpa pemberitahuan tidak tepat karena melanggar kejujuran.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Hubungan antara kelangkaan dan harga juga terlihat dari sisi pembeli. Ketika bahan yang dibutuhkan langka dan mahal, pembeli menyesuaikan: membeli lebih sedikit, mengganti dengan barang lain, atau menunda pembelian. Karena itu, pemasar perlu memantau perubahan harga bahan dan perilaku pembeli secara teratur.

10. Pilihan selalu punya akibat

Setiap pilihan membawa **manfaat** dan **pengorbanan**. Pilihan yang baik adalah yang manfaatnya lebih besar daripada pengorbanannya dan sesuai tujuan. Beberapa pertanyaan membantu menimbang:

- **Apa yang kuperoleh** dari pilihan ini, dan seberapa pasti?
- **Apa yang kulepas** (uang, waktu, kesempatan lain)?
- **Apakah dananya cukup,** dan apakah masih ada cadangan untuk kebutuhan mendesak?
- **Apakah ada pilihan yang lebih murah** dengan manfaat yang hampir sama?
- **Apakah akibat jangka panjangnya baik,** atau hanya enak sekarang?

Contoh sederhana: membeli stok dalam jumlah besar karena potongan harga tampak menguntungkan. Manfaatnya harga satuan turun. Pengorbanannya modal tertahan lama di gudang, risiko barang rusak atau kedaluwarsa, dan modal yang tidak dapat dipakai untuk kebutuhan lain. Bila barang tidak cepat laku, potongan harga itu justru menjadi kerugian. Karena itu, pilihan yang tampak hemat belum tentu hemat setelah semua akibatnya dihitung.

11. Kesalahan umum

- **Menjumlahkan semua pilihan yang dilepas** sebagai biaya peluang.
- **Memakai nilai pilihan yang diambil** sebagai biaya peluang.
- **Mengira kelangkaan hanya soal barang yang sedikit** di toko.
- **Membeli yang diinginkan lebih dulu** karena menarik, bukan yang dibutuhkan.
- **Memilih paket pembelian yang jumlahnya melebihi dana.**
- **Mengira pilihan "gratis" tidak punya biaya.**

12. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Masalah ekonomi: kebutuhan tak terbatas, alat pemuas terbatas → kelangkaan → memilih.
- Kebutuhan didahulukan daripada keinginan; tingkatan: primer, sekunder, tersier.
- Skala prioritas: kebutuhan wajib dan mendesak lebih dulu; jumlah pilihan harus masuk anggaran.
- **Biaya peluang = nilai pilihan terbaik yang dilepas** (bukan jumlah semua, bukan yang diambil).
- Prinsip ekonomi: pengorbanan sekecil-kecilnya, hasil sebesar-besarnya.
- Kelangkaan bahan memengaruhi harga; keputusan yang baik menjaga pelanggan, masih memberi laba, dan jujur.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 4.5 di akhir bagian ini.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Menghitung biaya peluang

Seorang pemilik kios rekaan memiliki satu lahan kosong. Ada tiga rencana dengan perkiraan laba bulanan: (a) membuka lapak makanan Rp2.100.000; (b) menyewakan lahan kepada pedagang lain Rp1.600.000; (c) menjadikan lahan tempat parkir Rp900.000. Pemilik memilih membuka lapak makanan. Berapa biaya peluang keputusannya setiap bulan?

Langkah.

1. Pilihan diambil: (a) lapak makanan.
2. Pilihan yang dilepas: (b) Rp1.600.000 dan (c) Rp900.000.
3. Ambil yang terbesar dari yang dilepas: **Rp1.600.000**.

Jawaban: Rp1.600.000 per bulan. Jumlah keduanya (Rp2.500.000) dan nilai pilihan yang diambil (Rp2.100.000) adalah jawaban yang keliru.

Pemeriksaan tambahan: laba bersih dari keputusan itu dibandingkan dengan alternatif terbaik adalah 2.100.000 − 1.600.000 = Rp500.000 per bulan, sehingga keputusan itu masuk akal secara ekonomi.

Contoh 2 — Menyusun skala prioritas

Usaha jasa foto kecil rekaan memiliki dana Rp4.000.000. Kebutuhannya: (1) kamera bekas yang layak Rp2.500.000 (tanpa kamera layanan tidak ada); (2) lampu kilat Rp800.000 (banyak pelanggan meminta foto dalam ruangan); (3) latar kain dan penyangga Rp400.000; (4) papan nama berlampu hias Rp1.500.000 (hanya memperindah); (5) kartu nama Rp100.000. Pilih pembelian yang masuk anggaran dan paling tepat.

Langkah.

1. **Wajib:** kamera (2.500.000).
2. **Diminta pelanggan:** lampu kilat (800.000) dan latar (400.000).
3. **Kecil dan membantu promosi:** kartu nama (100.000).
4. **Tunda:** papan nama berlampu hias (hanya memperindah).
5. Jumlah 1 + 2 + 3 + 5: 2.500.000 + 800.000 + 400.000 + 100.000 = **Rp3.800.000**, masih di bawah Rp4.000.000.

Jawaban: kamera, lampu kilat, latar, dan kartu nama (total Rp3.800.000). Papan nama berlampu hias ditunda karena keinginan dan jumlahnya akan melebihi dana.

Contoh 3 — Membedakan kebutuhan dan keinginan

Seorang pemilik warung kopi rekaan menimbang lima belanja: (1) biji kopi untuk stok mingguan; (2) mesin penggiling yang rusak; (3) kursi empuk bermerek mahal untuk pelanggan; (4) pemanas air; (5) pot tanaman hias impor. Kelompokkan sebagai kebutuhan atau keinginan bagi usaha ini.

Langkah. Tanyakan: bila tidak dibeli, apakah layanan inti terganggu?

1. Biji kopi → ya, kebutuhan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Mesin penggiling rusak → ya, kebutuhan.
3. Kursi empuk bermerek mahal → tidak, keinginan (kursi sederhana sudah cukup).
4. Pemanas air → ya, kebutuhan.
5. Pot tanaman hias impor → tidak, keinginan.

Jawaban: kebutuhan: 1, 2, 4; keinginan: 3 dan 5.

❖ PETA KONSEP



Gambar 4.5 Peta konsep masalah ekonomi: kelangkaan, kebutuhan, dan pilihan. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal masalah ekonomi:

1. **Tentukan jenis soalnya:** biaya peluang, skala prioritas, atau pembeda kebutuhan dan keinginan.
2. **Pada biaya peluang,** daftar semua pilihan dan nilainya, tandai yang diambil, lalu pilih **yang terbesar dari yang dilepas**. Pastikan satuannya sama.
3. **Pada prioritas,** garis bawahi anggaran dan keterangan "tanpa ini layanan berhenti" atau "banyak pelanggan meminta". Pilih yang wajib dan berdampak besar, lalu jumlahkan dan periksa anggaran.
4. **Pada kebutuhan dan keinginan,** tanyakan apakah layanan inti terganggu bila tidak dipenuhi.
5. **Pada soal modal terbatas,** pilih yang cepat laku, dibutuhkan pembeli di sekitar, dan modalnya cepat kembali.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Jumlah semua pilihan yang dilepas** sebagai biaya peluang.
- **Nilai pilihan yang diambil** sebagai biaya peluang.
- **Pilihan terbesar secara total** padahal belum tentu pilihan terbaik berikutnya.
- **Satuan berbeda** (sewa per bulan dengan laba sekali).
- **Paket yang melebihi anggaran** walaupun semua barangnya diperlukan.
- **Keuntungan per barang besar** dianggap alasan terbaik, padahal barangnya jarang laku.
- **"Lengkap" dianggap baik** (setiap jenis barang sedikit), padahal modal terbatas menuntut fokus.

> Contoh salah tafsir: pemilik bengkel kecil memilih memakai ruang kosong di sampingnya untuk menyimpan peralatan lama dan mengira biayanya nol. Padahal ruang itu dapat disewakan Rp900.000 per bulan. Biaya peluang memakai ruang itu adalah Rp900.000 per bulan, walaupun ia tidak mengeluarkan uang tunai.

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut memuat tabel tiga rencana dengan laba bulanan, dan tokoh yang akhirnya memilih rencana yang bukan terbesar karena menyukai usaha jasa. Tentukan pilihan yang dilepas, lalu ambil yang terbaik di antaranya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Pak Joko memiliki toko sepatu kecil dan sebuah kios kosong di sebelahnya. Pada awal 2027 ia mempunyai dana Rp10 juta dan hanya dapat memilih satu dari tiga rencana berikut.

Rencana	Perkiraan laba per bulan
Menambah stok sepatu sekolah	Rp2.400.000
Membuka jasa cuci sepatu di kios	Rp1.800.000
Menyewakan kios kepada pedagang lain	Rp1.500.000

Pak Joko akhirnya memilih membuka jasa cuci sepatu karena ia menyukai usaha jasa. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Biaya peluang dari keputusan Pak Joko setiap bulan adalah ....

A. Rp1.500.000
B. Rp3.900.000
C. Rp600.000
D. Rp2.400.000
E. Rp1.800.000

Pembahasan **Kunci: D**

Konsep: Kelangkaan dana memaksa pelaku usaha memilih. Biaya peluang (opportunity cost) adalah nilai alternatif terbaik yang dikorbankan karena memilih suatu pilihan.

Langkah:
1. Pilihan Pak Joko: jasa cuci sepatu (Rp1.800.000).
2. Alternatif yang dikorbankan: stok sepatu sekolah (Rp2.400.000) dan sewa kios (Rp1.500.000).
3. Yang terbaik di antara keduanya: Rp2.400.000 → biaya peluang.

Analisis setiap opsi:
- **A.** ✗ Rp1.500.000 adalah alternatif yang paling kecil, bukan yang terbaik.
- **B.** ✗ Jebakan: Rp2.400.000 + Rp1.500.000 = Rp3.900.000 menjumlahkan semua alternatif, padahal Pak Joko hanya dapat memilih satu.
- **C.** ✗ Rp600.000 adalah selisih laba stok sepatu dan jasa cuci, bukan biaya peluang.
- **D.** ✓ Nilai alternatif terbaik yang dikorbankan adalah laba menambah stok sepatu sekolah.
- **E.** ✗ Rp1.800.000 adalah laba pilihan yang diambil, bukan yang dikorbankan.

Jawaban: D.

✎ LATIHAN

Untuk biaya peluang, tulis pilihan yang diambil dan pilihan yang dilepas lebih dulu. Untuk soal prioritas, tulis anggaran dan jumlah pilihanmu sebelum menjawab.

1. Bu Siti membuka warung kelontong di permukiman padat pada Januari 2027. Modalnya untuk mengisi stok hanya Rp2 juta, padahal barang yang ingin ia jual bernilai sekitar Rp5 juta. Sebagian besar warga sekitar adalah buruh harian yang berbelanja kebutuhan dapur setiap hari dalam jumlah kecil. Bu Siti ingin modalnya cepat kembali agar dapat menambah

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

stok.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Pilihan stok yang paling tepat untuk modal pertamanya adalah ....

A. Mainan anak dan alat tulis karena keuntungan per barangnya besar
B. Parsel dan kue kering kalengan karena dapat dijual dengan harga tinggi
C. Beras, minyak, telur, dan bumbu dapur kemasan kecil yang cepat laku
D. Setiap jenis barang dalam jumlah sedikit agar warung tampak lengkap
E. Kipas angin dan setrika karena jarang dijual oleh warung di sekitarnya

2. Unit usaha fotokopi SMK Pelita mendapat anggaran perbaikan Rp6 juta pada Januari 2027. Pengelola mendata kebutuhan berikut.

Kebutuhan	Biaya	Keterangan
Mengganti mesin cetak yang rusak	Rp4.000.000	tanpa mesin ini layanan utama berhenti
Membeli mesin laminating	Rp1.500.000	banyak pelanggan meminta laminating
Memasang AC ruangan	Rp3.500.000	ruangan terasa panas pada siang hari
Membuat papan nama baru	Rp500.000	papan lama sudah pudar

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Pilihan yang paling tepat adalah ....

A. Mesin cetak dan pemasangan AC ruangan
B. AC ruangan, mesin laminating, dan papan nama
C. Mesin cetak, laminating, dan papan nama
D. Mesin laminating dan pemasangan AC
E. Mesin cetak dan papan nama yang baru

Kunci singkat: 1. C 2. C

✔ PERIKSA DIRI

- Seorang siswa memilih kerja paruh waktu Rp150.000 dan melepas kursus (nilai Rp100.000) serta membantu kebun (Rp60.000). Berapa biaya peluangnya?
- Mengapa kelangkaan bukan sekadar "barang di toko sedikit"?
- **Yang harus kuingat:** kebutuhan sebelum keinginan; biaya peluang adalah pilihan terbaik yang dilepas; jumlah pilihan harus masuk anggaran.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 4.1: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-4.1

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 4.2 · Pelaku ekonomi dan arus barang, jasa, dan uang

SMKPEM-4.2

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **menganalisis hubungan pelaku ekonomi dan dampaknya pada pemasaran**, dengan batasan: **rumah tangga, produsen, dan pemerintah tanpa analisis makro yang rumit**, serta **model arus barang, jasa, dan uang yang sederhana**. Pada soal, kemampuan ini muncul dalam dua bentuk. Pertama, **menentukan peran dan dampak** pelaku ekonomi pada sebuah usaha: pemerintah memberi pelatihan atau membuat aturan, bank memberi pinjaman, pesaing besar membuka gerai, ongkos kirim naik, atau barang impor lebih murah. Kedua, **menandai arah arus** barang, jasa, dan uang dalam sebuah keluarga atau usaha.

Hampir semua soal berbentuk memilih beberapa pernyataan yang tepat, sehingga kamu harus menilai tiap pernyataan satu per satu. Jebakannya biasanya **arah arus yang terbalik** atau **peran pelaku yang tertukar**. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menyebutkan pelaku ekonomi dan peran masing-masing dalam kegiatan usaha;
- menjelaskan arus barang, jasa, dan uang antara rumah tangga dan perusahaan, serta peran pemerintah;
- menentukan arah arus dengan membedakan arus riil dan arus uang;
- menilai dampak tindakan pelaku lain terhadap usaha dan memilih tanggapan yang tepat.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Siapa saja pelaku ekonomi?

Pelaku ekonomi adalah pihak yang berperan dalam kegiatan ekonomi: memproduksi, menjual, membeli, mengatur, dan membiayai. Kisi-kisi membatasi pembahasan pada tiga pelaku utama. Dalam soal, pelaku lain juga sering muncul sebagai bagian dari konteks.

1. **Rumah tangga** (keluarga dan perorangan). Perannya sebagai **konsumen** yang membeli barang dan jasa, serta sebagai **pemilik faktor produksi** yang menyediakan tenaga kerja, lahan, modal, dan keahlian kepada perusahaan.
2. **Produsen atau perusahaan** (pabrik, toko, kedai, koperasi, usaha jasa). Perannya **menghasilkan dan menyalurkan barang dan jasa**, memakai faktor produksi dari rumah tangga, dan membayar balas jasanya.
3. **Pemerintah.** Perannya **mengatur** (membuat aturan, izin, standar), **menyediakan** layanan dan prasarana umum (jalan, pasar, sekolah, pelatihan), **memungut** pajak, dan **mendorong atau melindungi** kegiatan ekonomi lewat subsidi, bantuan, dan pembinaan.

Gambar 4.6 pada bagian ini meringkas ketiga pelaku itu beserta pelaku lain yang sering muncul. Dalam soal dan kehidupan nyata, ada pelaku lain yang sering terkait:

- **Lembaga keuangan** (bank, koperasi simpan pinjam) yang menghimpun tabungan dan **memberi pinjaman** kepada usaha dan rumah tangga.
- **Pihak luar negeri** yang membeli produk lewat **ekspor** atau menjual barang lewat **impor**.

Satu pihak dapat memegang lebih dari satu peran. Perusahaan juga membeli bahan dari perusahaan lain, dan pekerja pabrik adalah anggota rumah tangga sekaligus pembeli. Untuk menentukan peran, lihat **tindakan yang sedang dilakukan** dalam kasus itu, bukan namanya saja.



Gambar 4.6 Tiga pelaku ekonomi utama, ditambah lembaga keuangan dan pihak luar negeri, beserta perannya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Faktor produksi dan balas jasanya

Perusahaan tidak dapat menghasilkan apa pun tanpa **faktor produksi**. Rumah tangga menyediakannya, dan perusahaan membayar **balas jasa** sebagai imbalannya.

Faktor produksi	Artinya	Balas jasa
Tenaga kerja	tenaga dan keterampilan manusia	**upah** atau gaji
Sumber daya alam (lahan, bangunan)	benda alam atau tempat usaha yang dipakai	**sewa**
Modal	uang atau peralatan yang dipakai usaha	**bunga**
Kewirausahaan	keberanian dan keahlian mengelola usaha	**laba**

Tabel ini sering dipakai pada soal. Bila sebuah keluarga menyewakan kios kepada pedagang, uang yang diterima adalah **sewa**. Bila anggota keluarga bekerja di pabrik, uang yang diterima adalah **upah**.

3. Arus barang, jasa, dan uang antara rumah tangga dan perusahaan

Model paling sederhana hanya melibatkan dua pelaku: rumah tangga dan perusahaan. Ada **dua arus yang berlawanan arah**:

- **Arus riil** (barang, jasa, dan faktor produksi), yaitu apa yang berpindah secara nyata.
- **Arus uang**, yaitu pembayaran yang mengalir sebagai imbalan.

Prinsip pokoknya: **barang atau jasa mengalir ke satu arah, uang mengalir ke arah sebaliknya.** Gambar 4.7 memperlihatkan polanya.



Gambar 4.7 Arus antara rumah tangga dan perusahaan: faktor produksi dan upah, serta barang dan belanja. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Ada dua pasangan arus:

1. **Rumah tangga memberikan faktor produksi** (tenaga kerja, lahan, modal) kepada perusahaan, dan **perusahaan memberikan balas jasa** (upah, sewa, bunga, laba) berupa uang kepada rumah tangga.
2. **Perusahaan menjual barang dan jasa** kepada rumah tangga, dan **rumah tangga membayar** dengan uang yang menjadi pendapatan perusahaan.

Dengan demikian, upah yang diterima seorang pekerja adalah **arus uang dari perusahaan ke rumah tangga** sebagai balas jasa tenaga kerja. Uang yang dibayarkan keluarga ketika membeli barang adalah **arus uang dari rumah tangga ke perusahaan** dan menjadi pendapatan perusahaan. Sepatu yang dibeli itu sendiri adalah **arus barang dari perusahaan ke rumah tangga**, bukan sebaliknya.

Cara agar tidak keliru: tanyakan **"apa yang berpindah, dari siapa, ke siapa?"** untuk setiap kalimat. Lalu tentukan apakah yang berpindah itu barang atau jasa (arus riil) atau uang (arus uang).

4. Menambahkan pemerintah

Bila pemerintah dimasukkan, polanya bertambah satu lapis. Gambar 4.8 memperlihatkannya.



Gambar 4.8 Pemerintah memungut pajak dari rumah tangga dan perusahaan, lalu membelanjakannya dalam bentuk layanan, prasarana, gaji, dan subsidi. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

- **Rumah tangga dan perusahaan membayar pajak** kepada pemerintah (arus uang ke pemerintah).
- **Pemerintah membelanjakan** penerimaannya: membangun jalan dan pasar, menggaji pegawai, memberi layanan pendidikan dan kesehatan, memberi **subsidi** dan bantuan kepada perusahaan atau rumah tangga (arus uang dan layanan dari pemerintah).
- **Pemerintah membuat aturan** yang berlaku bagi semua pelaku, misalnya aturan label, izin edar, kebersihan, dan lingkungan.

Peran pemerintah menentukan lingkungan usaha. Jalan yang diperbaiki dengan uang pajak membuat truk pemasok lebih mudah datang. Pelatihan gratis membantu usaha kecil meningkatkan kemampuan. Aturan baru dapat menuntut penyesuaian, tetapi juga melindungi konsumen dan lingkungan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

5. Dampak pelaku ekonomi terhadap pemasaran

Inilah bagian yang paling sering diuji: bagaimana tindakan pelaku lain **memengaruhi usaha**, dan **bagaimana usaha sebaiknya menanggapi**. Gambar 4.9 memuat pasangan dampak dan tanggapan yang paling sering muncul.

Dampak tindakan pelaku ekonomi dan tanggapan usaha

Tanggapan yang tepat: menyesuaikan diri, menghitung ulang, memanfaatkan fasilitas. Bukan panik, menyerah, atau melanggar aturan.

Kejadian	Pelaku	Dampak	Tanggapan tepat
Pelatihan atau pendampingan gratis	pemerintah	kemampuan usaha naik	ikut dan terapkan
Aturan baru: label, izin, larangan barang tertentu	pemerintah	usaha harus menyesuaikan	patuhi; siapkan produk atau alternatif sesuai aturan
Pinjaman berbunga rendah	bank, koperasi	modal kerja tersedia	pakai sesuai rencana; hitung cicilan
Gerai perusahaan besar membuka di dekat usaha	pesaing	sebagian pembeli beralih	tonjolkan keunikan, mutu, pelayanan
Ongkos kirim atau bahan baku naik	pemasok, ekspedisi	biaya naik	hitung ulang harga dan laba; cari efisiensi
Barang impor lebih murah	pelaku luar negeri	persaingan harga	tonjolkan keunggulan produk; jangan menyerah
Pemerintah membangun jalan atau pasar	pemerintah	akses dan pembeli bertambah	manfaatkan untuk memperluas jangkauan

Gambar 4.9 Dampak tindakan pelaku ekonomi terhadap usaha dan tanggapan yang tepat. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Kejadian	Pelaku	Dampak bagi usaha	Tanggapan yang tepat
Pelatihan atau pendampingan gratis	pemerintah	kemampuan usaha naik	ikut dan terapkan
Aturan baru (label, izin, larangan barang tertentu)	pemerintah	usaha harus menyesuaikan	patuhi, siapkan produk atau alternatif yang sesuai aturan
Pinjaman berbunga rendah	bank atau koperasi	modal kerja tersedia	pakai sesuai rencana, hitung cicilan
Gerai perusahaan besar membuka di dekat usaha	pesaing	sebagian pembeli beralih	tonjolkan keunikan, mutu, dan pelayanan; jangan hanya ikut perang harga
Ongkos kirim atau bahan baku naik	pemasok, ekspedisi	biaya usaha naik	hitung ulang harga jual dan cari efisiensi
Barang impor lebih murah	pelaku luar negeri	persaingan harga	tonjolkan keunggulan produk lokal; jangan menyerah begitu saja
Pemerintah membangun jalan atau pasar	pemerintah	akses dan pembeli bertambah	manfaatkan peluang untuk memperluas jangkauan

Pola tanggapan yang tepat biasanya **tidak panik, tidak menyerah, dan tidak melanggar aturan**. Usaha menyesuaikan diri, memperbaiki perhitungan, dan memanfaatkan fasilitas yang tersedia. Pilihan yang berisi "berhenti berjualan", "menunggu pesaing mematuhi aturan lebih dulu", atau "menaikkan harga tanpa menghitung" jarang tepat.

6. Pasar dan pelaku dalam pemasaran

Pelaku ekonomi juga bertindak sebagai **pembeli, penjual, perantara, dan pesaing**. Dalam satu rantai, produsen menjual kepada pedagang, pedagang menjual kepada konsumen. Koperasi dapat berperan sebagai perantara yang membantu anggotanya menjual ke pasar yang lebih besar dan mendapat harga lebih baik. Mengenali peran ini membantumu menentukan siapa yang dituju dalam promosi dan siapa yang menjadi pesaing. Misalnya, pesaing sebuah kedai adalah usaha lain yang menjual hal serupa kepada pembeli yang sama, bukan koperasi yang hanya menyediakan pinjaman.

7. Pemerintah dan aturan yang menyentuh usaha kecil

Banyak soal memakai aturan pemerintah sebagai konteks, sehingga ada baiknya kamu mengenal jenis aturan yang paling sering menyentuh usaha ritel dan UMKM:

- **Izin dan legalitas usaha**, yaitu izin berusaha dan, untuk makanan olahan rumahan, izin edar yang diterbitkan pihak berwenang.
- **Label dan keterangan produk**, misalnya komposisi, berat, tanggal kedaluwarsa, dan keterangan halal bila produk memerlukannya. Label yang jujur melindungi pembeli.
- **Pajak dan retribusi** atas penghasilan, penjualan, atau penggunaan tempat.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- **Aturan lingkungan**, misalnya pembatasan kantong plastik sekali pakai atau pengelolaan sampah.
- **Aturan keselamatan kerja dan kebersihan** pada tempat usaha, termasuk yang kamu pelajari di Bab 3.
- **Perlindungan konsumen**, yang mewajibkan penjual memberi informasi yang benar dan menanggapi keluhan.

Pemerintah juga **mendorong** usaha kecil lewat pelatihan, pendampingan sertifikasi, penyediaan sentra usaha, dan bantuan modal. Karena itu, pada soal kamu perlu membedakan: aturan yang **harus dipatuhi** (izin, label, larangan) dari fasilitas yang **boleh dimanfaatkan** (pelatihan, pinjaman bunga rendah). Tanggapan yang tepat terhadap aturan adalah mematuhinya dan menyiapkan penyesuaian, bukan menunda sampai usaha lain mematuhinya lebih dulu. Tanggapan yang tepat terhadap fasilitas adalah mengikutinya bila sesuai kebutuhan usaha.

8. Pengaruh pelaku ekonomi pada harga dan penjualan

Tindakan pelaku ekonomi akhirnya terlihat pada **biaya** dan **penjualan** usaha. Beberapa hubungan yang perlu kamu pahami:

- **Biaya naik** (ongkos kirim, bahan baku, sewa) menekan laba. Usaha dapat menyesuaikan harga atau mencari cara yang lebih hemat, tetapi harus tetap menghitung agar tidak kehilangan pembeli.
- **Pesaing baru atau barang impor yang murah** menarik pembeli yang peka harga. Usaha dapat bertahan dengan **keunikan**, **mutu**, **kedekatan dengan pelanggan**, dan **pelayanan**.
- **Subsidi atau bantuan** menurunkan biaya sehingga usaha dapat menjual lebih murah atau memperbaiki mutu.
- **Pendapatan rumah tangga** memengaruhi daya beli. Bila pendapatan warga naik, permintaan barang tertentu naik. Bila turun, mereka menunda pembelian yang tidak mendesak.

Contoh angka: sebuah usaha membeli bahan Rp800.000 per bulan. Jika harga bahan naik 10 % karena kelangkaan, biaya bahan menjadi Rp880.000, bertambah Rp80.000. Bila usaha menjual 400 buah per bulan, setiap buah menanggung tambahan Rp80.000 ÷ 400 = Rp200. Pemilik dapat menaikkan harga sedikit, mengurangi biaya lain, atau menanggung sebagian demi mempertahankan pelanggan. Keputusan itu bersandar pada hitungan, bukan perasaan.

9. Kesalahan umum

- **Arah arus terbalik:** mengira sepatu mengalir dari rumah tangga ke perusahaan, atau uang belanja mengalir ke rumah tangga.
- **Balas jasa tertukar:** menyebut uang sewa sebagai upah, atau sebaliknya.
- **Peran tertukar:** menyebut bank sebagai pesaing penjual barang, atau pemerintah sebagai produsen yang bersaing dengan pedagang.
- **Menganggap pesaing besar tidak berpengaruh** karena "pembelinya beda".
- **Menyerah** pada persaingan atau kenaikan biaya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- **Melanggar aturan baru** atau menunggu pihak lain lebih dulu.

10. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Pelaku utama: **rumah tangga** (konsumen dan pemilik faktor produksi), **produsen** (menghasilkan), **pemerintah** (mengatur, melayani, memungut pajak, mendorong). Pelaku lain: lembaga keuangan, luar negeri.
- Faktor produksi dan balas jasa: tenaga kerja → upah; lahan dan bangunan → sewa; modal → bunga; kewirausahaan → laba.
- Arus riil dan arus uang **berlawanan arah**: barang dan jasa dari perusahaan ke rumah tangga, uang dari rumah tangga ke perusahaan; faktor produksi dari rumah tangga ke perusahaan, balas jasa uang dari perusahaan ke rumah tangga.
- Pemerintah: pajak masuk, belanja dan aturan keluar.
- Tanggapan usaha: sesuaikan diri, hitung ulang, manfaatkan fasilitas; jangan panik atau menyerah.
- Aturan pemerintah dipatuhi (izin, label, larangan); fasilitas dimanfaatkan (pelatihan, pinjaman bunga rendah).
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 4.10 di akhir bagian ini.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Menandai arah arus

Pak Eko bekerja di pabrik tahu rekaan dan menerima upah setiap bulan. Istrinya menyewakan satu ruang rumah kepada sebuah toko fotokopi dan menerima uang sewa setiap bulan. Dengan penghasilan itu, keluarga membeli sembako di warung dan membayar iuran sekolah. Tentukan arus berikut: (a) upah Pak Eko; (b) uang sewa ruang; (c) sembako yang dibeli; (d) uang belanja sembako.

Langkah. Tanyakan: apa yang berpindah, dari siapa, ke siapa?

1. Upah Pak Eko: uang, dari pabrik (perusahaan) ke keluarga (rumah tangga), balas jasa tenaga kerja → **arus uang dari perusahaan ke rumah tangga**.
2. Uang sewa ruang: uang, dari toko fotokopi (perusahaan) ke keluarga pemilik ruang. Ini balas jasa atas lahan atau bangunan yang disediakan rumah tangga → **arus uang dari perusahaan ke rumah tangga** berupa sewa.
3. Sembako: barang, dari warung (perusahaan) ke keluarga → **arus barang dari perusahaan ke rumah tangga**.
4. Uang belanja: uang, dari keluarga ke warung → **arus uang dari rumah tangga ke perusahaan**, menjadi pendapatan warung.

Jawaban: (a) uang, perusahaan → rumah tangga (upah); (b) uang, perusahaan → rumah tangga (sewa); (c) barang, perusahaan → rumah tangga; (d) uang, rumah tangga → perusahaan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Contoh 2 — Dampak pemerintah dan pesaing

Dalam sebuah kota rekaan (2027), pemerintah daerah menyediakan lapak pasar yang disewakan murah dan melatih pedagang memotret produk. Pada saat yang sama, sebuah jaringan toko roti nasional membuka cabang di depan pasar dengan harga promo. Seorang pedagang kue basah di pasar itu menimbang tanggapan. Pernyataan mana yang tepat? (1) Pelatihan itu berperan membantu usaha pedagang. (2) Toko roti nasional tidak memengaruhi pedagang karena kue basah berbeda dengan roti. (3) Pedagang sebaiknya menonjolkan keunikan kue basahnya dan memotret produk dengan baik untuk promosi.

Langkah.

1. Pelatihan dan lapak murah berasal dari pemerintah yang mendorong usaha → **benar**.
2. Toko roti nasional tetap menarik sebagian pembeli yang membeli kue untuk waktu yang sama → **salah**.
3. Menonjolkan keunikan dan memakai pelatihan adalah tanggapan yang tepat → **benar**.

Jawaban: 1 dan 3.

Contoh 3 — Kenaikan biaya

Ongkos kirim bahan baku dari ekspedisi langganan naik 12 %. Usaha keripik rekaan membayar Rp500.000 per bulan untuk ongkos kirim itu. Berapa tambahan biaya per bulan, dan apa tanggapan yang tepat?

Langkah.

1. Tambahan biaya = 12 % × 500.000 = **Rp60.000** per bulan, sehingga ongkos menjadi Rp560.000.
2. Tanggapan tepat: **hitung ulang harga jual dan laba**, bandingkan tarif ekspedisi lain, dan atur pengiriman agar lebih efisien (misalnya menggabungkan pesanan).
3. Tidak tepat: berhenti memakai bahan itu, atau menaikkan harga tanpa menghitung.

Jawaban: tambahan Rp60.000 per bulan; hitung ulang dan cari efisiensi.

❖ PETA KONSEP



Gambar 4.10 Peta konsep pelaku ekonomi dan arus barang, jasa, dan uang. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal pelaku ekonomi:

1. **Tentukan peran tiap pihak di kasus** dengan melihat **tindakannya** (memberi pinjaman, menjual barang, membuat aturan, membeli).
2. **Pada soal arus,** tulis "apa yang berpindah, dari siapa, ke siapa" untuk tiap kalimat. Pastikan arah **barang** dan arah **uang** berlawanan.
3. **Pada soal dampak,** hubungkan kejadian dengan akibat bagi biaya, pembeli, atau modal usaha.
4. **Pada soal tanggapan,** pilih yang menyesuaikan diri, menghitung ulang, atau memanfaatkan fasilitas. Coret yang menyerah, panik, atau melanggar aturan.
5. **Pada pernyataan majemuk,** nilai satu per satu dengan tabel peran dan arus.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Arah arus terbalik** (kios yang disewakan dianggap arus barang dari perusahaan ke rumah tangga).
- **Pengeluaran dan penerimaan tertukar** (uang sewa yang diterima disebut pengeluaran).
- **Bank dianggap pesaing penjual.**
- **Pesaing besar dianggap tidak berpengaruh.**
- **"Berhenti berjualan"** sebagai solusi kenaikan biaya atau persaingan.
- **Menunggu pihak lain mematuhi aturan** sebelum ikut.
- **Menaikkan harga tanpa hitungan.**

> Contoh salah tafsir: dalam kasus sebuah keluarga yang menerima uang sewa kios dari pedagang pakaian, seorang siswa menyebut uang sewa itu sebagai "pengeluaran rumah tangga untuk membeli barang". Padahal rumah tangga itu **menerima** uang sewa, sehingga ia adalah balas jasa atas faktor produksi yang disediakan, bukan pengeluaran belanja.

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menyajikan pemerintah yang memberi pelatihan dan pinjaman lewat koperasi, lalu pesaing besar yang membuka gerai. Nilai setiap pernyataan dengan tabel peran pelaku dan tabel dampak dan tanggapan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Pada 2027, pemerintah kabupaten membangun sentra kuliner dan memberi pelatihan pemasaran digital gratis bagi pedagang di sana. Koperasi simpan pinjam setempat memberi pinjaman berbunga rendah kepada pedagang untuk membeli peralatan. Tiga bulan kemudian, sebuah perusahaan minuman besar membuka gerai tepat di depan sentra dengan harga promo, dan sebagian pembeli es teh di sentra beralih ke gerai itu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat berdasarkan kasus tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Koperasi dalam kasus berperan sebagai pesaing langsung bagi pedagang sentra.
☐ B. Pemerintah mendorong usaha pedagang dengan menyediakan sarana dan pelatihan.
☐ C. Pemerintah berperan sebagai produsen makanan yang bersaing dengan pedagang.
☐ D. Gerai perusahaan besar tidak memengaruhi sentra karena sasaran pembelinya berbeda.
☐ E. Gerai perusahaan besar menjadi pesaing sehingga pedagang perlu menonjolkan keunikan produknya.

Pembahasan **Kunci: B, E**

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pelaku ekonomi meliputi rumah tangga, perusahaan (swasta, BUMN), koperasi, dan pemerintah. Dalam pemasaran, pemerintah dapat menjadi pembina dan penyedia sarana, koperasi dapat menjadi penyedia modal, dan perusahaan lain dapat menjadi pesaing.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: koperasi memang pelaku ekonomi, tetapi di kasus ini ia membantu permodalan, bukan menjual barang yang sama.
• **Pernyataan 2** ✓ Pemerintah berperan sebagai pembina dan penyedia sarana bagi kegiatan usaha.
• **Pernyataan 3** ✗ Pemerintah membangun tempat dan memberi pelatihan, tidak menjual makanan.
• **Pernyataan 4** ✗ Kasus menyebut sebagian pembeli es teh di sentra beralih ke gerai, jadi sasarannya sama.
• **Pernyataan 5** ✓ Gerai menarik pembeli es teh dari sentra; pedagang perlu menawarkan keunggulan yang berbeda.

Jawaban: pernyataan 2, 5.

✎ LATIHAN

Tulis dulu peran tiap pihak di cerita dan arah barang dan uangnya. Lalu nilai tiap pernyataan atau pilihan.

1. Mulai Januari 2027, pemerintah kota tempat Toko Swalayan Murah Jaya berada melarang ritel modern memberikan kantong plastik sekali pakai kepada pembeli. Toko yang melanggar dapat dikenai sanksi. Banyak pembeli belum terbiasa membawa tas belanja

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

sendiri. Manajer toko meminta Tari, siswa PKL, mengusulkan tanggapan toko terhadap aturan itu.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Tanggapan yang paling tepat adalah ....

A. Tetap memberikan kantong plastik bila pembeli memintanya di kasir
B. Menjual tas belanja guna ulang berlogo toko dan mengingatkan pembeli
C. Menaikkan harga barang untuk menutup biaya kantong yang tidak lagi dipakai
D. Menunggu toko lain mematuhi aturan lebih dulu sebelum ikut menerapkannya
E. Memberikan kantong plastik tebal dengan anggapan tidak termasuk sekali pakai

2. Pak Darto bekerja di pabrik sepatu dan menerima upah setiap bulan (2027). Bu Darto menyewakan kios miliknya kepada pedagang pakaian dan menerima uang sewa. Dengan penghasilan itu, keluarga mereka membeli sepatu sekolah untuk anaknya di toko sepatu dan membeli bahan makanan di pasar setiap minggu.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Pernyataan yang tepat tentang arus kegiatan ekonomi dalam kasus tersebut adalah .... (Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Kios yang disewakan Bu Darto termasuk arus barang dari perusahaan ke rumah tangga.
☐ B. Sepatu yang dibeli keluarga Pak Darto mengalir dari rumah tangga ke perusahaan.
☐ C. Upah Pak Darto adalah arus uang dari perusahaan ke rumah tangga sebagai balas jasa tenaga kerja.
☐ D. Uang sewa yang diterima Bu Darto adalah pengeluaran rumah tangga untuk membeli barang.
☐ E. Uang yang dibayar keluarga saat membeli sepatu menjadi pendapatan bagi perusahaan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Pada 2027, usaha sandal kulit milik Pak Yusuf mendapat pinjaman modal kerja berbunga rendah dari bank milik negara. Perusahaan ekspedisi swasta langganannya menaikkan ongkos kirim 15 %. Di marketplace, mulai banyak sandal impor dari luar negeri yang dijual lebih murah daripada sandal Pak Yusuf.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Pernyataan yang tepat tentang pelaku ekonomi dan dampaknya bagi usaha Pak Yusuf adalah ....

(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

- ☐ A. Bank milik negara dalam kasus ini berperan sebagai pesaing yang menjual sandal.
- ☐ B. Kenaikan ongkos kirim dari perusahaan ekspedisi swasta menambah biaya yang perlu diperhitungkan dalam harga jual.
- ☐ C. Pinjaman dari bank milik negara membantu Pak Yusuf membiayai bahan baku.
- ☐ D. Sandal impor menunjukkan pengaruh pelaku dari luar negeri terhadap persaingan di dalam negeri.
- ☐ E. Karena sandal impor lebih murah, Pak Yusuf sebaiknya berhenti berjualan di marketplace.

Kunci singkat: 1. B 2. C, E 3. B, C, D

✔ PERIKSA DIRI

- Apa balas jasa untuk faktor produksi lahan, tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan?
- Apa saja yang mengalir dari perusahaan ke rumah tangga, dan apa saja yang mengalir dari rumah tangga ke perusahaan?
- **Yang harus kuingat:** barang dan uang mengalir berlawanan arah; peran pelaku dilihat dari tindakannya; tanggapan usaha: menyesuaikan, menghitung ulang, tidak menyerah.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 4.2: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-4.2

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 4.3 · Fungsi manajemen dalam kegiatan usaha

SMKPEM-4.3

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **menerapkan fungsi manajemen** dalam kegiatan usaha, dengan batasan **fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan**. Pada soal, kemampuan ini muncul sebagai kasus tim atau usaha kecil (koperasi, bazar, toko, toko daring) yang menjalankan beberapa fungsi dengan baik tetapi **satu fungsi lemah**, dan akibat dari kelemahan itu ditulis di cerita. Kamu diminta menemukan **fungsi yang paling lemah beserta perbaikan yang tepat**.

Pada soal, fungsi ketiga biasa disebut **pengarahan**. Pengarahan dan pelaksanaan merujuk pada hal yang sama: menggerakkan orang agar bekerja sesuai rencana. Jebakan klasiknya adalah **perbaikan yang kelihatan baik tetapi menyasar fungsi lain**, misalnya menambah semangat padahal masalahnya tidak adanya pembagian tugas. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menyebutkan empat fungsi manajemen dan menjelaskan tugas masing-masing;
- mengenali ciri kelemahan tiap fungsi dari cerita sebuah usaha;
- menghubungkan akibat yang tertulis di cerita dengan fungsi yang lemah;
- memilih perbaikan yang menyasar fungsi yang lemah, bukan fungsi yang sudah baik.

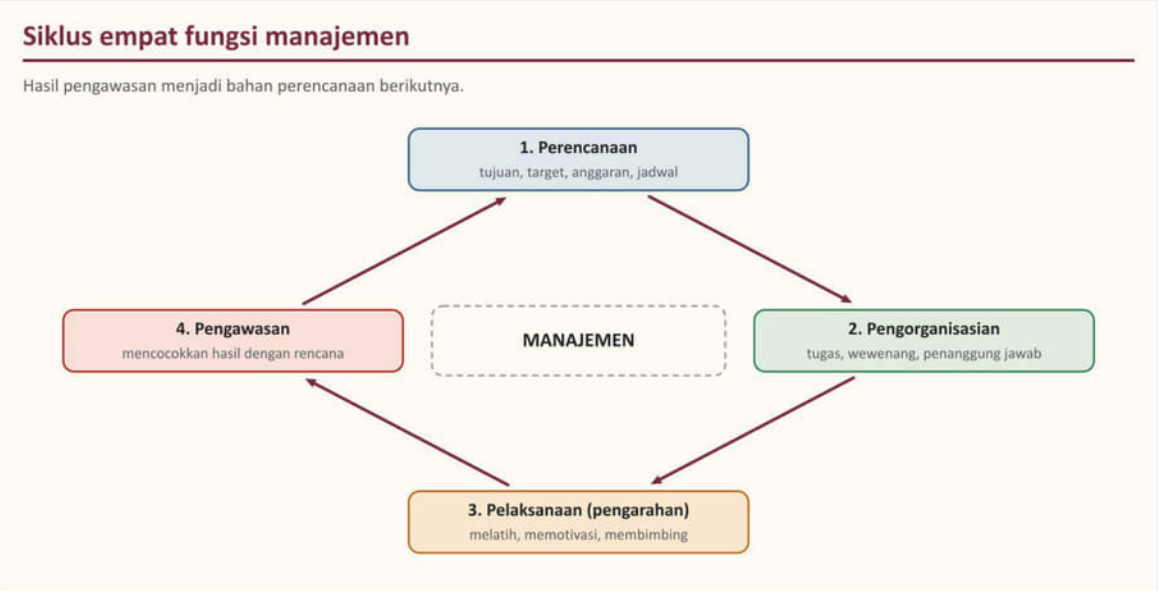
Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Apa itu manajemen?

Manajemen adalah proses mengelola sumber daya usaha, yaitu **orang, uang, barang, dan waktu**, supaya tujuan usaha tercapai secara efektif dan efisien. Usaha sekecil apa pun membutuhkannya. Warung milik keluarga pun memiliki manajemen, walaupun tidak tertulis: pemilik memutuskan barang apa yang dibeli (perencanaan), siapa yang menjaga warung (pengorganisasian), bagaimana melayani pembeli (pelaksanaan), dan memeriksa stok serta uang (pengawasan).

Kisi-kisi menyebut **empat fungsi manajemen** yang saling berkaitan dan berputar sebagai siklus. Gambar 4.11 menunjukkannya.



Gambar 4.11 Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan (pengarahan), dan pengawasan sebagai siklus. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Perencanaan:** menentukan apa yang hendak dicapai dan bagaimana caranya.
2. **Pengorganisasian:** mengatur siapa mengerjakan apa dan siapa bertanggung jawab.
3. **Pelaksanaan (pengarahan):** menggerakkan, membimbing, dan memotivasi orang agar bekerja sesuai rencana.
4. **Pengawasan:** memeriksa apakah hasil sesuai rencana dan memperbaiki yang menyimpang.

Hasil pengawasan kembali menjadi bahan perencanaan berikutnya. Karena itu, kelemahan di satu fungsi dapat menimbulkan akibat di fungsi lain, tetapi **akar masalah** tetap berada di satu fungsi yang harus diperbaiki.

2. Perencanaan

Perencanaan menentukan **tujuan, target, langkah, anggaran, jadwal, dan penanggung jawab** sebelum bekerja. Rencana yang baik menjawab lima pertanyaan: apa yang dicapai, berapa banyak, kapan, dengan apa (anggaran dan sumber daya), dan siapa yang bertanggung

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

jawab.

Target yang baik spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan punya batas waktu. Contoh: "menjual 180 porsi selama bazar tiga hari" lebih baik daripada "menjual sebanyak-banyaknya". Dasar target dapat berasal dari data sebelumnya atau perkiraan jumlah pembeli.

Contoh unsur perencanaan pada usaha kecil: perkiraan jumlah pembeli, harga jual, anggaran belanja bahan, jumlah stok yang dibeli, jadwal buka, dan rencana promosi.

Ciri perencanaan yang lemah:

- usaha **tidak punya target** atau targetnya tidak realistis;
- **belanja besar tanpa perhitungan** pembeli, harga, dan anggaran, sehingga stok menumpuk atau kekurangan;
- **tidak ada anggaran** atau jadwal;
- keputusan hanya berdasarkan perasaan.

Akibat yang tertulis di cerita: stok sisa banyak atau terbuang, kehabisan barang, kerugian karena belanja berlebihan, atau kegiatan yang sering mendadak.

Perbaikan yang tepat: menyusun perkiraan pembeli, harga, anggaran, dan target terukur sebelum belanja.

3. Pengorganisasian

Pengorganisasian mengatur **pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab** agar setiap orang tahu apa yang harus dikerjakan dan kepada siapa ia melapor. Hasilnya berupa **struktur organisasi** dan **uraian tugas**.

Gambar 4.12 memperlihatkan bagan organisasi sebuah toko kecil: pemilik di puncak, kepala toko, lalu bagian penjualan, gudang, kasir, dan pengiriman. Garis menunjukkan siapa melapor kepada siapa.



Gambar 4.12 Contoh bagan organisasi toko kecil rekaan beserta tugas tiap bagian. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Ciri pengorganisasian yang lemah:

- **tugas tumpang tindih:** semua orang mengerjakan hal yang sama sehingga pekerjaan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

dobel;
- **tugas terlewat:** semua mengira orang lain yang mengerjakan;
- **tidak ada penanggung jawab:** ketika ditanya, tidak ada yang merasa bertanggung jawab;
- karyawan tidak tahu wewenangnya.

Akibat yang tertulis di cerita: pembeli dibalas dua kali dengan jawaban berbeda, pesanan terlambat dikemas, kunci atau uang tidak jelas siapa yang memegang, atau saling menyalahkan.

Perbaikan yang tepat: menetapkan siapa mengerjakan apa, siapa penanggung jawab, dan siapa melapor kepada siapa. Misalnya satu orang membalas pesan, satu orang mengemas, dan satu orang mencatat.

4. Pelaksanaan atau pengarahan

Pelaksanaan (pengarahan) adalah menggerakkan orang untuk menjalankan rencana. Isinya: **memberi arahan dan contoh, melatih, mengomunikasikan prosedur, memberi motivasi dan penghargaan, serta membimbing** bila ada kesulitan. Pemimpin yang baik memastikan tiap orang memahami apa yang harus dikerjakan dan mau mengerjakannya.

Ciri pengarahan yang lemah:

- karyawan **tidak tahu atau tidak memahami prosedur** (misalnya standar melayani pembeli);
- **semangat dan disiplin rendah**, tidak ada contoh dan penghargaan;
- **komunikasi tidak jelas** sehingga perintah salah dipahami;
- **tidak ada pelatihan** bagi karyawan baru.

Akibat yang tertulis di cerita: standar layanan baru dibuat tetapi banyak pekerja tidak menerapkannya, pembeli mengeluh sikap pekerja, pekerjaan sering salah.

Perbaikan yang tepat: menjelaskan dan melatih prosedur, memberi contoh, memberi motivasi atau penghargaan, dan membimbing pekerja.

5. Pengawasan

Pengawasan adalah **membandingkan hasil dengan rencana**, menemukan penyimpangan, lalu memperbaikinya. Tanpa pengawasan, kesalahan baru ketahuan setelah menumpuk.

Kegiatan pengawasan yang umum di usaha kecil:

- **mencocokkan catatan penjualan dengan stok** secara berkala (misalnya tiap minggu);
- **membandingkan penjualan dengan target** setiap hari atau minggu;
- **memeriksa kas** setiap penutupan;
- **menghitung stok fisik** (*stock opname*) dan membandingkan dengan catatan;
- **mengevaluasi** hasil dan menentukan tindak lanjut.

Ciri pengawasan yang lemah:

- catatan ada dan rapi, tetapi **tidak pernah diperiksa atau dibandingkan** sampai akhir

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

periode;

- **selisih ditemukan terlambat**, ketika penyebabnya sulit ditelusuri;
- **tidak ada tindak lanjut** setelah masalah ditemukan.

Akibat yang tertulis di cerita: selisih stok atau kas yang baru ketahuan di akhir semester, penjualan jauh di bawah target tanpa ada yang menyadari, kerugian berulang.

Perbaikan yang tepat: memeriksa dan mencocokkan secara rutin (mingguan atau harian), membandingkan hasil dengan target, lalu menindaklanjuti selisih.

6. Tabel diagnosis: dari akibat ke fungsi yang lemah

Gambar 4.13 merangkum ciri, akibat, dan perbaikan untuk tiap fungsi. Tabel ini dipakai untuk mendiagnosis kasus.

Diagnosis fungsi manajemen yang lemah

Coret fungsi yang sudah baik; cocokkan akibat buruk dengan fungsi yang lemah.

Fungsi	Ciri lemah	Akibat di cerita	Perbaikan yang tepat
Perencanaan	tanpa target; belanja tanpa hitungan; tanpa anggaran	stok sisa atau habis; barang terbuang; kegiatan mendadak	perkiraan pembeli, harga, anggaran, target terukur
Pengorganisasian	tugas tumpang tindih atau terlewat; tidak ada penanggung jawab	pembeli dibalas dua kali; pesanan telat dikemas; saling menyalahkan	tetapkan siapa mengerjakan apa dan siapa melapor kepada siapa
Pelaksanaan / pengarahan	prosedur tidak dipahami; semangat dan disiplin rendah; tanpa pelatihan	standar layanan tidak dijalankan; pekerjaan sering salah	jelaskan dan latih prosedur; beri contoh, motivasi, dan bimbingan
Pengawasan	catatan tidak pernah diperiksa; tanpa tindak lanjut	selisih stok atau kas baru ketahuan terlambat	cocokkan catatan dan stok rutin; bandingkan dengan target; tindak lanjuti

Periksa dua hal pada pilihan jawaban: fungsinya benar dan caranya menyasar fungsi itu.

Gambar 4.13 Ciri, akibat, dan perbaikan untuk tiap fungsi manajemen. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Cara memakainya pada soal:

1. **Garis bawahi apa yang sudah berjalan baik** di cerita (misalnya target ada, tugas jelas, tim bersemangat). Fungsi-fungsi itu dicoret.
2. **Garis bawahi akibat buruk** (stok sisa, pesanan terlambat, selisih baru ketahuan).
3. **Cocokkan akibat dengan fungsi** memakai tabel.
4. **Pilih perbaikan** yang menyasar fungsi itu.

7. Pasangan yang sering tertukar

Soal sengaja memasang pasangan yang mirip:

- **Perencanaan atau pengawasan?** Perencanaan terjadi **sebelum** bekerja (target, anggaran). Pengawasan terjadi **sesudah atau selama** bekerja (pencocokan, pemeriksaan). Selisih stok yang baru ketahuan di akhir menunjuk pengawasan, bukan perencanaan, bila target sudah ada.
- **Pengorganisasian atau pengarahan?** Pengorganisasian menjawab **siapa mengerjakan apa**. Pengarahan menjawab **bagaimana orang digerakkan dan dilatih**. Bila semua orang mengerjakan tugas yang sama dan tidak ada yang bertanggung jawab, itu pengorganisasian.
- **Pengawasan atau sekadar mencurigai?** Memasang kamera untuk "mengawasi karyawan yang malas" tidak otomatis menjawab masalah. Pengawasan yang tepat adalah **mencocokkan hasil dengan rencana secara rutin** dan menindaklanjutinya.
- **Perbaikan di fungsi yang sudah baik.** Menaikkan bonus atau memberi semangat tidak menolong bila masalahnya tidak adanya pembagian tugas.

8. Rutinitas manajemen untuk usaha kecil

Usaha kecil dapat menjalankan keempat fungsi dengan kebiasaan sederhana:

- **Rapat singkat awal pekan:** menetapkan target dan anggaran minggu itu (perencanaan).
- **Daftar tugas tertulis dan jadwal piket,** dengan nama penanggung jawab (pengorganisasian).
- **Penjelasan prosedur dan umpan balik singkat** setiap hari (pelaksanaan).
- **Pencocokan penjualan dengan stok dan kas** tiap minggu, dan evaluasi di akhir minggu (pengawasan).

Kebiasaan ini tidak memerlukan alat mahal. Yang dibutuhkan adalah kedisiplinan dan catatan yang rapi.

9. Satu kegiatan dari awal sampai akhir

Agar keempat fungsi terasa menyatu, ikuti satu kegiatan rekaan: tim pemasaran sekolah membuka stan minuman selama tiga hari pada sebuah bazar.

- **Perencanaan.** Tim menghitung perkiraan pembeli dari bazar tahun lalu, menetapkan target 180 gelas, menetapkan harga Rp5.000, dan menyusun anggaran bahan Rp450.000 serta jadwal belanja sehari sebelum bazar.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- **Pengorganisasian.** Tim menetapkan Nanda sebagai kasir, Oka sebagai penyaji, Mirna sebagai penata stan, dan Bagas sebagai penanggung jawab stok. Jadwal bergiliran dibuat tertulis.
- **Pelaksanaan.** Sebelum stan dibuka, ketua menjelaskan standar sapaan, takaran, dan kebersihan, memberi contoh melayani, dan memuji hasil kerja yang baik.
- **Pengawasan.** Setiap penutupan, Bagas mencocokkan jumlah gelas terjual dengan pemakaian bahan dan uang kas. Selisih langsung ditelusuri, dan hasil hari itu dibandingkan dengan target harian.
- **Evaluasi.** Setelah bazar, tim mencatat apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki sebagai bahan perencanaan bazar berikutnya.

Perhatikan bahwa tidak satu pun fungsi dapat dihilangkan tanpa akibat. Tanpa perencanaan, bahan terbeli berlebihan. Tanpa pengorganisasian, tugas tumpang tindih. Tanpa pengarahan, standar tidak terjaga. Tanpa pengawasan, selisih tidak diketahui.

10. Efektif dan efisien

Dua kata sering muncul dalam pembahasan manajemen. **Efektif** berarti hasilnya **sesuai tujuan**: target penjualan tercapai. **Efisien** berarti dicapai dengan **pengorbanan yang hemat**: biaya, waktu, dan tenaga tidak terbuang. Usaha yang menjual 180 gelas sesuai target dengan bahan yang tidak terbuang telah efektif dan efisien. Usaha yang mencapai target tetapi membuang separuh bahan efektif tetapi tidak efisien. Usaha yang hemat tetapi tidak mencapai target efisien tetapi tidak efektif. Manajemen yang baik berusaha mencapai keduanya.

11. Kepemimpinan dan pendelegasian

Pemimpin tim kecil menjalankan fungsi pengarahan dengan **memberi contoh, mendengarkan, dan mendelegasikan tugas**. **Pendelegasian** berarti menyerahkan tugas beserta **wewenang dan tanggung jawabnya** kepada orang yang tepat. Tugas yang didelegasikan harus jelas, disertai batas waktu dan ukuran hasil, dan dipantau tanpa mengambil alih. Pemimpin yang mengerjakan semuanya sendiri membuat anggota tidak berkembang, sedangkan pemimpin yang menyerahkan tugas tanpa kejelasan membuat hasil tidak terkendali.

12. Kesalahan umum

- **Memilih perbaikan di fungsi yang sudah baik** (memberi semangat padahal tugas tidak jelas).
- **Menukar perencanaan dengan pengawasan** karena sama-sama terkait angka.
- **Menganggap pengawasan = menghukum atau mencurigai.**
- **Menurunkan target** sebagai penyelesaian setiap masalah.
- **Menambah produk atau menambah bonus** padahal akar masalahnya belum disentuh.

13. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Empat fungsi: **perencanaan** (target, anggaran), **pengorganisasian** (tugas dan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

penanggung jawab), **pelaksanaan atau pengarahan** (melatih, memotivasi), **pengawasan** (mencocokkan hasil dengan rencana).

- Diagnosis: coret fungsi yang sudah baik, cocokkan akibat dengan fungsi lemah, pilih perbaikan yang menyasar fungsi itu.
- Selisih baru ketahuan terlambat → pengawasan; tugas tumpang tindih dan tak ada penanggung jawab → pengorganisasian; belanja tanpa hitungan → perencanaan; prosedur tidak dipahami → pengarahan.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 4.14 di akhir bagian ini.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Menemukan fungsi yang lemah (perencanaan)

Sebuah minimarket desa rekaan dikelola tiga karyawan. Pemilik tidak pernah menetapkan target penjualan dan membeli barang berdasarkan kebiasaan. Tugas kasir, penata rak, dan penjaga gudang sudah jelas, para karyawan bersemangat, dan stok dicocokkan dengan catatan setiap minggu. Akibatnya, beberapa barang cepat habis, sementara minuman tertentu menumpuk hingga kedaluwarsa. Fungsi apa yang paling lemah dan apa perbaikannya?

Langkah.

1. Sudah baik: pembagian tugas (pengorganisasian), semangat (pengarahan), pencocokan mingguan (pengawasan). Coret.
2. Akibat: barang cepat habis dan menumpuk → belanja tanpa hitungan.
3. Tidak ada target dan belanja berdasarkan kebiasaan → **perencanaan**.
4. Perbaikan: menyusun perkiraan penjualan tiap jenis barang dari catatan penjualan, menetapkan target dan anggaran belanja.

Jawaban: perencanaan; perbaikan berupa perkiraan penjualan, target, dan anggaran.

Contoh 2 — Menemukan fungsi yang lemah (pengarahan)

Bengkel motor rekaan memiliki target servis mingguan, bagan tugas yang jelas, dan buku catatan yang dicocokkan setiap Sabtu. Pemilik mengganti prosedur penerimaan motor dengan formulir baru, tetapi tidak pernah menjelaskannya. Banyak mekanik masih memakai cara lama, dan pelanggan mengeluh data motor mereka tidak tercatat. Apa fungsi yang paling lemah dan apa perbaikannya?

Langkah.

1. Sudah baik: target (perencanaan), tugas jelas (pengorganisasian), pencocokan mingguan (pengawasan).
2. Akibat: prosedur baru tidak dijalankan karena tidak dijelaskan.
3. Masalah ada pada menggerakkan dan membekali karyawan → **pengarahan (pelaksanaan)**.
4. Perbaikan: menjelaskan dan melatih prosedur baru, memberi contoh pengisian formulir, dan memantau penerapannya sambil memberi umpan balik.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Jawaban: pengarahan; perbaikan berupa penjelasan, pelatihan, dan bimbingan penerapan.

Contoh 3 — Menyusun target dan anggaran

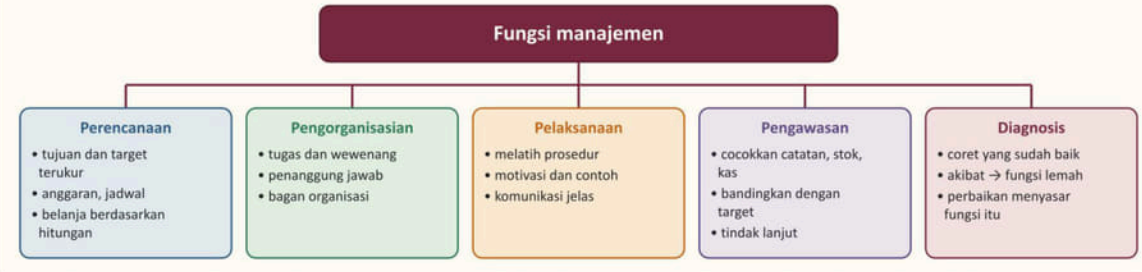
Unit produksi sekolah rekaan menjual 150 gelas minuman pada bazar tahun lalu dengan harga Rp5.000 dan biaya bahan Rp2.500 per gelas. Tahun ini mereka menargetkan kenaikan penjualan 20 %. Susun target, anggaran bahan, dan laba kotor yang diharapkan.

Langkah.

1. Target penjualan = 150 + 20 % × 150 = 150 + 30 = **180 gelas**.
2. Anggaran bahan = 180 × 2.500 = **Rp450.000**.
3. Perkiraan pendapatan = 180 × 5.000 = Rp900.000.
4. Laba kotor yang diharapkan = 900.000 − 450.000 = **Rp450.000**.

Jawaban: target 180 gelas, anggaran bahan Rp450.000, laba kotor sekitar Rp450.000. Dengan target dan anggaran seperti ini, tim tidak berbelanja bahan untuk 300 gelas yang tidak terjual.

❖ PETA KONSEP



Gambar 4.14 Peta konsep fungsi manajemen dalam kegiatan usaha. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal fungsi manajemen:

1. **Daftarkan apa yang sudah berjalan baik** di cerita dan coret fungsi-fungsinya.
2. **Temukan akibat buruk** dan tentukan fungsi yang menjadi akarnya.
3. **Cocokkan** dengan tabel diagnosis (Gambar 4.13).
4. **Pilih pilihan jawaban** yang menyebut fungsi yang tepat **dan** perbaikan yang sesuai dengan fungsi itu. Periksa dua-duanya: fungsi dan cara.
5. **Waspadai pilihan yang benar secara umum tetapi menyasar fungsi lain.**

Jebakan yang sering dipasang:

- **Fungsi benar, cara salah** (pengawasan, tetapi caranya memasang kamera, bukan mencocokkan catatan).
- **Fungsi salah, cara terdengar baik** (pengarahan: menaikkan bonus, padahal masalahnya tugas tidak jelas).
- **Perencanaan dengan menurunkan target** padahal masalahnya tidak adanya hitungan.
- **Pengorganisasian dengan membagi ulang jadwal** padahal tugas sudah jelas dan masalah ada pada pencocokan catatan.
- **Mengawasi orang** dianggap menggantikan **mengawasi hasil**.

> Contoh salah tafsir: sebuah koperasi menemukan selisih stok setelah beberapa bulan. Seorang siswa menjawab bahwa fungsi yang lemah adalah perencanaan, karena "angka yang tidak cocok berhubungan dengan angka rencana". Padahal target dan catatan sudah ada dan rapi, sedangkan yang kurang adalah memeriksa dan mencocokkannya secara rutin. Itu pengawasan.

● BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menggambarkan koperasi yang punya target, jadwal, motivasi, dan catatan rapi, tetapi baru menemukan selisih stok di akhir. Coret fungsi yang sudah baik, lalu cocokkan akibatnya dengan fungsi yang lemah.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Koperasi siswa SMK Bina Karya menyusun target penjualan bulanan, membagi petugas ke jadwal piket yang jelas, dan ketua koperasi rutin memberi semangat kepada petugas. Petugas piket mencatat penjualan di buku kas, sedangkan petugas gudang mencatat barang masuk dan keluar. Kedua catatan itu tersimpan rapi selama Agustus–Oktober 2026, tetapi baru dibuka bersama saat pemeriksaan akhir semester. Ternyata ditemukan selisih stok senilai Rp1.250.000.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Fungsi manajemen yang paling lemah beserta perbaikannya adalah ....

A. Perencanaan: membuat target penjualan yang lebih rendah dan realistis
B. Pengorganisasian: membagi ulang jadwal piket petugas setiap hari
C. Pengarahan: memberi motivasi dan teguran lebih sering kepada petugas
D. Pengorganisasian: menunjuk satu petugas khusus untuk memegang kunci gudang
E. Pengawasan: mencocokkan catatan penjualan dengan stok setiap minggu

Pembahasan **Kunci: E**

Konsep: Fungsi manajemen: perencanaan (menetapkan tujuan dan cara), pengorganisasian (membagi tugas dan wewenang), pengarahan (memimpin dan memotivasi), dan pengawasan (membandingkan hasil dengan rencana lalu memperbaiki penyimpangan).

Langkah:
1. Perencanaan ada (target bulanan), pengorganisasian ada (jadwal piket), pengarahan ada (ketua memberi semangat).
2. Catatan ada, tetapi tidak pernah dibandingkan secara rutin → penyimpangan tidak terdeteksi → pengawasan lemah.
3. Akibatnya selisih Rp1.250.000 baru ketahuan di akhir semester; perbaikannya pemeriksaan rutin.

Analisis setiap opsi:
- **A.** ✗ Masalahnya bukan target, melainkan selisih stok yang tidak terdeteksi.
- **B.** ✗ Jadwal piket sudah jelas; mengubahnya setiap hari tidak membuat selisih terdeteksi.
- **C.** ✗ Pengarahan sudah dilakukan; motivasi tidak menggantikan pemeriksaan catatan dan stok.
- **D.** ✗ Jebakan: kunci gudang memang membatasi orang yang masuk, tetapi selisih tetap tidak ketahuan bila catatan kas dan gudang tidak dibandingkan secara rutin.
- **E.** ✓ Pencocokan rutin catatan dan stok adalah fungsi pengawasan yang belum dijalankan.

Jawaban: E.

✎ LATIHAN

Tulis dulu fungsi yang sudah baik dan akibat buruk di cerita. Baru pilih fungsi yang lemah dan perbaikannya.

1. Pada bazar sekolah Oktober 2026, tim kelas X langsung berbelanja bahan untuk 300 porsi cilok tanpa menghitung perkiraan jumlah pembeli, harga jual, dan anggaran. Saat bazar, hanya 120 porsi terjual dan sisa bahan terbuang. Pembagian tugas dan pelayanan di stan berjalan baik. Untuk bazar tahun 2027, tim ingin memperbaiki fungsi manajemen yang

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

paling lemah.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan yang paling tepat adalah ....

A. Perencanaan: menyusun perkiraan pembeli, harga jual, dan anggaran belanja
B. Pengorganisasian: membagi ulang tugas setiap anggota tim di stan bazar
C. Pengarahan: memberi semangat agar anggota lebih aktif menjual kepada pembeli
D. Pengawasan: menghitung sisa bahan setelah bazar selesai pada setiap harinya
E. Pengarahan: melatih anggota menawarkan cilok dengan kata-kata yang menarik

2. Toko daring kerajinan rotan milik Bu Nur menetapkan target 300 pesanan per bulan pada 2027 dan rutin memberi bonus kepada karyawan. Keempat karyawannya sama-sama membalas chat, sama-sama mengemas, dan sama-sama mencatat pesanan bila sempat. Akibatnya, ada pembeli yang dibalas dua kali dengan jawaban berbeda, ada pesanan yang belum dikemas sampai tiga hari, dan tidak ada yang merasa bertanggung jawab ketika ditanya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Fungsi manajemen yang paling perlu diperbaiki Bu Nur beserta caranya adalah ....

A. Pengorganisasian: menetapkan siapa membalas chat, mengemas, dan mencatat
B. Perencanaan: menurunkan target menjadi 200 pesanan agar karyawan tidak lelah
C. Pengarahan: menaikkan bonus agar karyawan lebih bersemangat bekerja
D. Pengawasan: memasang kamera untuk mengawasi karyawan yang malas
E. Perencanaan: menambah jumlah produk agar pesanan bulanan makin banyak

Kunci singkat: 1. A 2. A

✔ PERIKSA DIRI

- Apa perbedaan perencanaan dan pengawasan? Berikan satu contoh untuk masing-masing.
- Bila semua karyawan mengerjakan tugas yang sama dan tidak ada yang merasa bertanggung jawab, fungsi mana yang lemah?
- **Yang harus kuingat:** coret yang sudah baik, cocokkan akibat dengan fungsi, pilih perbaikan yang menyasar fungsi itu.



Latihan interaktif di LMS

Sub bab 4.3: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-4.3

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 4.4 · Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen

SMKPEM-4.4

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **mengidentifikasi faktor yang memengaruhi perilaku konsumen**, dengan batasan **faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara umum**, dan memakai **studi kasus sederhana di ritel**. Pada soal, kemampuan ini muncul sebagai kisah seorang pembeli yang menjelaskan mengapa ia memilih sebuah produk atau toko, lalu kamu diminta **menggolongkan alasan itu** atau **menentukan faktor yang paling menentukan**. Contoh resmi pada halaman kisi-kisi juga memuat soal tentang pembeli di toko pakaian yang bertanya kepada teman lewat pesan, lalu pernyataan "bertanya kepada teman termasuk faktor psikologis" dinilai salah karena itu faktor sosial.

Soal bentuk ini kerap berupa pernyataan benar atau salah dan berkategori sedang sampai sulit. Jebakan terbesarnya adalah **dua faktor yang mirip tertukar**: sosial dengan psikologis, atau pribadi dengan budaya. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menyebutkan empat kelompok faktor perilaku konsumen dan unsur di dalamnya;
- menggolongkan alasan seorang pembeli ke dalam faktor yang tepat dengan memakai kata kunci pembeda;
- menentukan faktor yang paling menentukan pilihan dalam sebuah kasus;
- memanfaatkan pengetahuan faktor itu untuk menyusun tindakan pemasaran yang sesuai.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Mengapa pembeli berbeda-beda?

Dua orang yang berdiri di rak yang sama bisa membeli barang yang berbeda. Sebabnya bukan semata harga. **Perilaku konsumen** adalah seluruh tindakan seseorang dalam mencari, memilih, membeli, memakai, dan menilai barang atau jasa. Perilaku itu dipengaruhi oleh banyak hal yang dapat dikelompokkan menjadi empat faktor, seperti pada Gambar 4.15:

1. **Faktor budaya** (lingkungan nilai yang luas),
2. **Faktor sosial** (orang-orang di sekitar),
3. **Faktor pribadi** (keadaan dan ciri diri sendiri),
4. **Faktor psikologis** (proses di dalam pikiran).



Gambar 4.15 Faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis beserta unsurnya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Urutan dari kiri ke kanan menunjukkan lingkup dari yang paling luas (budaya) sampai yang paling dalam (psikologis). Pemasar memahami faktor-faktor ini agar dapat menawarkan produk, harga, tempat, dan promosi yang cocok dengan pembelinya, sesuai konsep pemasaran pada sub bab 1.1.

2. Faktor budaya

Budaya adalah nilai, adat, kepercayaan, dan kebiasaan yang diwariskan dalam masyarakat dan membentuk apa yang dianggap pantas, baik, dan perlu dibeli. Unsur-unsurnya:

- **Budaya** itu sendiri: adat istiadat, tradisi, dan perayaan. Contoh: banyak keluarga membeli kue kering atau pakaian baru menjelang hari raya karena tradisi, dan keluarga tertentu wajib memakai kain adat dalam upacara.
- **Subbudaya:** kelompok dalam budaya besar dengan kebiasaan khas, misalnya suku, agama, dan daerah. Contoh: pilihan makanan halal, makanan khas daerah, atau pakaian khas suatu suku.
- **Kelas sosial:** kedudukan dalam masyarakat menurut pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan, yang memengaruhi tempat belanja dan jenis barang.

Ciri faktor budaya: **sudah ada sejak lama, berlaku untuk kelompok yang luas, dan tertanam sejak kecil**. Karena itu, perilaku yang dilakukan "karena sudah menjadi kebiasaan keluarga turun-temurun" atau "karena adat mewajibkan" menunjuk faktor budaya. Pemasar menyesuaikan produk dengan budaya, misalnya menawarkan paket hantaran menjelang hari

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

raya.

3. Faktor sosial

Faktor sosial adalah pengaruh dari **orang lain di sekitar** pembeli. Unsurnya:

- **Keluarga:** pasangan, orang tua, dan anak yang memberi saran atau ikut memutuskan.
- **Kelompok acuan:** teman, komunitas, rekan kerja, dan kelompok yang ingin ditiru. Contoh: memilih barang yang dipakai hampir semua anggota komunitas, atau bertanya kepada teman sebelum membeli.
- **Peran dan status:** posisi seseorang dalam kelompok memengaruhi apa yang pantas ia beli. Contoh: manajer memilih pakaian kerja yang rapi.
- **Pemengaruh dan ulasan:** pendapat orang yang dipercaya atau komentar pembeli lain.

Ciri faktor sosial: **ada orang lain yang memberi saran, memberi contoh, atau menjadi acuan**. Perhatikan bahwa **bertanya kepada teman lewat pesan, membaca ulasan, dan meminta saran anak adalah faktor sosial**, bukan psikologis. Yang masuk faktor sosial adalah pengaruh dari luar diri yang berasal dari orang lain.

4. Faktor pribadi

Faktor pribadi adalah **ciri dan keadaan diri sendiri** yang membuat kebutuhan setiap orang berbeda. Unsurnya:

- **Usia dan tahap kehidupan:** remaja, pekerja baru, orang tua, dan lansia memerlukan produk berbeda. Contoh: orang lanjut usia memilih sandal yang ringan dan tidak licin karena langkahnya mulai pelan.
- **Pekerjaan:** pekerja kantor memerlukan pakaian rapi, pekerja bengkel memerlukan sepatu kuat.
- **Keadaan ekonomi:** penghasilan, tabungan, dan keadaan keuangan. Contoh: baru diterima bekerja sehingga mulai membeli pakaian kerja, atau menunda pembelian karena belum berpenghasilan.
- **Gaya hidup:** cara hidup dan kegiatan sehari-hari. Contoh: gemar berolahraga sehingga membeli perlengkapan olahraga.
- **Kepribadian dan konsep diri:** sifat hemat atau boros, senang mencoba hal baru atau setia pada yang lama.

Ciri faktor pribadi: alasan pembelian berasal dari **keadaan diri tokoh sendiri**: usia, pekerjaan, penghasilan, gaya hidup. Perhatikan bahwa **penghasilan dan keadaan ekonomi termasuk faktor pribadi**, bukan faktor psikologis.

5. Faktor psikologis

Faktor psikologis adalah **proses di dalam pikiran** pembeli yang memengaruhi pilihan. Unsurnya:

- **Motivasi:** dorongan yang membuat orang bertindak untuk memenuhi kebutuhan. Contoh: haus mendorong membeli minuman.
- **Persepsi:** cara seseorang menafsirkan informasi. Contoh: harga yang terlalu murah

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

dianggap tanda mutu rendah; kemasan yang mewah dianggap tanda produk berkelas; dapur toko yang bersih dianggap tanda makanan yang aman.

- **Pembelajaran atau pengalaman:** perubahan perilaku akibat pengalaman. Contoh: membeli lagi merek yang dulu awet dipakai, atau menghindari toko yang pernah mengecewakan.
- **Keyakinan dan sikap:** anggapan dan penilaian yang dipegang seseorang tentang sebuah merek atau toko, yang terbentuk dari pengalaman dan informasi.

Ciri faktor psikologis: alasan pembelian berasal dari **kesan, anggapan, pengalaman pribadi, atau dorongan batin**, bukan dari saran orang lain atau keadaan ekonomi.

6. Cara membedakan faktor yang mirip

Gambar 4.16 memuat kata kunci pembeda untuk pasangan yang paling sering tertukar. Pegang ini baik-baik karena hampir semua jebakan soal jenis ini berada di sini.

Kata kunci pembeda dan pasangan yang sering tertukar

Kata kunci di cerita	Faktor
adat, tradisi, perayaan, kebiasaan turun-temurun, suku atau daerah	BUDAYA
saran atau rekomendasi teman, keluarga, komunitas, ulasan, ikut-ikutan kelompok	SOSIAL
usia, pekerjaan, penghasilan, gaji, keadaan ekonomi, gaya hidup	PRIBADI
kesan, anggapan, pengalaman sendiri, keyakinan, motivasi, persepsi	PSIKOLOGIS

Pasangan yang sering tertukar

Sosial ≠ psikologis	Pribadi ≠ psikologis	Budaya ≠ sosial
• Bertanya ke teman, membaca ulasan = sosial • Keyakinan dari pengalaman sendiri = psikologis	• Penghasilan, usia = pribadi • Anggapan harga murah = mutu rendah = psikologis	• Adat yang mewajibkan = budaya • Saran teman = sosial

Gambar 4.16 Kata kunci dan pasangan yang sering tertukar antara keempat faktor. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Kata kunci di cerita	Faktor
adat, tradisi, perayaan, kebiasaan turun-temurun, suku atau daerah	**budaya**
saran atau rekomendasi teman, keluarga, komunitas, ulasan, ikut-ikutan kelompok	**sosial**
usia, pekerjaan, penghasilan, gaji, keadaan ekonomi, gaya hidup	**pribadi**
kesan, anggapan, pengalaman sendiri, keyakinan, motivasi, persepsi	**psikologis**

Pasangan yang sering tertukar:

- **Sosial ↔ psikologis.** Bertanya kepada teman = sosial. Keyakinan yang terbentuk dari pengalaman sendiri = psikologis.
- **Pribadi ↔ psikologis.** Penghasilan dan usia = pribadi. Persepsi harga murah sebagai tanda mutu rendah = psikologis.
- **Budaya ↔ sosial.** Adat yang mewajibkan = budaya. Saran dari teman sesama pensiunan = sosial.
- **Budaya ↔ pribadi.** Kebiasaan turun-temurun satu masyarakat = budaya. Kebiasaan pribadi karena gaya hidup = pribadi.

7. Menentukan faktor yang paling menentukan

Dalam satu cerita sering ada beberapa faktor yang tampak. Soal bertanya faktor yang **paling menentukan**. Gambar 4.17 menunjukkan langkah yang aman.



Gambar 4.17 Empat langkah menentukan faktor yang paling menentukan pilihan pembeli. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Temukan pilihan akhir** tokoh dan **alasan yang disebut tokoh** ("karena", "setelah", "sebab").
2. **Golongkan tiap alasan** dengan kata kunci pembeda.
3. **Cari hal yang disamakan** di cerita. Bila harga kedua produk sama, harga bukan penentu; faktor penentu adalah hal yang berbeda dan dipilih tokoh.
4. **Pilih faktor yang paling menjelaskan pilihan akhir.** Saran orang lain yang disebut tetapi ditolak tokoh tidak menjadi penentu. Alasan yang dipakai tokoh untuk akhirnya memilih itulah yang menentukan.

Contoh pola: seorang pegawai lapangan mendengar temannya menyarankan sepatu merek populer, tetapi ia memilih sepatu yang ringan dan kuat karena sehari-hari banyak berjalan. Saran teman (sosial) disebut, tetapi tidak dipakai. Pilihan akhir dijelaskan oleh **pekerjaannya**, yaitu faktor pribadi.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

8. Memanfaatkan faktor ini dalam pemasaran

Pemasar yang memahami faktor perilaku dapat menyusun tindakan yang tepat. Tabel berikut memberi contoh.

Faktor	Contoh tindakan pemasaran
Budaya	menyediakan produk dan kemasan sesuai tradisi dan perayaan; menghormati nilai setempat
Sosial	memajang ulasan pelanggan, program ajak teman, melibatkan komunitas
Pribadi	menyesuaikan produk dengan usia dan pekerjaan; menyediakan beberapa tingkat harga; memberi paket sesuai penghasilan
Psikologis	menampilkan toko yang bersih; memberi jaminan mutu; memperbaiki kesan awal; memberi pengalaman yang baik agar pembeli kembali

9. Beberapa faktor bekerja bersama

Dalam kenyataan, satu keputusan membeli hampir selalu dipengaruhi lebih dari satu faktor. Seorang pelajar membeli sepatu olahraga karena teman-temannya memakai merek itu (sosial), karena uang sakunya cukup setelah menabung (pribadi), dan karena ia yakin merek itu awet berdasarkan pengalaman kakaknya (psikologis). Pemasar yang cermat menyadari bahwa tidak ada satu faktor tunggal. Namun, soal ujian hampir selalu meminta **faktor yang paling menjelaskan pilihan akhir** atau meminta kamu **menggolongkan satu alasan tertentu**. Karena itu, jangan memilih semua faktor yang bisa dikaitkan. Pilih sesuai pertanyaan.

Satu petunjuk lagi: faktor dapat berubah menurut keadaan. Orang yang biasanya memilih merek yang direkomendasikan teman (sosial) bisa memilih lain ketika sedang kekurangan uang (pribadi). Karena itu, sebuah faktor "penentu" hanya berlaku untuk **kasus yang sedang dibaca**, bukan untuk orang itu selamanya.

10. Hubungan dengan segmentasi pasar

Pada sub bab 1.1 kamu mengenal dasar segmentasi: geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Faktor perilaku konsumen memberi isi pada dasar itu. Usia dan pekerjaan (pribadi) membentuk segmen demografis. Gaya hidup dan minat (pribadi dan psikologis) membentuk segmen psikografis. Adat dan daerah (budaya) mempengaruhi segmen geografis. Dengan memahami faktor, pemasar dapat menyusun **buyer persona** (dibahas di sub bab 5.1) yang lebih tepat.

11. Etika memanfaatkan faktor perilaku

Pengetahuan tentang pembeli harus dipakai dengan jujur. Pemasar tidak boleh **memanipulasi** kebiasaan atau perasaan pembeli, misalnya menciptakan rasa takut ketinggalan secara berlebihan, memakai ulasan palsu agar pembeli ikut-ikutan, menekan orang yang kurang mampu untuk membeli, atau mengeksploitasi tradisi untuk menjual barang yang tidak sesuai. Pemasaran yang baik membantu pembeli memilih sesuai kebutuhannya dan menjaga kepercayaan, karena kepercayaan itulah yang membuat pembeli kembali.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

12. Kesalahan umum

- **Menganggap bertanya kepada teman sebagai faktor psikologis.**
- **Menganggap penghasilan sebagai faktor psikologis atau budaya.**
- **Memilih faktor yang disebut pertama** padahal bukan penentu akhir.
- **Menganggap harga selalu penentu** padahal cerita menyamakan harga.
- **Mengira tradisi keluarga = saran keluarga.** Tradisi turun-temurun budaya; saran seorang anggota keluarga sosial.
- **Memilih lebih dari satu faktor** ketika soal meminta yang paling menentukan.

13. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Empat faktor: **budaya** (adat, tradisi), **sosial** (orang lain), **pribadi** (usia, pekerjaan, penghasilan, gaya hidup), **psikologis** (motivasi, persepsi, pengalaman, keyakinan).
- Kata kunci pembeda; waspadai pasangan sosial–psikologis dan pribadi–psikologis.
- Faktor penentu: alasan yang dipakai tokoh untuk memilih, bukan semua yang disebut.
- Bila harga disamakan, penentunya hal lain.
- Banyak faktor bekerja bersama; soal meminta yang paling menjelaskan pilihan akhir atau golongan satu alasan tertentu. Manfaatkan dengan jujur.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 4.18 di akhir bagian ini.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Menggolongkan alasan pembeli

Golongkan alasan tokoh rekaan berikut: (1) Dewi membeli kain batik karena di keluarganya batik wajib dipakai pada acara adat; (2) Rio memilih sepatu lari yang dipakai teman-teman komunitas larinya; (3) Maya yang baru lulus dan berpenghasilan pertama membeli laptop; (4) Hendra membeli minuman merek lama karena dulu selalu puas dengan rasanya; (5) Sari membeli sayur organik karena gaya hidupnya yang gemar olahraga dan diet sehat.

Langkah. Cocokkan dengan kata kunci pembeda.

1. Wajib dipakai pada acara adat → **budaya**.
2. Dipakai teman komunitas → **sosial**.
3. Baru berpenghasilan → keadaan ekonomi → **pribadi**.
4. Dulu selalu puas, pengalaman sendiri → **psikologis**.
5. Gaya hidup → **pribadi**.

Jawaban: 1 budaya; 2 sosial; 3 pribadi; 4 psikologis; 5 pribadi.

Contoh 2 — Faktor yang paling menentukan

Keluarga Pak Made di Bali selalu membeli janur dan bunga untuk persembahyangan hari raya di pasar tempat langganan mereka sejak lama. Sebuah toko modern di dekat rumah menawarkan produk serupa dengan harga lebih murah, dan seorang teman menyarankan mencobanya. Pak

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Made tetap membeli di pasar langganannya karena sesuai tata cara yang dipegang keluarganya. Faktor apa yang paling menentukan pilihan Pak Made?

Langkah.

1. Pilihan akhir: tetap membeli di pasar langganan dengan produk yang sesuai tata cara.
2. Alasan yang dipakai: tata cara persembahyangan keluarga yang diwariskan → adat.
3. Harga lebih murah dan saran teman (sosial) disebut, tetapi tidak dipakai sebagai alasan memilih.
4. Pembanding yang berbeda adalah tradisi, bukan harga.

Jawaban: faktor **budaya** (adat yang diwariskan). Harga dan saran teman bukan penentu akhir.

Contoh 3 — Benar atau salah

Seorang pembeli baju di sebuah toko mengikuti ulasan pembeli lain di aplikasi, lalu merasa yakin setelah melihat sendiri toko yang rapi. Tentukan benar atau salah:

1. Membaca ulasan pembeli lain termasuk faktor sosial.
2. Merasa yakin karena toko yang rapi termasuk faktor budaya.
3. Kesan toko yang rapi yang memengaruhi keyakinan termasuk faktor psikologis.

Langkah.

1. Ulasan orang lain → sosial → **Benar**.
2. Kesan dan keyakinan bukan adat → **Salah**.
3. Kesan dan keyakinan → psikologis → **Benar**.

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

❖ PETA KONSEP



Gambar 4.18 Peta konsep faktor yang memengaruhi perilaku konsumen. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal faktor perilaku konsumen:

1. **Garis bawahi alasan** tokoh (kata "karena", "setelah", "sebab").
2. **Golongkan** tiap alasan dengan tabel kata kunci (Gambar 4.16).
3. **Pada soal pernyataan benar atau salah,** nilai tiap pernyataan satu per satu, dan waspadai pasangan yang mirip.
4. **Pada soal faktor paling menentukan,** cari hal yang disamakan di cerita, lalu pilih alasan yang dipakai tokoh untuk pilihan akhir.
5. **Periksa pilihan jawaban:** nama faktor **dan** alasan harus sama-sama benar.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Faktor benar, alasan salah** ("faktor sosial, karena ia ingin sama dengan teman" padahal ceritanya tidak menyebut itu).
- **Faktor yang disebut tetapi ditolak** dijadikan jawaban.
- **Harga dianggap penentu** padahal disamakan.
- **Penghasilan dianggap faktor psikologis.**
- **Bertanya kepada teman dianggap faktor psikologis.**
- **Menganggap latar profesi tokoh** (misalnya guru) sebagai faktor budaya.

> Contoh salah tafsir: dalam kasus seorang ibu yang membeli minuman setelah melihat ulasan pembeli lain, seorang siswa menjawab "psikologis karena ia yakin setelah membaca ulasan". Keyakinan memang proses pikiran, tetapi sumbernya adalah ulasan orang lain. Karena yang memengaruhi adalah pendapat orang lain, faktornya sosial.

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut meminta menilai tiga pernyataan tentang seorang pembeli yang dipengaruhi tradisi keluarga, rekomendasi teman arisan, dan kesan kebersihan dapur toko. Golongkan tiap alasan dengan kata kunci pembeda sebelum menilai pernyataan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Menjelang Lebaran 2027, Bu Ani membeli kue kering di toko Dapur Ayu. Keluarga Bu Ani terbiasa menyajikan nastar setiap Lebaran sejak dulu. Kini ia memilih toples ukuran kecil karena anak-anaknya sudah merantau dan ia hanya tinggal berdua dengan suaminya. Ia memilih toko itu setelah teman-teman di grup arisannya merekomendasikannya, dan ia makin yakin setelah melihat sendiri dapur toko yang bersih.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Kebiasaan keluarga menyajikan nastar setiap Lebaran termasuk faktor budaya.	○	○
Pilihan toples kecil karena kini tinggal berdua dipengaruhi faktor pribadi, yaitu tahap siklus hidup keluarga.	○	○
Rekomendasi teman di grup arisan termasuk faktor psikologis karena memengaruhi keyakinan Bu Ani.	○	○

Pembahasan **Kunci: 1B 2B 3S**

Konsep: Perilaku konsumen dipengaruhi faktor budaya (tradisi, nilai), sosial (keluarga, kelompok acuan, peran), pribadi (usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup), dan psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran/pengalaman, keyakinan).

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1 → Benar.** Tradisi yang diwariskan dalam keluarga dan masyarakat adalah faktor budaya.

• **Pernyataan 2 → Benar.** Perubahan tahap hidup (anak sudah merantau) mengubah jumlah kebutuhan, termasuk faktor pribadi.

• **Pernyataan 3 → Salah.** Jebakan: rekomendasi itu memang menambah keyakinan, tetapi sumbernya kelompok acuan (teman arisan), sehingga termasuk faktor sosial. Yang psikologis adalah keyakinan dari pengalamannya melihat dapur yang bersih.

Jawaban: Benar, Benar, Salah.

✎ LATIHAN

Untuk setiap soal, tulis alasan tokoh dan golongkan faktornya dengan tabel kata kunci. Untuk soal faktor paling menentukan, tulis dulu apa yang disamakan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

1. Pak Hasan, 62 tahun, pensiunan guru, ingin mengganti ponselnya pada Maret 2027. Anaknya menyarankan ponsel merek populer yang dipakai teman-teman anaknya. Namun, Pak Hasan memilih ponsel lain yang layarnya lebih besar, hurufnya dapat diperbesar, dan menunya sederhana, karena penglihatannya mulai berkurang dan ia hanya memakai ponsel untuk menelepon dan berkirim pesan. Harga kedua ponsel itu sama.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Faktor yang paling menentukan pilihan Pak Hasan adalah ....

A. Faktor sosial, karena anaknya ikut memberi saran tentang merek ponsel
B. Faktor budaya, karena sebagai guru ia terbiasa memakai barang sederhana
C. Faktor psikologis, karena pengalamannya dengan ponsel lama membentuk keyakinannya
D. Faktor pribadi, karena usia dan cara pakainya menentukan fitur ponsel
E. Faktor sosial, karena ia ingin ponselnya sama dengan teman sesama pensiunan

2. Pada Juli 2027, Arga baru menerima gaji pertamanya sebagai karyawan bengkel. Ia membeli sepatu kerja merek Tangguh karena sepatu lamanya dulu, merek yang sama, awet dipakai tiga tahun. Ia juga membeli kaos band yang sedang dipakai banyak anggota komunitas musiknya. Sebelumnya, ia menunda membeli apa pun karena belum berpenghasilan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Pengalaman memakai sepatu lama yang awet memengaruhi Arga melalui faktor psikologis.	○	○
Pembelian kaos band karena dipakai anggota komunitasnya termasuk faktor pribadi.	○	○
Arga baru berbelanja setelah menerima gaji pertama; hal ini menunjukkan pengaruh faktor pribadi, yaitu keadaan ekonomi.	○	○

Kunci singkat: 1. D 2. 1B 2S 3B

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa bertanya kepada teman lewat pesan termasuk faktor sosial, bukan psikologis?
- Bila dua produk berharga sama, bagaimana kamu menemukan faktor penentu pilihan tokoh?
- **Yang harus kuingat:** budaya = adat dan tradisi; sosial = orang lain; pribadi = usia, pekerjaan, penghasilan, gaya hidup; psikologis = kesan, pengalaman, keyakinan.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 4.4: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-4.4

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 4.5 · Tahapan proses keputusan pembelian

SMKPEM-4.5

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **menerapkan proses keputusan beli**, dengan batasan **empat tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan membeli**, serta **studi kasus sederhana di ritel**. Pada soal, kemampuan ini muncul sebagai kisah seorang pembeli yang sedang berada di salah satu tahap, lalu kamu diminta **menentukan tahap itu dan tindakan pramuniaga atau penjual yang paling tepat**, atau menilai beberapa pernyataan tentang kisah itu. Contoh resmi pada halaman kisi-kisi juga memuat pernyataan bahwa membandingkan harga dan kualitas menunjukkan tahap **evaluasi alternatif** dan bahwa memberi ulasan setelah membeli termasuk **perilaku pascapembelian**.

Soal sub bab ini seluruhnya berkategori sulit karena pilihan jawabannya berisi tindakan yang baik, tetapi **tidak cocok dengan tahap yang sedang dijalani pembeli**. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menyebutkan empat tahap proses keputusan beli, ditambah pascapembelian, beserta ciri tiap tahap;
- menentukan tahap yang sedang dijalani pembeli dari kata dan perilaku di cerita;
- memilih tindakan penjual yang tepat untuk tiap tahap;
- menjelaskan mengapa tindakan yang baik bisa salah bila dilakukan pada tahap yang keliru.

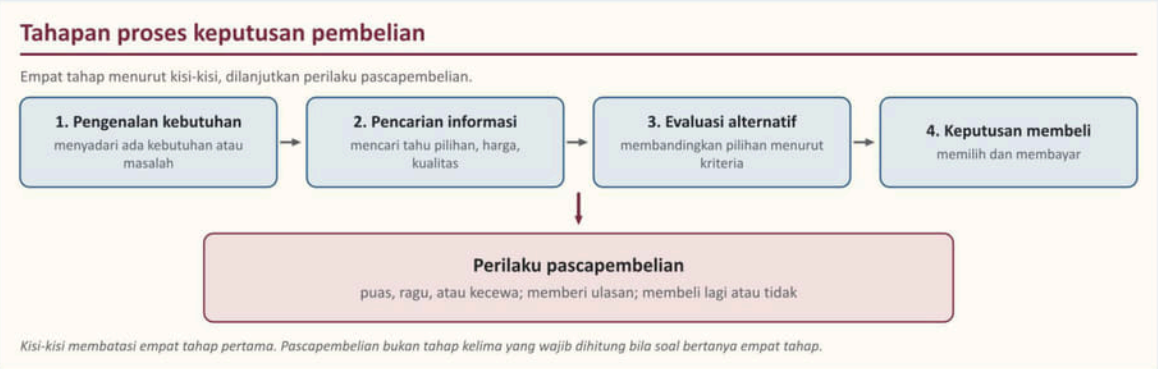
Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Membeli bukan keputusan sekejap

Ketika seseorang membeli ponsel, sepatu, atau kulkas, ia jarang langsung membayar begitu melihat barangnya. Biasanya ada rangkaian langkah di kepalanya: merasa perlu, mencari tahu, membandingkan, lalu memutuskan. Rangkaian ini disebut **proses keputusan pembelian**. Pemasar yang memahaminya dapat hadir pada saat yang tepat dan memberi bantuan yang tepat, tidak terlalu cepat memaksa dan tidak terlambat membantu.

Gambar 4.19 memperlihatkan empat tahap yang disebut kisi-kisi, ditambah tahap perilaku sesudah membeli.



Gambar 4.19 Empat tahap keputusan beli, dilanjutkan perilaku pascapembelian yang memengaruhi pembelian berikutnya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Pengenalan kebutuhan**: pembeli menyadari ada kebutuhan atau masalah.
2. **Pencarian informasi**: pembeli mencari tahu pilihan yang ada.
3. **Evaluasi alternatif**: pembeli membandingkan pilihan.
4. **Keputusan membeli**: pembeli memilih dan melakukan pembelian.
5. **Perilaku pascapembelian**: pembeli menilai hasilnya (puas, ragu, atau kecewa), memberi ulasan, dan menentukan apakah akan membeli lagi.

Kisi-kisi membatasi proses inti pada **empat tahap pertama**. Tahap pascapembelian dibahas karena muncul pada soal sebagai kelanjutan, dan penting bagi usaha yang ingin pelanggannya kembali. Ingat bahwa **pascapembelian bukan tahap kelima yang wajib dihitung** ketika soal bertanya "empat tahap".

2. Tahap 1: Pengenalan kebutuhan

Proses dimulai ketika pembeli **merasakan ada kebutuhan atau masalah**. Pemicunya ada dua macam:

- **Pemicu dari dalam:** lapar, haus, barang lama rusak, perlengkapan habis, atau keadaan tubuh yang berubah.
- **Pemicu dari luar:** melihat iklan, melihat teman memakai barang baru, atau membaca berita yang membuat seseorang sadar akan kebutuhan.

Kata dan perilaku di cerita: "baru menyadari", "tiba-tiba membutuhkan", "barangnya

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

rusak", "mulai merasa perlu", "habis".

Tindakan penjual yang tepat: membantu pembeli **memahami kebutuhannya** dan menunjukkan bahwa produk dapat menjawabnya, tanpa langsung menekan agar membeli. Contohnya iklan atau konten yang menjelaskan masalah dan manfaat produk, dan sapaan yang menanyakan keperluan pembeli.

3. Tahap 2: Pencarian informasi

Setelah sadar, pembeli **mencari tahu**: barang apa yang ada, siapa yang menjual, berapa harganya, dan bagaimana kualitasnya. Sumber informasi yang dipakai:

- **Pribadi:** teman, keluarga, tetangga.
- **Komersial:** iklan, brosur, penjual, katalog, laman toko.
- **Publik:** ulasan pembeli, media, dan lembaga pengujian.
- **Pengalaman sendiri:** memegang atau mencoba barang.

Kata dan perilaku di cerita: "bertanya kepada teman", "membaca ulasan", "mencari tahu", "mengunjungi toko untuk melihat-lihat", "meminta brosur".

Tindakan penjual yang tepat: menyediakan informasi yang lengkap, jelas, dan mudah ditemukan: daftar harga, spesifikasi, foto, ulasan, dan jawaban cepat atas pertanyaan. Pada tahap ini pembeli belum siap membeli, sehingga penjual membantu memberi informasi, bukan memaksa membayar.

4. Tahap 3: Evaluasi alternatif

Pembeli kini memegang **beberapa pilihan** dan **membandingkannya** menurut kriteria yang penting baginya: harga, kualitas, ukuran, daya tahan, garansi, atau kemudahan pemakaian. Tiap pembeli memberi bobot berbeda pada kriteria. Pembeli yang sering berjalan jauh menimbang berat dan kenyamanan, pembeli yang anggarannya ketat menimbang harga.

Kata dan perilaku di cerita: "membandingkan", "menimbang", "ada tiga pilihan di tangannya", "bertanya mana yang lebih cocok", "menghitung selisih harga", "memeriksa garansi".

Tindakan penjual yang tepat: membantu membandingkan pilihan sesuai kebutuhan pembeli, bukan menutup penjualan. Penjual yang baik **bertanya** tentang keperluan pembeli, menjelaskan perbedaan yang relevan dengan jujur, lalu membiarkan pembeli memutuskan. Memaksa pembeli membayar, menawarkan cicilan agar langsung membeli, atau menyebut kelebihan yang tidak relevan tidak menolong pada tahap ini.

5. Tahap 4: Keputusan membeli

Pembeli akhirnya **memilih** merek, toko, jumlah, waktu, dan cara bayar. Pada tahap ini masih ada hambatan terakhir: pendapat orang lain yang berbeda, stok yang kosong, ongkos kirim yang tidak terduga, atau keraguan menit terakhir.

Kata dan perilaku di cerita: "memutuskan membeli", "menuju kasir", "mengisi alamat dan metode pembayaran", "meminta dibungkus", "membayar".

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Tindakan penjual yang tepat: mempermudah pembelian: memastikan stok tersedia, menyediakan berbagai cara bayar, memberi konfirmasi yang jelas, dan menjelaskan garansi atau layanan lanjutan. Penjual tidak menambah tekanan dengan penawaran lain yang tidak diminta.

6. Perilaku pascapembelian

Setelah membeli, pembeli menilai apakah hasilnya sesuai harapan. Ada tiga kemungkinan:

- **Puas:** kemungkinan membeli lagi, merekomendasikan, dan memberi ulasan baik.
- **Ragu setelah membeli:** merasa mungkin salah memilih, terutama setelah mendengar pendapat orang lain atau melihat pilihan lain.
- **Kecewa:** mengeluh, meminta penukaran, atau memberi ulasan buruk.

Tindakan penjual yang tepat: menindaklanjuti: menanyakan kepuasan, menjawab keraguan dengan **informasi yang benar** (cara pemakaian, penjelasan fitur, garansi), menangani keluhan dengan cepat, dan meminta ulasan secara sopan tanpa memaksa. Tindakan yang tidak tepat adalah membenarkan pendapat orang lain demi menyenangkan pembeli atau menawarkan barang lain untuk "mengalihkan perhatian" dari keraguan.

7. Cara mengenali tahap dari kata di cerita

Gambar 4.20 meringkas ciri dan tindakan penjual untuk tiap tahap. Pakailah sebagai peta.

Ciri tiap tahap dan tindakan penjual yang tepat

Tindakan baik pada tahap yang keliru tetap salah.

Tahap	Kata kunci di cerita	Tindakan penjual yang tepat	Yang keliru
1. Pengenalan kebutuhan	baru menyadari, barang rusak, habis, merasa perlu	bantu memahami kebutuhan dan manfaat produk	langsung menekan agar membeli
2. Pencarian informasi	bertanya, membaca ulasan, mencari tahu, meminta brosur	sediakan informasi lengkap, jelas, mudah ditemukan; jawab cepat	memaksa membayar hari itu
3. Evaluasi alternatif	membandingkan, menimbang, beberapa pilihan di tangan	tanyakan kebutuhan, bantu membandingkan sesuai kebutuhan	menawarkan cicilan agar cepat bayar; menyebut hal yang tidak relevan
4. Keputusan membeli	memutuskan, menuju kasir, mengisi alamat, membayar	permudah: stok, cara bayar, konfirmasi, garansi	menambah tekanan dengan tawaran lain
Pascapembelian	ragu, mengulas, mengeluh, membeli lagi	tindak lanjuti; jawab keraguan dengan informasi benar; tangani keluhan	membenarkan pendapat orang lain; mengalihkan dengan barang lain

Gambar 4.20 Kata kunci di cerita dan tindakan penjual yang tepat untuk tiap tahap keputusan beli. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Tiga aturan membaca tahap:

1. **Lihat perilaku terakhir tokoh,** bukan semua yang pernah dilakukannya. Tokoh yang sudah membaca ulasan (tahap 2) dan kini membandingkan tiga produk berada di tahap 3.
2. **Perhatikan kata kerja.** "Baru menyadari" = tahap 1; "bertanya, mencari tahu" = tahap 2; "membandingkan, menimbang" = tahap 3; "memutuskan, membayar" = tahap 4; "ragu, mengulas, mengeluh, membeli lagi" = pascapembelian.
3. **Jangan dibingungkan oleh tempat.** Berada di toko tidak otomatis berarti tahap keputusan. Orang bisa berada di toko sambil masih membandingkan.

8. Pembelian rutin dan pembelian besar

Tidak semua pembelian melalui semua tahap dengan lama yang sama. **Pembelian rutin dan murah** (sabun, minuman) sering dilakukan cepat dan hampir otomatis, dengan pencarian informasi singkat atau tidak ada. **Pembelian besar dan jarang** (kendaraan, perabot, peralatan elektronik) melalui semua tahap dengan teliti, lama, dan banyak informasi. Penjual menyesuaikan: untuk pembelian rutin, kemudahan dan ketersediaan paling penting; untuk pembelian besar, informasi, perbandingan, dan kepercayaan paling penting.

9. Contoh percakapan yang ditandai tahapnya

Gambar 4.21 menunjukkan percakapan pramuniaga dengan pembeli rekaan yang ditandai tahapnya dan diberi catatan tentang tindakan yang tepat. Perhatikan bagaimana pramuniaga bertanya, bukan memaksa.



Gambar 4.21 Cuplikan percakapan rekaan di toko tas yang menunjukkan tahap pembeli dan respons pramuniaga yang tepat. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

10. Proses beli di toko daring

Empat tahap yang sama berlaku pada pembelian daring, hanya wujudnya berbeda.

- **Pengenalan kebutuhan:** melihat unggahan atau iklan, atau sadar barang lama rusak.
- **Pencarian informasi:** menelusuri laman produk, membaca ulasan dan peringkat, bertanya lewat kolom pesan.
- **Evaluasi alternatif:** membuka beberapa laman toko, membandingkan harga, ongkos kirim, garansi, dan ulasan.
- **Keputusan membeli:** memasukkan ke keranjang, mengisi alamat, memilih cara bayar, dan membayar.
- **Pascapembelian:** menunggu kiriman, menilai barang, memberi ulasan, atau mengajukan penukaran.

Karena penjual daring tidak bertemu langsung, informasi dan kecepatan balasan menggantikan peran pramuniaga. Pembeli yang pertanyaannya dibalas cepat dan jelas pada tahap pencarian informasi lebih mungkin melanjutkan ke keputusan. Pembeli yang sudah memasukkan barang ke keranjang tetapi tidak membayar sering terhambat oleh ongkos kirim atau cara bayar yang terbatas, dan itu menjadi petunjuk perbaikan di tahap keputusan.

11. Kriteria dan bobot saat membandingkan

Pada tahap evaluasi, setiap pembeli memakai **kriteria** (hal yang dinilai) dan memberi **bobot** (seberapa penting). Dua pembeli melihat barang yang sama, tetapi memilih berbeda karena bobotnya berbeda. Contoh: pembeli A mengutamakan harga, sedangkan pembeli B mengutamakan daya tahan. Karena itu, pramuniaga yang baik **menanyakan dulu apa yang paling penting bagi pembeli**. Pertanyaan seperti "untuk dipakai apa?", "berapa anggaran Kakak?", dan "lebih penting ringan atau kuat?" membantu menemukan kriteria dan bobot pembeli, lalu membandingkan pilihan menurut kriteria itu. Penjual yang langsung menyebut kelebihan produk yang paling ingin dijual, tanpa bertanya, menjawab pertanyaan yang tidak ditanyakan pembeli.

12. Hambatan sebelum membeli

Bahkan setelah memilih, pembeli dapat tertahan oleh beberapa hambatan terakhir:

- **Pendapat orang lain** yang berbeda dengan pilihannya.
- **Risiko yang dirasakan:** takut barang tidak awet, takut tertipu, takut menyesal.
- **Keadaan yang tidak terduga:** stok kosong, ongkos kirim tinggi, antrean panjang.
- **Anggaran yang tiba-tiba terbatas.**

Penjual dapat mengurangi hambatan dengan **informasi yang jujur**, **garansi dan kebijakan retur yang jelas**, **ulasan asli**, dan **cara bayar yang beragam**. Menghilangkan hambatan lebih berguna daripada membujuk.

Catatan tambahan: kalimat yang tepat untuk tiap tahap

Pramuniaga yang terlatih memiliki kalimat pembuka yang berbeda untuk tiap tahap. Contoh: untuk pembeli yang **baru menyadari kebutuhan** ("Ada yang bisa kami bantu, Kak? Sedang

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

mencari apa?"). Untuk pembeli yang **mencari informasi** ("Silakan dilihat dulu, ini daftar harga dan keterangannya. Kalau ada yang ingin ditanyakan, saya di sini."). Untuk pembeli yang **membandingkan** ("Kakak biasanya memakainya untuk apa? Dari situ kita lihat mana yang paling cocok."). Untuk pembeli yang **sudah memutuskan** ("Baik, Kak. Mau dibayar tunai atau QR? Sekalian saya jelaskan garansinya."). Untuk pembeli yang **ragu setelah membeli** ("Terima kasih sudah membeli. Kalau ada yang belum jelas tentang pemakaiannya, kabari kami ya."). Perhatikan bahwa kalimat untuk tahap membandingkan **bertanya**, kalimat untuk tahap memutuskan **memudahkan**, dan kalimat pascapembelian **menenangkan dengan informasi**. Menukar kalimat antartahap terasa janggal, misalnya menyuruh membayar ketika pembeli masih menimbang.

Catatan tambahan: menangani pembeli yang ragu di tahap keputusan

Kadang pembeli sudah memilih tetapi ragu di kasir. Penjual yang baik tidak mendesak. Ia bertanya apa yang masih mengganjal, menjawab dengan informasi yang benar (garansi, kemungkinan retur, cara pakai), dan memberi ruang untuk berpikir. Pembeli yang tidak ditekan lebih mungkin kembali dan membeli dengan yakin. Sebaliknya, pembeli yang ditekan sering berhenti percaya pada toko itu.

13. Kesalahan umum

- **Tindakan baik pada tahap yang keliru:** menawarkan cicilan saat pembeli masih membandingkan, atau menjelaskan manfaat umum saat pembeli sudah memutuskan.
- **Menentukan tahap dari tempat,** bukan dari perilaku.
- **Menghitung pascapembelian sebagai tahap kelima** ketika soal bertanya empat tahap.
- **Menutup penjualan terlalu cepat** pada tahap pencarian informasi.
- **Membenarkan keraguan pembeli dengan cara yang tidak benar,** demi menyenangkan.
- **Menawarkan barang lain** untuk mengalihkan keraguan pascapembelian.

14. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Empat tahap: **pengenalan kebutuhan → pencarian informasi → evaluasi alternatif → keputusan membeli**; lalu pascapembelian.
- Kata kunci: baru menyadari; bertanya dan mencari tahu; membandingkan; memutuskan dan membayar; ragu atau mengulas.
- Tindakan penjual: bantu pahami kebutuhan; sediakan informasi; bantu membandingkan sesuai kebutuhan; permudah pembelian; tindak lanjuti dengan informasi benar.
- Tindakan baik pada tahap yang keliru tetap salah.
- Pada toko daring tahapnya sama; informasi dan balasan cepat menggantikan pramuniaga. Tanyakan kriteria dan bobot pembeli, dan kurangi hambatan dengan informasi jujur serta garansi.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 4.22 di akhir bagian ini.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Menentukan tahap dari cuplikan

Tentukan tahap yang sedang dijalani Wati dalam tiap cuplikan rekaan berikut.

1. Tas lama Wati sobek saat hujan dan isi bukunya basah. Ia sadar perlu tas baru yang tahan air.
2. Wati membaca ulasan tas tahan air dan bertanya kepada kakaknya tas apa yang awet.
3. Di toko, Wati memegang dua tas dan membandingkan bahan, ukuran, dan harganya.
4. Wati menyatakan membeli tas yang kedua dan menuju kasir.
5. Seminggu kemudian, Wati ragu karena temannya berkata tas lain lebih ringan.

Langkah. Lihat kata kerja.

1. Sadar perlu → **pengenalan kebutuhan**.
2. Membaca ulasan, bertanya → **pencarian informasi**.
3. Membandingkan → **evaluasi alternatif**.
4. Menyatakan membeli, menuju kasir → **keputusan membeli**.
5. Ragu setelah membeli → **pascapembelian**.

Jawaban: 1 pengenalan kebutuhan; 2 pencarian informasi; 3 evaluasi alternatif; 4 keputusan membeli; 5 pascapembelian.

Contoh 2 — Tindakan penjual pada tahap evaluasi

Seorang pembeli memegang tiga rak buku dengan bahan dan ukuran berbeda di toko perabot rekaan, dan bertanya, "Untuk kamar kecil dengan banyak buku, yang mana yang lebih cocok?" Pilih tindakan pramuniaga yang paling tepat: (a) langsung menawarkan cicilan tanpa bunga agar ia membayar hari ini; (b) menanyakan ukuran kamar dan jumlah buku, lalu membandingkan ketiga rak yang sesuai; (c) menjelaskan sejarah perusahaan pembuat rak; (d) menyarankan membeli ketiganya sekaligus untuk persediaan.

Langkah.

1. Tahap: evaluasi alternatif (membandingkan, bertanya mana yang cocok).
2. Kebutuhan tahap ini: bantuan membandingkan sesuai kebutuhan pembeli.
3. (a) menyasar tahap keputusan, terlalu cepat; (c) tidak relevan; (d) tidak menjawab dan memaksa.
4. (b) bertanya tentang kebutuhan dan membandingkan sesuai itu.

Jawaban: (b).

Contoh 3 — Menyambut pembeli yang baru bertanya harga

Seorang pengunjung toko sepatu rekaan menanyakan harga sepatu sekolah, lalu mengucapkan terima kasih dan berkata ia akan mencari tahu dulu ke toko lain. Susun tindakan pramuniaga yang tepat.

Langkah.

1. Tahap: pencarian informasi (belum siap membeli, masih mencari tahu).

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Tindakan: menyediakan informasi dengan jelas (harga, ukuran tersedia, bahan, garansi), menanyakan keperluan, dan memberi kartu nama atau nomor yang dapat dihubungi.
3. Hindari: memaksa membayar hari itu, menjelekkan toko lain, atau menurunkan harga tanpa dasar.
4. Tutup dengan sopan dan undang kembali.

Jawaban: menjawab dengan jelas dan sopan, memberi informasi tertulis dan kontak, lalu mempersilakan pengunjung mencari tahu dulu. Pembeli yang diperlakukan dengan baik pada tahap ini sering kembali pada tahap keputusan.

❖ PETA KONSEP



Gambar 4.22 Peta konsep tahapan proses keputusan pembelian. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal tahapan keputusan beli:

1. **Garis bawahi perilaku terakhir tokoh** dan kata kerjanya.
2. **Tentukan tahap** dengan kata kunci (Gambar 4.20).
3. **Tentukan kebutuhan pembeli pada tahap itu:** dipahami, diberi informasi, dibantu membandingkan, dipermudah membayar, atau ditindaklanjuti.
4. **Pilih tindakan yang menjawab kebutuhan tahap itu** dan jujur. Coret yang menekan, mengalihkan, atau membenarkan yang tidak benar.
5. **Pada soal pernyataan benar atau salah,** nilai tiap pernyataan satu per satu terhadap tahap yang dikenali.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Tahap salah, tindakan tampak baik** (mis. cicilan pada tahap membandingkan).
- **Tahap ditentukan dari tempat,** bukan perilaku.
- **Tahap ditentukan dari perilaku awal** padahal perilaku terakhir lebih maju.
- **Pembelian dipaksa** (potongan harga atau cicilan untuk menutup penjualan).
- **Penjual membenarkan pendapat teman pembeli** tanpa dasar.
- **Penjual menawarkan tukar tambah** untuk mengalihkan keraguan.
- **Informasi yang tidak relevan** (sejarah perusahaan) dijadikan jawaban.

> Contoh salah tafsir: seorang siswa menjawab bahwa pembeli yang sedang membaca ulasan dan bertanya kepada teman berada di tahap evaluasi alternatif karena "ia menilai ulasan". Padahal ia belum membandingkan pilihan; ia masih mengumpulkan informasi. Evaluasi baru terjadi ketika ia memegang beberapa pilihan dan membandingkannya.

NEXT LEVEL STUDY

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menggambarkan seorang pembeli sepatu lari yang sudah membaca ulasan dan bertanya kepada teman, kini memegang tiga merek sambil membandingkan. Tentukan tahap dengan memakai perilaku terakhirnya, lalu pilih tindakan pramuniaga yang cocok untuk tahap itu.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Raka ingin membeli sepatu lari untuk persiapan lomba lari 10 km pada Mei 2027. Ia sudah menonton ulasan di internet dan bertanya kepada teman-teman klub larinya. Kini ia berada di toko olahraga sambil memegang tiga merek sepatu, membandingkan bantalan, berat, dan harganya. Ia lalu memanggil pramuniaga dan bertanya, "Kalau untuk lari jarak jauh, yang mana yang lebih cocok?"
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tahap yang sedang dijalani Raka dan tindakan pramuniaga yang paling tepat adalah ....

A. Pencarian informasi: memberikan brosur setiap merek sepatu yang dijual toko
B. Evaluasi alternatif: ikut membandingkan tiga sepatu untuk lari jarak jauh
C. Keputusan pembelian: segera menawarkan cicilan agar Raka langsung membayar
D. Pengenalan kebutuhan: menjelaskan manfaat lari jarak jauh bagi kesehatan
E. Pascapembelian: menawarkan kartu garansi dan layanan perawatan sepatu

Pembahasan **Kunci: B**

Konsep: Tahapan keputusan pembelian: pengenalan kebutuhan → pencarian informasi → evaluasi alternatif → keputusan pembelian → perilaku pascapembelian. Penjual membantu paling efektif bila tindakannya sesuai dengan tahap yang sedang dijalani konsumen.

Langkah:
1. Kebutuhan sudah dikenali (lomba lari) dan informasi sudah dicari (ulasan, teman).
2. Kini Raka membandingkan tiga merek dengan kriteria tertentu → evaluasi alternatif.
3. Bantuan yang tepat: membandingkan ketiga sepatu sesuai kebutuhan lari jarak jauh.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Jebakan: Raka masih mencari pendapat, tetapi ia sudah menyaring pilihan menjadi tiga merek; brosur semua merek justru membuatnya kembali ke awal.
• **B.** ✓ Raka sedang membandingkan alternatif, dan pertanyaannya meminta bantuan membandingkan.
• **C.** ✗ Raka belum memutuskan merek; desakan membayar dapat membuatnya merasa dipaksa.
• **D.** ✗ Kebutuhan Raka sudah jelas; penjelasan manfaat lari tidak menjawab pertanyaannya.
• **E.** ✗ Raka belum membeli, sehingga layanan pascapembelian belum relevan.

Jawaban: B.

✎ LATIHAN

Tulis dulu perilaku terakhir tokoh dan tahapnya. Lalu pilih tindakan atau pernyataan yang cocok dengan tahap itu.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

1. Laptop Sinta rusak menjelang tugas akhir pada Februari 2027. Ia bertanya kepada teman dan membaca ulasan, lalu membandingkan tiga laptop berdasarkan harga, berat, dan garansi. Ia membeli di Toko Digital Prima karena hanya toko itu yang memberi garansi resmi dua tahun. Dua minggu kemudian baterainya cepat habis, sehingga Sinta menulis ulasan bintang dua di media sosial toko dan meminta pemeriksaan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Garansi menjadi salah satu kriteria Sinta pada tahap evaluasi alternatif.	○	○
Ulasan bintang dua yang ditulis Sinta termasuk tahap evaluasi alternatif karena ia sedang menilai laptopnya.	○	○
Respons cepat toko terhadap keluhan Sinta penting karena ulasan pascapembelian dapat memengaruhi calon pembeli lain.	○	○

2. Pak Bowo membeli sepeda motor baru di dealer Jaya Motor pada Maret 2027. Seminggu kemudian, temannya berkata bahwa merek lain lebih irit bahan bakar. Pak Bowo mulai ragu dan bertanya-tanya apakah keputusannya keliru. Ia mengirim pesan kepada dealer untuk menanyakan konsumsi bahan bakar motornya. Motornya tidak rusak dan masih dalam masa servis gratis.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan dealer yang paling tepat adalah ....

A. Menawarkan tukar tambah ke merek lain agar Pak Bowo tidak kecewa lagi
B. Membenarkan pendapat teman Pak Bowo agar ia merasa keluhannya didengarkan
C. Meminta Pak Bowo menunggu servis gratis untuk menanyakannya ke mekanik
D. Menjelaskan konsumsi bahan bakar, cara berkendara irit, dan servis gratis
E. Menawarkan potongan harga aksesori agar Pak Bowo melupakan keraguannya

Kunci singkat: 1. 1B 2S 3B 2. D

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa menawarkan cicilan agar langsung membayar tidak tepat bagi pembeli yang sedang membandingkan?
- Sebutkan satu kata kerja yang menandai tiap tahap.
- **Yang harus kuingat:** tahap dilihat dari perilaku terakhir; tindakan penjual harus cocok dengan tahap; keraguan pascapembelian dijawab dengan informasi yang benar.



Latihan interaktif di LMS

Sub bab 4.5: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-4.5

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 4.6 · Alasan dan pertimbangan konsumen memilih produk atau jasa

SMKPEM-4.6

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **menganalisis pertimbangan konsumen** dan memakai **studi kasus sederhana di ritel**. Subtopik Peta Topik untuk bagian ini adalah **analisis alasan dan pertimbangan konsumen dalam memilih produk atau jasa**. Pada soal, kemampuan ini muncul sebagai **gambar atau tabel**: label harga di rak, daftar voucher di halaman pembayaran, tabel perbandingan beberapa toko, atau label kemasan. Seorang tokoh menyebut syarat dan keinginannya, dan kamu diminta memilih produk, toko, atau voucher yang **paling sesuai dengan pertimbangannya**.

Soal sub bab ini seluruhnya berkategori sulit. Kesulitannya bukan pada hitungan yang rumit, melainkan pada **ketelitian**: ada syarat yang wajib dipenuhi, ada keinginan yang dioptimalkan, dan ada jawaban yang tampak benar tetapi gagal pada satu syarat. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menyebutkan pertimbangan yang umum dipakai konsumen dan membedakan syarat wajib dari keinginan;
- menyaring pilihan dengan syarat lebih dulu, lalu memilih yang paling sesuai keinginan;
- menghitung total biaya, harga per satuan, dan pengaruh voucher atau diskon;
- membaca label kemasan dan memakai matriks keputusan berbobot.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Apa yang dipertimbangkan konsumen?

Setelah mengetahui pilihan yang ada (sub bab 4.5), pembeli memilih berdasarkan **pertimbangan**. Pertimbangan yang paling sering muncul:

- **Harga:** harga barang, ongkos kirim, biaya tambahan, dan potongan.
- **Kualitas atau mutu:** bahan, daya tahan, rasa, kesesuaian dengan kebutuhan.
- **Merek dan reputasi:** kepercayaan pada penjual atau merek.
- **Kesesuaian kebutuhan:** ukuran, fitur, takaran, dan cara pemakaian.
- **Layanan:** garansi, layanan purna jual, kemudahan retur, kecepatan pengiriman.
- **Kemudahan:** lokasi, jam buka, ketersediaan stok, cara bayar.
- **Informasi pada label:** komposisi, kandungan gula, tanggal kedaluwarsa, keterangan halal.
- **Ulasan dan rekomendasi** orang lain.

Pertimbangan tiap pembeli berbeda karena kebutuhan dan keadaannya berbeda (faktor perilaku pada sub bab 4.4). Pembeli yang membeli hadiah mendadak menimbang kecepatan. Pembeli yang anaknya memiliki batasan makanan menimbang kandungan gula. Karena itu, kamu harus selalu mulai dari **keadaan dan syarat tokoh**.

2. Syarat wajib dan keinginan

Dalam soal, tokoh biasanya menyebut dua jenis hal:

- **Syarat wajib:** hal yang **harus** dipenuhi. Ciri katanya: "hanya mau", "harus", "wajib", "tidak boleh melebihi", "paling lambat", "minimal", "sedikitnya". Contoh: garansi resmi minimal satu tahun, tiba paling lambat lima hari, bersertifikat halal, kandungan gula tidak lebih dari batas tertentu.
- **Keinginan yang dioptimalkan:** hal yang **ingin sebaik mungkin** setelah syarat wajib terpenuhi. Ciri katanya: "ingin yang paling murah", "paling hemat", "paling lengkap". Contoh: total biaya paling kecil.

Aturan emas: **saring dengan syarat wajib lebih dulu**. Pilihan yang gagal pada satu syarat wajib **gugur**, betapa pun murah atau menariknya. Baru dari pilihan yang tersisa, pilih yang paling baik menurut keinginan. Gambar 4.23 menunjukkan alurnya.



Gambar 4.23 Alur memilih: daftar syarat wajib, coret yang gagal, hitung yang tersisa, pilih yang paling sesuai keinginan. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Pelanggaran terhadap aturan ini adalah jebakan paling umum: pilihan yang **paling murah** atau **paling cepat** gugur karena gagal pada satu syarat, tetapi tetap dipasang sebagai

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

jawaban menggoda.

3. Menghitung total biaya

Harga yang tertera pada barang sering bukan jumlah yang akhirnya dibayar. **Total biaya** adalah semua yang harus dikeluarkan:

total biaya = harga barang + ongkos kirim + biaya tambahan − potongan (voucher atau diskon)

Untuk perbandingan antartoko, jangan hanya melihat harga barang. Toko yang harga barangnya paling murah bisa menjadi paling mahal karena ongkos kirim. Toko yang tampak mahal bisa memberi ongkos kirim gratis sehingga total biayanya paling kecil.

4. Membandingkan harga per satuan

Bila ukuran kemasan berbeda, bandingkan **harga per satuan**: harga ÷ isi (per mililiter, per gram, per lembar, per butir). Rumus: **harga per satuan = harga ÷ jumlah isi**. Kemasan yang lebih besar belum tentu lebih hemat, dan harga promo belum tentu lebih murah per satuan.

Gambar 4.24 memperlihatkan tiruan label harga di rak dan cara membacanya: harga normal, harga promo, ukuran, dan harga per satuan yang kadang tertera kecil di sudut.



Gambar 4.24 Tiruan label harga di rak (tanpa merek) dengan penjelasan setiap bagian. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Contoh hitungan: kertas HVS, satu rim isi 500 lembar Rp52.000 (Rp104 per lembar), paket dua rim isi 1.000 lembar Rp98.000 (Rp98 per lembar), dan eceran 100 lembar Rp11.500 (Rp115 per lembar). Bila kebutuhan 800 sampai 1.000 lembar, paket dua rim paling hemat per lembar dan tetap sesuai kebutuhan.

Pastikan juga **kebutuhan jumlah** terpenuhi. Pilihan yang paling murah per satuan tetapi isinya kurang dari kebutuhan gugur. Sebaliknya, membeli jauh lebih banyak dari kebutuhan hanya karena harga satuannya murah bisa menjadi pemborosan.

5. Voucher dan diskon

Potongan hadir dalam dua bentuk:

- **Potongan nominal:** langsung mengurangi sejumlah rupiah (misalnya Rp20.000).
- **Potongan persen:** mengurangi persentase dari harga (misalnya 10 %), kadang dengan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

batas maksimum.

Hampir semua voucher punya **syarat**: minimal belanja, jenis barang tertentu, atau batas waktu. Langkah memilih voucher:

1. **Periksa syarat tiap voucher.** Voucher yang syaratnya tidak terpenuhi **tidak dapat dipakai**.
2. **Hitung total bayar** untuk setiap voucher yang dapat dipakai.
3. **Pilih yang total bayarnya paling kecil,** bukan yang angkanya tampak terbesar.
4. **Jangan menambah barang** yang tidak dibutuhkan hanya demi memenuhi syarat bila soal menyebut pembeli tidak ingin membeli yang lain.

Contoh: pembeli akan membeli barang Rp320.000 dengan ongkos kirim Rp22.000. Voucher A memotong Rp30.000 dengan syarat minimal belanja Rp350.000. Voucher B memberi diskon 5 % dengan potongan maksimum Rp25.000. Voucher C membebaskan ongkos kirim. Total tanpa voucher Rp342.000. Voucher A **tidak dapat dipakai** karena belanja Rp320.000 kurang dari Rp350.000. Voucher B memotong 5 % × 320.000 = Rp16.000 (di bawah batas Rp25.000), sehingga total Rp326.000. Voucher C membuat total Rp320.000. Voucher C menghasilkan total paling kecil.

Gambar 4.25 merangkum cara membandingkan voucher dalam satu tabel.

Membandingkan voucher

Barang Rp320.000; ongkos kirim Rp22.000; total tanpa voucher Rp342.000.

Voucher	Syarat	Dapat dipakai?	Potongan	Total bayar
A: potongan Rp30.000	minimal belanja Rp350.000	**tidak**	—	tidak berlaku
B: diskon 5 %, maksimum Rp25.000	tanpa syarat	**ya**	5 % × 320.000 = Rp16.000	Rp326.000
C: gratis ongkos kirim	tanpa syarat	**ya**	Rp22.000	**Rp320.000**

Langkah: periksa syarat, hitung total bayar yang dapat dipakai, pilih yang paling kecil. Voucher A gugur karena Rp320.000 kurang dari Rp350.000.

Gambar 4.25 Contoh tabel perbandingan tiga voucher beserta hitungan total bayarnya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

6. Matriks keputusan berbobot

Bila ada banyak kriteria dan pilihan, **matriks keputusan** membantu. Langkahnya:

1. **Gugurkan** pilihan yang gagal pada syarat wajib.
2. **Daftar kriteria** yang penting dan beri **bobot** (misalnya 1 sampai 5; semakin penting semakin besar).
3. **Beri skor** tiap pilihan pada tiap kriteria (misalnya 1 sampai 5).
4. **Kalikan bobot dengan skor** dan **jumlahkan** tiap pilihan.
5. **Pilih jumlah tertinggi.**

Gambar 4.26 memperlihatkan contoh matriks untuk memilih toko daring pembelian printer.

Matriks keputusan berbobot

Memilih satu toko daring untuk membeli printer. Setiap sel: skor × bobot.

Toko	Harga (bobot 5)	Kecepatan tiba (bobot 3)	Ulasan penjual (bobot 4)	Jumlah
P	skor 4 → 20	skor 3 → 9	skor 5 → 20	**49**
Q	skor 5 → 25	skor 2 → 6	skor 3 → 12	43
R	skor 3 → 15	skor 5 → 15	skor 4 → 16	46

Pilihan: toko P (jumlah tertinggi, 49). Syarat wajib (garansi) sudah dipenuhi semua toko.

Bobot menggambarkan apa yang penting bagi pembeli. Bobot berbeda dapat menghasilkan pilihan berbeda.

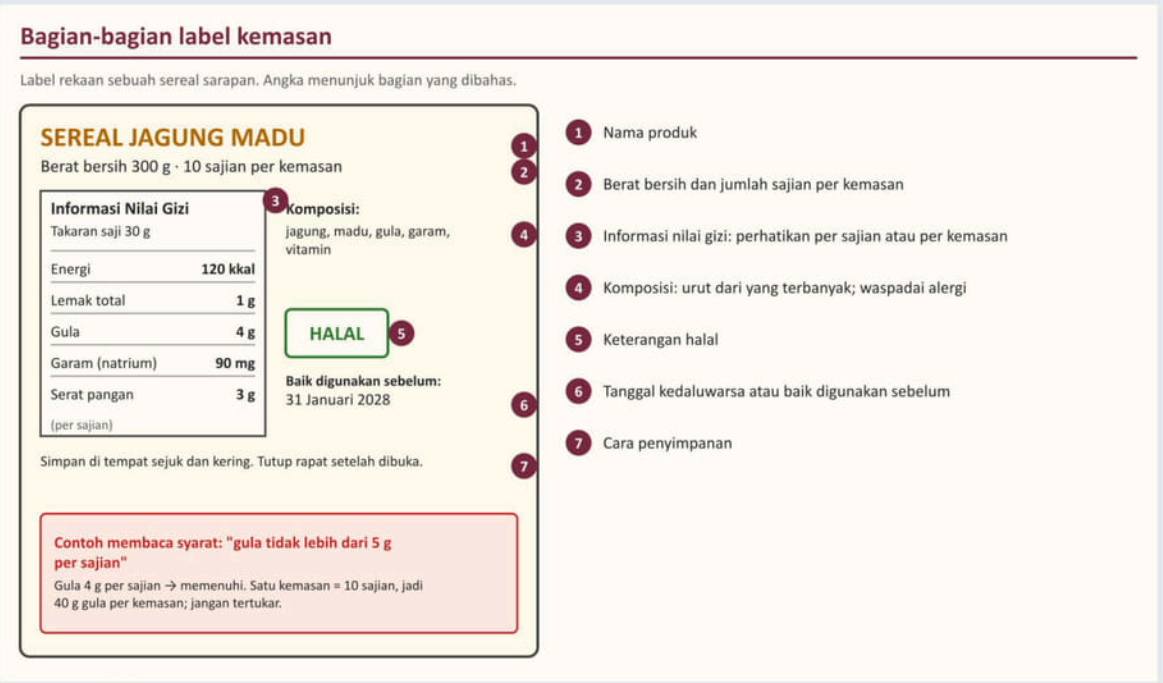
Gambar 4.26 Matriks keputusan berbobot untuk memilih satu dari tiga toko. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Matriks berguna karena memaksa kita jujur tentang apa yang paling penting. Bobot berbeda dapat menghasilkan pilihan berbeda untuk orang yang berbeda.

7. Membaca label kemasan

Pada produk makanan dan minuman, label memuat informasi yang sering menjadi syarat soal. Gambar 4.27 menunjukkan tiruan label dengan bagian-bagiannya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan



Gambar 4.27 Label kemasan rekaan dengan komposisi, berat bersih, informasi nilai gizi, tanggal kedaluwarsa, keterangan halal, dan cara simpan. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

- **Nama produk dan komposisi:** bahan penyusun, diurutkan dari yang terbanyak. Perhatikan bahan yang menimbulkan alergi.
- **Berat bersih atau isi:** dasar menghitung harga per satuan.
- **Informasi nilai gizi:** kandungan gula, lemak, dan garam **per sajian**. Hati-hati dengan **jumlah sajian per kemasan** karena satu kemasan dapat berisi beberapa sajian.
- **Tanggal kedaluwarsa atau baik digunakan sebelum:** produk yang dekat tanggalnya tidak cocok bila disimpan lama.
- **Keterangan halal dan izin edar** sesuai ketentuan.
- **Cara penyimpanan dan penggunaan.**

Saat soal menyebut batas, misalnya "gula tidak lebih dari lima gram per sajian", bandingkan dengan angka **per sajian** pada label, bukan per kemasan, kecuali soal menyatakan lain.

8. Pertimbangan khusus

Beberapa keadaan menggeser pertimbangan:

- **Anggaran terbatas:** harga dan total biaya mendominasi.
- **Waktu mendesak:** kecepatan dan ketersediaan stok mendominasi.
- **Risiko:** untuk barang mahal atau mudah rusak, garansi dan asuransi lebih penting.
- **Kebutuhan khusus:** kesehatan, alergi, atau keyakinan memberi syarat wajib.
- **Nilai pribadi:** produk lokal, ramah lingkungan, atau buatan rumah tangga bisa menjadi pertimbangan.

9. Biaya pemakaian dan masa pakai

Harga beli bukan satu-satunya biaya. Untuk barang yang dipakai lama, **biaya pemakaian**

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

dan **masa pakai** ikut menentukan apakah barang itu benar-benar hemat. Dua contoh sederhana:

- **Peralatan listrik:** dua lemari es berharga hampir sama, tetapi yang satu memakai listrik lebih boros sehingga tagihan bulanannya lebih besar. Dalam setahun, selisih tagihan itu bisa melampaui selisih harga beli.
- **Perlengkapan yang cepat rusak:** sepatu berharga Rp100.000 yang awet satu tahun lebih hemat daripada sepatu Rp60.000 yang hanya bertahan tiga bulan, karena biaya per bulannya Rp8.333 dibanding Rp20.000.

Cara membandingkannya: **total biaya selama masa pakai ÷ lama pemakaian = biaya per periode**. Bila soal menyebut daya tahan atau masa pakai, hitung biaya per bulan atau per tahun sebelum menyimpulkan bahwa yang murah di depan juga murah dalam jangka panjang.

10. Garansi, retur, dan layanan purna jual

Layanan sesudah pembelian adalah bagian dari nilai produk. Kamu perlu membedakan:

- **Garansi resmi pabrik:** jaminan dari pembuat produk, biasanya dapat diklaim di pusat layanan resmi dalam jangka waktu tertentu.
- **Garansi toko:** jaminan dari penjual, yang cakupan dan jangka waktunya ditentukan toko dan sering lebih pendek.
- **Retur:** hak mengembalikan barang yang rusak, tidak sesuai, atau salah kirim dalam batas waktu tertentu.
- **Layanan purna jual:** servis, suku cadang, dan bantuan pemakaian.

Bila tokoh menyebut "hanya mau garansi resmi minimal satu tahun", garansi toko yang lebih lama pun tidak memenuhi syarat itu. Kata kuncinya **resmi** dan **minimal**. Demikian pula bila tokoh menyebut harus bisa retur, toko yang tidak menerima retur gugur walaupun harganya paling murah.

11. Berhati-hati terhadap tampilan diskon

Diskon menarik perhatian, tetapi tidak selalu berarti hemat. Beberapa hal yang perlu diperiksa:

- **Harga coret yang tidak wajar.** Toko kadang menaikkan harga normal lebih dulu, lalu "mendiskon" ke harga yang sama dengan biasanya. Bandingkan dengan harga di toko lain.
- **Syarat tersembunyi:** minimal belanja, jumlah beli, hanya jenis tertentu, atau batas waktu.
- **Promo "beli lebih banyak":** hemat per satuan hanya bila kamu memang butuh jumlah itu. Barang kebutuhan harian tahan lama cocok dibeli banyak, tetapi barang cepat rusak atau kedaluwarsa tidak.
- **Biaya yang menyusul:** ongkos kirim, biaya layanan, atau biaya pembungkusan yang baru muncul di akhir.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Karena itu, pembeli yang teliti **selalu menghitung total bayar akhir** dan membandingkannya dengan alternatif, bukan hanya mengikuti angka diskon yang paling besar.

Catatan tambahan: membaca ulasan secara kritis

Ulasan pembeli lain adalah pertimbangan yang kuat, tetapi perlu dibaca dengan kritis. Perhatikan: **jumlah ulasan** (rating 4,9 dari lima ulasan kurang meyakinkan dibanding 4,6 dari seribu ulasan), **isi ulasan** (ulasan yang menyebut hal konkret seperti ukuran dan lama pakai lebih berguna daripada "bagus"), **keluhan yang berulang** (bila banyak yang menyebut hal yang sama, itu pola), dan **tanggapan penjual** terhadap ulasan buruk. Ulasan yang seragam, terlalu singkat, dan ditulis pada hari yang sama dapat menimbulkan kecurigaan. Karena ulasan hanya salah satu pertimbangan, pembeli tetap harus mencocokkannya dengan syarat dan kebutuhannya sendiri.

12. Kesalahan umum

- **Memilih yang paling murah** padahal gagal pada syarat wajib.
- **Membandingkan harga barang saja** tanpa ongkos kirim dan potongan.
- **Memakai voucher yang syaratnya tidak terpenuhi.**
- **Memilih diskon persen terbesar** padahal ada batas maksimum.
- **Menambah barang tidak dibutuhkan** demi memenuhi syarat voucher.
- **Membandingkan harga kemasan yang ukurannya berbeda** tanpa menghitung harga per satuan.
- **Membaca nilai gizi per kemasan** padahal syaratnya per sajian.

13. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Pertimbangan: harga, kualitas, merek, kesesuaian, layanan, kemudahan, label, ulasan.
- **Saring dengan syarat wajib dulu**, baru pilih yang terbaik menurut keinginan.
- Total biaya = harga barang + ongkos kirim + biaya tambahan − potongan.
- Harga per satuan = harga ÷ isi; kebutuhan jumlah tetap harus terpenuhi.
- Voucher: periksa syarat, hitung total bayar, pilih yang terkecil.
- Matriks berbobot: bobot × skor, jumlahkan, pilih tertinggi setelah gugur syarat wajib.
- Hitung biaya per periode untuk barang tahan lama; bedakan garansi resmi dari garansi toko; periksa syarat dan biaya tersembunyi pada diskon.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 4.28 di akhir bagian ini.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Saring syarat lalu hitung total biaya

Pak Dani akan membeli setrika yang sama secara daring dan membutuhkannya paling lambat tiga hari lagi. Ia hanya mau membeli dari toko yang menerima pengembalian barang dalam tujuh hari bila barang rusak, dan ingin total biaya paling kecil.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Toko	Harga	Ongkos kirim	Retur 7 hari	Tiba
A	Rp189.000	Rp18.000	ya	3 hari
B	Rp172.000	Rp25.000	tidak	2 hari
C	Rp180.000	Rp12.000	ya	4 hari
D	Rp195.000	gratis	ya	3 hari

Langkah.

1. **Saring syarat wajib.** B gugur (tidak menerima retur). C gugur (tiba 4 hari, lebih lambat dari 3 hari).
2. **Sisa:** A dan D.
3. **Total biaya:** A = 189.000 + 18.000 = Rp207.000. D = 195.000 + 0 = Rp195.000.
4. **Pilih yang paling kecil:** D (Rp195.000).

Jawaban: toko D. Toko B memang harga barangnya paling murah, tetapi gagal pada syarat retur.

Contoh 2 — Harga per satuan

Sebuah sekolah membutuhkan 800 sampai 1.000 lembar kertas dan ingin harga per lembar paling murah. Pilihannya: (a) satu rim 500 lembar Rp52.000; (b) paket dua rim 1.000 lembar Rp98.000; (c) eceran 100 lembar Rp11.500. Pilihan mana yang paling sesuai?

Langkah.

1. Kebutuhan jumlah: 800–1.000 lembar. Pilihan (a) hanya 500 lembar, kurang; membeli (a) dua kali sama dengan (b) tetapi lebih mahal. (c) eceran 100 lembar kurang jauh.
2. Harga per lembar: (a) 52.000 ÷ 500 = Rp104; (b) 98.000 ÷ 1.000 = **Rp98**; (c) 11.500 ÷ 100 = Rp115.
3. Yang memenuhi jumlah dan paling murah per lembar: (b).

Jawaban: paket dua rim (b), Rp98 per lembar dan memenuhi kebutuhan.

Contoh 3 — Matriks keputusan berbobot

Rina memilih satu toko daring untuk membeli printer. Semua toko menjual barang yang sama dan memenuhi syarat garansi. Bobot: harga 5, kecepatan tiba 3, ulasan penjual 4. Skor 1–5:

Toko	Harga (bobot 5)	Tiba (bobot 3)	Ulasan (bobot 4)
P	4	3	5
Q	5	2	3
R	3	5	4

Langkah.

1. P = 5 × 4 + 3 × 3 + 4 × 5 = 20 + 9 + 20 = **49**.
2. Q = 5 × 5 + 3 × 2 + 4 × 3 = 25 + 6 + 12 = **43**.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. R = 5 × 3 + 3 × 5 + 4 × 4 = 15 + 15 + 16 = **46**.
4. Tertinggi: P.

Jawaban: toko P (49). Bila bobot kecepatan jauh lebih besar, hasil bisa berubah, sehingga matriks harus memakai bobot yang sesuai keadaan pembeli.

❖ PETA KONSEP



Gambar 4.28 Peta konsep alasan dan pertimbangan konsumen memilih produk atau jasa. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal pertimbangan konsumen:

1. **Garis bawahi syarat wajib** (kata: hanya mau, harus, paling lambat, minimal, tidak lebih dari) dan **keinginan** (paling murah, paling hemat).
2. **Baca semua tulisan pada gambar atau tabel:** harga, ongkir, garansi, waktu, syarat voucher, nilai per sajian.
3. **Coret pilihan yang gagal pada syarat wajib.**
4. **Hitung** total biaya, harga per satuan, atau total bayar voucher untuk pilihan yang tersisa.
5. **Pilih yang paling sesuai keinginan.** Periksa lagi alasan di pilihan jawaban: alasan harus sesuai hitungan.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Pilihan termurah yang gagal syarat.**
- **Pilihan tercepat atau paling lengkap yang gagal pada biaya atau syarat lain.**
- **Alasan salah pada pilihan yang benar** (toko benar, alasan "tidak dikenai ongkos kirim" padahal justru itu yang benar, sedangkan lainnya menyebut alasan keliru).
- **Voucher dengan angka terbesar** padahal syarat tidak terpenuhi atau ada batas maksimum.
- **Menambah barang** demi memenuhi syarat voucher.
- **Harga promo** dianggap lebih murah tanpa menghitung per satuan.

> Contoh salah tafsir: seorang siswa menjawab bahwa toko yang harga barangnya paling murah adalah pilihan terbaik, "karena pembeli ingin yang paling hemat". Ia lupa bahwa toko itu hanya memberi garansi toko tiga bulan, sedangkan pembeli menyebut hanya mau garansi resmi satu tahun. Syarat wajib gugur lebih dulu, baru keinginan "paling hemat" dihitung di antara yang tersisa.

NEXT LEVEL STUDY

● BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut memuat label harga di rak toko swalayan dan pembeli yang memerlukan jumlah minimal dengan harga per mililiter yang paling murah. Garis bawahi syarat jumlah minimal, hitung harga per satuan pada tiap label, lalu tentukan pilihan yang memenuhi syarat dan paling murah.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Pada 20 Mei 2027 Bu Rina berbelanja di Toko Swalayan Mekar. Ia membutuhkan sedikitnya 1,5 liter deterjen cair untuk sebulan dan tidak keberatan membeli lebih banyak. Ia ingin harga per mililiter yang paling murah. Bu Rina bukan member toko itu dan masih punya botol kosong untuk diisi ulang. Gambar menunjukkan label harga di rak.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pilihan yang paling sesuai dengan pertimbangan Bu Rina adalah ....

Label harga di rak deterjen cair — Toko Swalayan Mekar (Mei 2027)



A. Dua botol 800 ml dengan harga promo beli dua
B. Satu kemasan isi ulang 2 liter dengan harga yang tertera
C. Satu botol 1,6 liter dengan harga setelah diskon
D. Satu botol 800 ml karena total bayarnya paling kecil
E. Satu botol 1,6 liter ditambah satu botol 800 ml

Pembahasan **Kunci: A**

Konsep: Konsumen yang rasional membandingkan harga per satuan (misalnya per 100 ml), bukan total harga, dan memeriksa syarat promo: masa berlaku dan siapa yang berhak.

Langkah:
1. Syarat: 20 Mei 2027, bukan member, butuh ≥ 1,5 liter.
2. Dua botol 800 ml (promo masih berlaku): Rp44.000 ÷ 1.600 ml = Rp2.750 per 100 ml.
3. Botol 1,6 liter: diskon berakhir 15 Mei → Rp45.600 ÷ 1.600 ml = Rp2.850 per 100 ml.
4. Isi ulang 2 liter tanpa kartu member: Rp58.000 ÷ 2.000 ml = Rp2.900 per 100 ml.
5. Cek ulang: Rp2.750 < Rp2.850 < Rp2.900 → dua botol 800 ml paling murah.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✓ Rp2.750 per 100 ml, paling murah di antara pilihan yang berlaku bagi Bu Rina, dan 1,6 liter mencukupi kebutuhan.
• **B.** ✗ Jebakan: dengan harga member (Rp2.600 per 100 ml) isi ulang memang paling murah, tetapi Bu Rina bukan member sehingga ia membayar Rp58.000 (Rp2.900 per 100 ml).
• **C.** ✗ Jebakan: diskon 10% sudah berakhir 15 Mei; tanpa diskon harganya Rp2.850 per 100 ml.
• **D.** ✗ Total bayarnya memang paling kecil, tetapi 800 ml tidak mencukupi kebutuhan 1,5 liter dan harganya Rp3.000 per 100 ml.
• **E.** ✗ Rp45.600 + Rp24.000 = Rp69.600 untuk 2,4 liter → Rp2.900 per 100 ml, lebih mahal daripada promo beli dua.

Jawaban: A.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

✎ LATIHAN

Tulis syarat wajib dan keinginan tokoh lebih dulu. Coret pilihan yang gagal, lalu hitung yang tersisa.

1. Bu Fitri akan membeli rice cooker tipe yang sama secara daring untuk acara keluarga pada Agustus 2027, sehingga barang harus tiba paling lambat 5 hari setelah dipesan. Ia hanya mau membeli produk bergaransi resmi pabrik minimal satu tahun dan ingin total biaya (harga + ongkos kirim) paling murah.

Toko	Harga	Ongkos kirim	Garansi	Perkiraan tiba
Makmur	Rp389.000	Rp25.000	resmi 1 tahun	3 hari
Prima	Rp365.000	Rp40.000	toko 3 bulan	2 hari
Cahaya	Rp375.000	Rp20.000	resmi 1 tahun	6 hari
Sentosa	Rp379.000	Rp30.000	resmi 1 tahun	5 hari
Abadi	Rp399.000	gratis	resmi 1 tahun	4 hari

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Toko yang paling sesuai dengan pertimbangan Bu Fitri adalah ....

A. Prima, karena harga barangnya paling murah
B. Cahaya, karena total biayanya paling murah
C. Makmur, karena paling cepat tiba bergaransi
D. Sentosa, karena tiba tepat waktu bergaransi
E. Abadi, karena tidak dikenai ongkos kirim

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Dina akan membeli sepasang sepatu seharga Rp180.000 di sebuah toko daring pada Juni 2027. Ongkos kirim ke rumahnya Rp18.000. Ia hanya membutuhkan sepatu itu, tidak ingin menambah barang lain, dan ingin total bayar yang paling kecil. Gambar menunjukkan voucher yang tersedia di halaman pembayaran.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pilihan yang paling sesuai dengan pertimbangan Dina adalah ....



A. Memakai voucher potongan Rp25.000 karena nilainya terbesar
B. Memakai voucher diskon 10% sehingga total bayarnya Rp180.000
C. Memakai voucher gratis ongkos kirim agar tidak membayar ongkir
D. Menambah barang Rp70.000 agar dapat memakai potongan Rp25.000
E. Tidak memakai voucher karena tidak ada syarat yang terpenuhi

Kunci singkat: 1. E 2. B

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa pilihan yang harganya paling murah bisa gugur sebelum dihitung?
- Hitung total bayar: barang Rp150.000, ongkir Rp12.000, voucher potongan Rp10.000.
- **Yang harus kuingat:** saring syarat wajib lebih dulu; hitung total biaya atau harga per satuan; periksa syarat dan batas voucher.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 4.6: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.
next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-4.6

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Kuis Akhir Bab 4

SMKPEM-KB4

Jumlah soal: 25 **Waktu anjuran:** 60 menit

Kerjakan sendiri dan berwaktu. Setelah selesai, cocokkan dengan kunci di Bagian D, isi tabel skor, lalu lihat anjuran di bawahnya.

Kerjakan Kuis Bab 4 di LMS

Skor dan progresmu tersimpan di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-KB4

1. Bu Tari menerima pinjaman kerja Rp12 juta dan hanya dapat memilih satu dari tiga pilihan. Perkiraan laba setiap bulan:

Pilihan	Laba per bulan
A. Membeli mesin jahit	Rp1.500.000
B. Menyewa kios dan menjual kain	Rp1.100.000
C. Menyimpan di koperasi	Rp300.000

Bu Tari memilih pilihan A.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Biaya peluang pilihan Bu Tari adalah ....

A. Rp1.100.000 per bulan, laba dari pilihan B yang dilepas
B. Rp12.000.000, yaitu seluruh pinjaman yang digunakan untuk membeli mesin
C. Rp1.500.000 per bulan, yaitu laba dari mesin jahit yang dipilih
D. Rp1.400.000 per bulan, yaitu jumlah laba pilihan B dan pilihan C
E. Rp300.000 per bulan, yaitu laba dari pilihan yang paling kecil

2. Harga tepung naik sehingga biaya satu roti di toko roti Hangat Pagi menjadi Rp4.000. Pemilik membandingkan dua langkah:

Langkah	Harga jual per roti	Roti terjual per hari
Harga tetap	Rp5.000	200
Harga naik	Rp5.500	170

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Langkah yang menghasilkan laba harian lebih besar dan alasannya adalah ....

A. harga naik, karena laba harian Rp255.000, lebih besar daripada Rp200.000
B. harga tetap, karena roti yang terjual lebih banyak daripada langkah lainnya
C. harga tetap, karena pendapatan hariannya Rp1.000.000, lebih besar daripada Rp935.000
D. keduanya sama, karena biaya per roti tetap Rp4.000 pada kedua langkah
E. tidak dapat ditentukan, karena jumlah pembeli pada masa depan belum diketahui

3. Usaha sambal botolan Dapur Bu Sari ingin menitipkan produknya di beberapa minimarket. Minimarket meminta nomor izin edar makanan kemasan (PIRT) yang belum dimiliki Bu Sari.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Dampak aturan itu bagi pemasaran usaha tersebut dan tindakan yang tepat adalah ....

A. aturan itu merugikan; Bu Sari mencari minimarket yang tidak menanyakan izin
B. aturan itu tidak berpengaruh; Bu Sari cukup memperbanyak iklan produknya
C. penjualan tidak terhambat; Bu Sari mencantumkan nomor izin milik usaha lain
D. penjualan lewat minimarket terhambat; Bu Sari mengurus izin PIRT lebih dulu
E. penjualan terhambat; Bu Sari berhenti memasarkan produk dalam bentuk botolan

4. Pak Anto memiliki toko alat tulis. Ia menjual alat tulis kepada pelanggan, membeli beras untuk keluarganya di warung, membayar pajak usaha, dan menggaji dua karyawan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang peran dalam kasus tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Saat membeli beras untuk keluarga, Pak Anto berperan sebagai produsen.
☐ B. Saat menjual alat tulis, Pak Anto berperan sebagai perusahaan.
☐ C. Saat membayar pajak usaha, toko mengalirkan uang kepada pemerintah.
☐ D. Karyawan yang menerima gaji berperan sebagai pemerintah.
☐ E. Satu orang tidak mungkin berperan lebih dari satu pelaku ekonomi.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

5. Pak Dedi memiliki bengkel motor kecil dan uang Rp3 juta. Kompresor angin bengkelnya rusak sehingga ia tidak dapat mengisi ban pelanggan. Ia juga ingin mengecat ulang dinding bengkel dengan warna cerah agar tampak lebih menarik.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang kebutuhan dan keinginan Pak Dedi adalah ....

A. mengganti kompresor dan mengecat dinding sama-sama kebutuhan usaha yang mendesak
B. mengganti kompresor dan mengecat dinding sama-sama keinginan yang dapat ditunda
C. mengganti kompresor adalah kebutuhan usaha, mengecat dinding adalah keinginan
D. mengganti kompresor adalah keinginan, mengecat dinding adalah kebutuhan usaha
E. keduanya kebutuhan karena sama-sama dibayar dari uang usaha bengkel

6. Di sebuah pasar baru hanya tersedia satu kios di pintu masuk, sedangkan lima pedagang menginginkannya. Pedagang kue Laras memperoleh kios itu dan melepaskan tawaran sewa kios yang lebih murah di lorong dalam.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Kios pintu masuk tidak langka karena Laras berhasil mendapatkannya.	○	○
Kios pintu masuk langka karena jumlahnya terbatas dibandingkan jumlah pedagang yang menginginkannya.	○	○
Biaya peluang Laras adalah manfaat dari kios lorong dalam yang ia lepaskan.	○	○

7. Toko sepeda Roda Kita memesan spanduk di tiga percetakan. Perkiraan biaya dan jumlah pesanan yang terjaring:

Percetakan	Biaya	Perkiraan pesanan
A	Rp400.000	80
B	Rp250.000	75
C	Rp600.000	90

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat berdasarkan prinsip ekonomi adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Percetakan B memiliki biaya per pesanan terendah, sekitar Rp3.300.
☐ B. Percetakan C paling sesuai karena menjaring pesanan terbanyak.
☐ C. Percetakan A paling sesuai karena biaya dan hasilnya berada di tengah.
☐ D. Percetakan C memiliki biaya per pesanan tertinggi, sekitar Rp6.700.
☐ E. Prinsip ekonomi berarti memilih biaya yang paling kecil tanpa memperhatikan hasil.

8. Pendapatan banyak keluarga di sekitar sebuah toko perlengkapan rumah turun sehingga mereka mengurangi belanja. Perhatikan diagram arus antara rumah tangga dan perusahaan pada gambar.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Arus yang langsung berkurang dan akibatnya bagi toko adalah ....

Arus antara Rumah Tangga dan Perusahaan

Diagram sederhana dua pelaku ekonomi. Angka menandai arus.



A. arus 1, sehingga toko kekurangan tenaga kerja untuk melayani pembeli
B. arus 3, sehingga pendapatan toko dari penjualan menurun
C. arus 2, karena toko lebih dulu mengurangi upah yang diberikan kepada rumah tangga
D. arus 4, karena toko mengurangi barang sehingga belanja rumah tangga justru naik
E. arus 3, sehingga toko dapat menambah pegawai karena pendapatannya bertambah

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

9. Bu Wati bekerja sebagai pramuniaga di toko kain Sinar Warna dan menerima gaji setiap bulan. Gaji itu ia belanjakan untuk kebutuhan keluarga, termasuk membeli beras di toko lain.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Gaji yang diterima Bu Wati dalam arus ekonomi merupakan ....

A. pajak yang dibayarkan toko kepada pemerintah atas penjualan kain
B. pembayaran rumah tangga untuk barang yang dibeli dari perusahaan
C. subsidi dari pemerintah untuk meringankan kebutuhan hidup keluarga
D. arus barang dari perusahaan ke rumah tangga yang membutuhkannya
E. balas jasa dari perusahaan atas tenaga kerja rumah tangga

10. Bu Lina (45 tahun) adalah manajer kantor yang setiap hari menempuh perjalanan macet 90 menit. Ia membeli sepeda listrik karena ingin menghemat waktu perjalanan dan penghasilannya memungkinkan. Rekan kantornya menyarankan membeli sepeda motor, tetapi Bu Lina tidak terpengaruh. Ia juga tidak peduli pada merek.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Faktor yang paling menentukan keputusan Bu Lina adalah ....

A. sosial, karena rekan kantor ikut menyarankan kendaraan yang akan dibeli
B. psikologis, karena Bu Lina yakin merek tertentu memiliki mutu terbaik
C. budaya, karena sebagian besar warga kota besar terbiasa naik kendaraan
D. sosial, karena keluarga Bu Lina turut memutuskan jenis kendaraannya
E. pribadi, yaitu pekerjaan, penghasilan, dan kebutuhan perjalanannya

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

11. Tiara alergi kacang tanah. Pada 10 November 2026 ia memilih camilan untuk perjalanan dan menemukan label keripik pada gambar.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pertimbangan yang paling tepat bagi Tiara adalah ....

Label Kemasan Camilan

Label rekaan untuk latihan soal.

KERIPIK SINGKONG BALADO "RENYAH"

Netto: 150 g

Komposisi:
singkong, minyak nabati, cabai, gula, garam, bawang putih, penguat rasa.

Informasi alergen:
Diproduksi di fasilitas yang juga mengolah kacang tanah dan kedelai.

Izin edar:
P-IRT No. 1234567 (nomor rekaan).

Baik digunakan sebelum:
15-12-2026

A. membeli, karena komposisi tidak mencantumkan kacang tanah sebagai bahan
B. membeli, karena nomor PIRT menjamin produk aman bagi penderita alergi
C. tidak membeli, karena tanggal kedaluwarsa pada label sudah terlewat
D. membeli, karena jumlah kacang tanah pada produk pasti sangat sedikit
E. tidak membeli, karena fasilitasnya juga mengolah kacang tanah

12. Sejak tadi malam, kompor di rumah Bu Ratih rusak dan tidak dapat dipakai. Pagi ini ia berkata kepada suaminya, "Kita harus segera membeli kompor baru."
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tahap proses keputusan pembelian yang sedang dialami Bu Ratih adalah ....

A. pengenalan kebutuhan
B. pencarian informasi
C. evaluasi alternatif
D. keputusan membeli
E. perilaku pascapembelian

13. Rendra membeli meja belajar lipat dan membutuhkannya sebelum ujian lusa. Toko A (daring): harga Rp420.000, ongkos kirim Rp60.000, tiba dalam 5 hari, dirakit sendiri. Toko B (toko fisik): harga Rp470.000, antar gratis, tiba besok, sudah terpasang.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Pernyataan yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Total biaya Toko A sebesar Rp480.000, lebih besar daripada Toko B sebesar Rp470.000.
☐ B. Toko A paling murah karena harga barangnya Rp420.000 sehingga pasti dipilih.
☐ C. Toko B memiliki total biaya lebih besar karena harga barangnya lebih tinggi.
☐ D. Waktu tidak perlu dipertimbangkan karena yang penting hanya total biaya.
☐ E. Toko B lebih sesuai karena total biayanya lebih rendah dan barang tiba sebelum ujian.

14. Seorang pembeli meja lipat di toko daring memberi ulasan dua bintang: "Mejanya bagus, tetapi satu kakinya goyang dan pengirimannya lambat."
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan penjual yang paling tepat adalah ....

A. menghapus ulasan itu agar peringkat toko tetap tinggi
B. menghubungi pembeli, menawarkan perbaikan, dan membalas ulasan sopan
C. membalas bahwa pembeli salah memasang meja tanpa memeriksa keluhannya
D. mengabaikan ulasan karena transaksinya sudah selesai dan dibayar
E. menawarkan diskon pembelian berikutnya tanpa menanggapi keluhan kaki meja

15. Toko Buku Cakrawala menetapkan target 120 buku terjual per bulan. Kepala toko menyusun jadwal piket dan membagi tugas pegawai. Pada akhir bulan ia membandingkan penjualan nyata sebanyak 95 buku dengan target tersebut.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Menetapkan target 120 buku per bulan adalah fungsi pengawasan.
☐ B. Memberi motivasi dan arahan saat pegawai melayani pembeli adalah fungsi perencanaan.
☐ C. Membandingkan penjualan nyata 95 buku dengan target 120 buku adalah fungsi pengawasan.
☐ D. Menyusun jadwal piket dan membagi tugas adalah fungsi pelaksanaan.
☐ E. Menyusun jadwal piket dan membagi tugas adalah fungsi pengorganisasian.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

16. Ayu memerlukan tablet untuk tugas desain dengan syarat: harga paling tinggi Rp2.500.000, garansi paling sedikit 1 tahun, dan penyimpanan paling sedikit 128 GB.

Toko	Harga	Garansi	Penyimpanan
A	Rp2.300.000	6 bulan	128 GB
B	Rp2.450.000	1 tahun	64 GB
C	Rp2.480.000	1 tahun	128 GB
D	Rp2.700.000	2 tahun	256 GB

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pilihan yang memenuhi semua syarat Ayu adalah ....

A. Toko A, karena harganya paling murah di antara keempat toko
B. Toko B, karena garansinya 1 tahun dan harganya di bawah batas
C. Toko D, karena garansinya paling lama dan penyimpanannya paling besar
D. Toko C, karena memenuhi harga, garansi, dan penyimpanan
E. tidak ada toko yang memenuhi semua syarat yang ditetapkan Ayu

17. Lima pembeli di sebuah pusat perbelanjaan memiliki alasan sebagai berikut.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pasangan perilaku dan faktor yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Siswa membeli sepatu bermerek karena ibunya menyarankan merek itu: faktor psikologis.
☐ B. Pekerja lapangan memilih sepatu tahan air karena pekerjaannya menuntut itu: faktor pribadi.
☐ C. Keluarga tidak membeli daging tertentu karena keyakinan agama mereka: faktor psikologis.
☐ D. Pembeli ragu membeli makanan ringan karena mengira kemasan yang sederhana berarti mutu rendah: faktor sosial.
☐ E. Pembeli membeli kamera setelah yakin bahwa mutunya baik dan merasa tertarik: faktor psikologis.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

18. Kepala toko Sumber Jaya membagi pegawainya ke dalam bagian kasir, gudang, dan pramuniaga. Ia juga menetapkan siapa yang melapor kepada siapa dan apa tugas masing-masing.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Fungsi manajemen yang dilakukan kepala toko adalah ....

A. perencanaan
B. pengorganisasian
C. pelaksanaan
D. pengawasan
E. evaluasi akhir tahun

19. Toko pakaian Mode Kita sering kehabisan ukuran populer, sementara ukuran lain menumpuk. Pemilik tidak pernah menetapkan target penjualan bulanan dan membeli barang berdasarkan perkiraan sendiri tanpa melihat data penjualan. Tugas pegawai sudah jelas, pelaksanaan harian berjalan, dan stok diperiksa setiap minggu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Fungsi manajemen yang paling lemah dan perbaikan yang tepat adalah ....

A. pengorganisasian; menambah satu pegawai gudang agar stok lebih tertata
B. pengawasan; memeriksa stok setiap hari, bukan setiap minggu
C. perencanaan; menetapkan target dan rencana pembelian dari data penjualan
D. pelaksanaan; memberi bonus bagi pegawai yang menjual paling banyak
E. perencanaan; menambah pegawai penjualan agar ukuran populer lebih cepat terjual

20. Pak Ali memesan hadiah ulang tahun cucunya, bernilai Rp250.000, yang harus tiba lusa. Kurir reguler berbiaya Rp15.000 dengan estimasi 5 hari. Kurir ekspres berbiaya Rp40.000 dengan estimasi 1 hari.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Kurir reguler lebih tepat karena biayanya selalu paling rendah.
☐ B. Kurir ekspres lebih sesuai karena waktu menjadi syarat utama pembelian ini.
☐ C. Kurir ekspres selalu lebih baik, apa pun kebutuhan pembeli.
☐ D. Tambahan biaya Rp25.000 sebanding dengan risiko hadiah terlambat.
☐ E. Pertimbangan waktu tidak berlaku untuk hadiah ulang tahun.

21. Empat cuplikan dari satu pembeli sepatu kerja:

A. "Sepatu kerja saya jebol, harus ganti."
B. "Saya lihat dulu di toko daring dan tanya teman."
C. "Merek X lebih ringan, tetapi merek Y lebih murah dan garansinya lebih lama."
D. "Saya ambil merek Y, bayar di kasir sekarang."

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pasangan cuplikan dan tahap yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Cuplikan A menunjukkan tahap pengenalan kebutuhan.
☐ B. Cuplikan B menunjukkan tahap evaluasi alternatif.
☐ C. Cuplikan C menunjukkan tahap evaluasi alternatif.
☐ D. Cuplikan D menunjukkan tahap keputusan membeli.
☐ E. Cuplikan D menunjukkan tahap perilaku pascapembelian.

22. Toko pakaian muslim Syarifah memperhatikan bahwa menjelang hari raya penjualannya naik. Banyak pembeli membeli pakaian baru karena sudah menjadi kebiasaan, banyak yang menunggu bonus gaji dahulu, dan banyak pula yang datang bersama keluarga yang ikut memilihkan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Kebiasaan membeli pakaian baru menjelang hari raya dipengaruhi faktor budaya.	○	○
Pembeli yang menunggu bonus gaji untuk berbelanja menunjukkan pengaruh faktor pribadi, yaitu penghasilan.	○	○
Anggota keluarga yang ikut memilihkan pakaian adalah pengaruh faktor psikologis.	○	○

23. Dimas tidak pernah mendaki, tetapi setelah bergabung dengan komunitas pendaki di sekolah ia membeli jaket gunung bermerek sama seperti milik ketua komunitas karena ketua itu menyarankannya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Faktor yang paling memengaruhi keputusan Dimas adalah ....

A. budaya, karena mengikuti kebiasaan masyarakat tempat tinggalnya
B. pribadi, karena usia dan pekerjaannya menuntut jaket tersebut
C. psikologis, karena Dimas yakin bahwa merek itu paling bagus
D. sosial, karena dipengaruhi kelompok acuan di sekolah
E. budaya, karena jaket gunung sudah lama dikenal di Indonesia

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

24. Dalam model ekonomi dengan tiga pelaku, toko mebel Kayu Indah membayar pajak, pemerintah membangun jalan dan menyediakan layanan umum, dan keluarga pekerja menerima upah.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Pajak yang dibayar toko mebel merupakan arus uang dari perusahaan ke pemerintah.	○	○
Pembangunan jalan oleh pemerintah merupakan arus uang dari rumah tangga ke pemerintah.	○	○
Pemerintah juga dapat menyalurkan uang kepada perusahaan, misalnya dalam bentuk subsidi.	○	○

25. Di toko elektronik, seorang pembeli membandingkan dua merek setrika berdasarkan daya, harga, dan garansi. Ia sudah menanyakan kedua merek tetapi belum memutuskan mana yang dibeli.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan pramuniaga yang paling tepat adalah ....

A. Mendesak pembeli membeli sekarang karena stok yang tersedia tinggal satu
B. Menyodorkan satu merek saja dan menyembunyikan informasi merek lainnya
C. Menjelaskan perbedaan daya, harga, dan garansi sesuai kebutuhan pembeli
D. Menawarkan setrika ketiga yang jauh lebih mahal tanpa menanyakan kebutuhan
E. Meninggalkan pembeli sendirian agar tidak merasa diawasi oleh pramuniaga

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Tabel skor dan anjuran

Sub bab / subtopik	Nomor soal	Benar	Jika kurang separuh benar
Sub bab 4.1 · Masalah ekonomi: kelangkaan, kebutuhan, dan pilihan	1, 5, 6, 7	___ / 4	Ulangi hlm. 198
Sub bab 4.2 · Pelaku ekonomi dan arus barang, jasa, dan uang	2, 3, 4, 8, 9, 24	___ / 6	Ulangi hlm. 210
Sub bab 4.3 · Fungsi manajemen dalam kegiatan usaha	15, 18, 19	___ / 3	Ulangi hlm. 223
Sub bab 4.4 · Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen	10, 17, 22, 23	___ / 4	Ulangi hlm. 235
Sub bab 4.5 · Tahapan proses keputusan pembelian	12, 14, 21, 25	___ / 4	Ulangi hlm. 247
Sub bab 4.6 · Alasan dan pertimbangan konsumen memilih produk atau jasa	11, 13, 16, 20	___ / 4	Ulangi hlm. 260

Skor 70 % atau lebih: lanjut ke bab berikutnya. Skor 50–69 %: ulangi sub bab pada tabel yang kurang dari separuh benar. Skor di bawah 50 %: baca ulang bab ini dari awal. (Angka ini anjuran belajar, bukan prediksi nilai TKA.)

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Bab 5 · Komunikasi Pemasaran

SMKPEM-B5

Setelah mempelajari bab ini, kamu dapat:

- mengenali sinyal calon pelanggan dan menyusun buyer persona
- memilih bahasa pemasaran yang sesuai persona dan menerapkan AIDA
- menilai efektivitas komunikasi dan promosi dari data
- menerapkan pelayanan prima dan menanggapi keberatan pelanggan

Peta bab

Sub bab	Judul
5.1	Sinyal calon pelanggan dan buyer persona
5.2	Bahasa pemasaran, AIDA, dan efektivitas komunikasi
5.3	Pelayanan prima dan menghadapi keberatan pelanggan

Bab 5 di LMS

Buka seluruh latihan bab ini di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-B5

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 5.1 · Sinyal calon pelanggan dan buyer persona

SMKPEM-5.1

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **menerapkan prinsip komunikasi pemasaran** dengan batasan **buyer persona sebagai gambaran pelanggan umum**. Peta Topik memecahnya menjadi dua subtopik, yaitu **sinyal-sinyal calon pelanggan** dan **buyer persona sebagai gambaran karakteristik pelanggan**. Pada soal, keduanya muncul dalam tiga bentuk. Pertama, **memilih perilaku atau pesan yang merupakan sinyal membeli** (biasanya soal memilih beberapa jawaban). Kedua, **merumuskan buyer persona** dari data pembeli atau hasil wawancara. Ketiga, **memilih rencana promosi yang sesuai dengan persona**: isi, waktu, dan saluran yang cocok. Contoh resmi pada halaman kisi-kisi memuat soal brand tas kerja yang bahasa promosinya tidak sesuai dengan persona perempuan profesional.

Jebakan khas: pilihan yang menyebut "semua orang" sebagai persona, persona yang hanya berisi keinginan pemilik, serta rencana promosi yang hanya cocok sebagian dengan persona (misalnya isinya benar tetapi waktu atau salurannya salah). Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- membedakan perilaku calon pelanggan yang menandakan siap membeli dari yang belum siap;
- menanggapi sinyal membeli dengan tindakan yang tepat saat toko ramai;
- menyusun buyer persona yang spesifik dari data pelanggan;
- memilih bahasa, waktu, saluran, dan penawaran yang sesuai persona.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Sinyal calon pelanggan

Tidak semua orang yang masuk toko atau menulis pesan berniat membeli hari itu. Sebagian hanya melihat-lihat, sebagian mencari informasi, dan sebagian sudah siap membayar. Pramuniaga yang cermat dapat membedakannya dari **sinyal**, yaitu tanda yang ditunjukkan lewat ucapan atau perilaku. Mengenali sinyal membuat pelayanan lebih tepat, terutama ketika toko ramai dan tenaga terbatas.

Sinyal membeli adalah tanda bahwa calon pelanggan **siap atau hampir siap membeli**. Sinyal itu berupa pertanyaan atau tindakan yang berkaitan dengan **detail pembelian**, bukan sekadar pujian atau rasa ingin tahu umum.

Sinyal lewat ucapan atau pesan:

- menanyakan **ketersediaan** ("ukuran 42 masih ada?", "warnanya ada yang biru?");
- menanyakan **cara bayar**, cicilan, atau tempat bayar;
- menanyakan **pengiriman**: kapan sampai, berapa ongkos kirim, bisa diantar;
- menanyakan **garansi**, retur, atau layanan setelah membeli;
- menanyakan **tukar tambah**, potongan, atau paket;
- meminta **dibungkus**, dicatat, atau disimpan.

Sinyal lewat perilaku:

- memegang, mencoba, atau memeriksa barang dengan teliti;
- **kembali** ke produk yang sama, atau membawa produk itu berkeliling;
- membuka dompet atau menghitung uang;
- berdiskusi dengan pasangan atau teman tentang satu produk tertentu;
- memperhatikan label, ukuran, atau tanggal kedaluwarsa.

Bukan sinyal membeli (belum siap atau menolak):

- "lihat-lihat dulu", "cuma tanya-tanya";
- mengambil brosur lalu segera pergi;
- hanya memuji ("fotonya bagus") tanpa menanyakan detail pembelian;
- menanyakan hal yang tidak berkaitan dengan pembelian;
- menjauh saat disapa.

Gambar 5.1 membandingkan dua jenis perilaku itu.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan



Gambar 5.1 Contoh ucapan dan perilaku yang menandakan siap membeli dibandingkan dengan yang belum menandakan. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Pembeda utama: sinyal membeli membahas **detail yang hanya perlu diketahui orang yang akan membeli**: ketersediaan, cara bayar, pengiriman, garansi, tukar tambah. Pujian dan "tanya-tanya" bersifat umum.

2. Menanggapi sinyal

Setelah mengenali sinyal, tanggapan yang tepat bergantung pada keadaan.

- **Saat toko ramai dan tenaga terbatas, dahulukan yang bersinyal membeli.** Pelanggan yang siap membayar sebaiknya dilayani lebih dulu, sambil tetap menyapa pengunjung lain dengan sopan, misalnya dengan "silakan lihat-lihat, nanti kami bantu".
- **Jawab dengan tepat dan cepat** pertanyaan yang diajukan, lalu **bantu menyelesaikan pembelian**: pastikan stok, jelaskan cara bayar dan pengiriman, sebutkan garansi.
- **Jangan memaksa** orang yang belum menunjukkan sinyal. Beri informasi, tinggalkan kontak, dan persilakan kembali.
- **Jangan mengabaikan** pengunjung lain. Semua pelanggan berhak disapa.
- **Pada pesan daring,** balas lebih dulu pesan yang memuat sinyal membeli, tanpa melupakan yang lain.

Perhatikan bahwa **mengenali sinyal bukan membenarkan pengabaian**. Tujuannya mengatur urutan layanan, bukan memilih siapa yang layak dilayani.

3. Apa itu buyer persona?

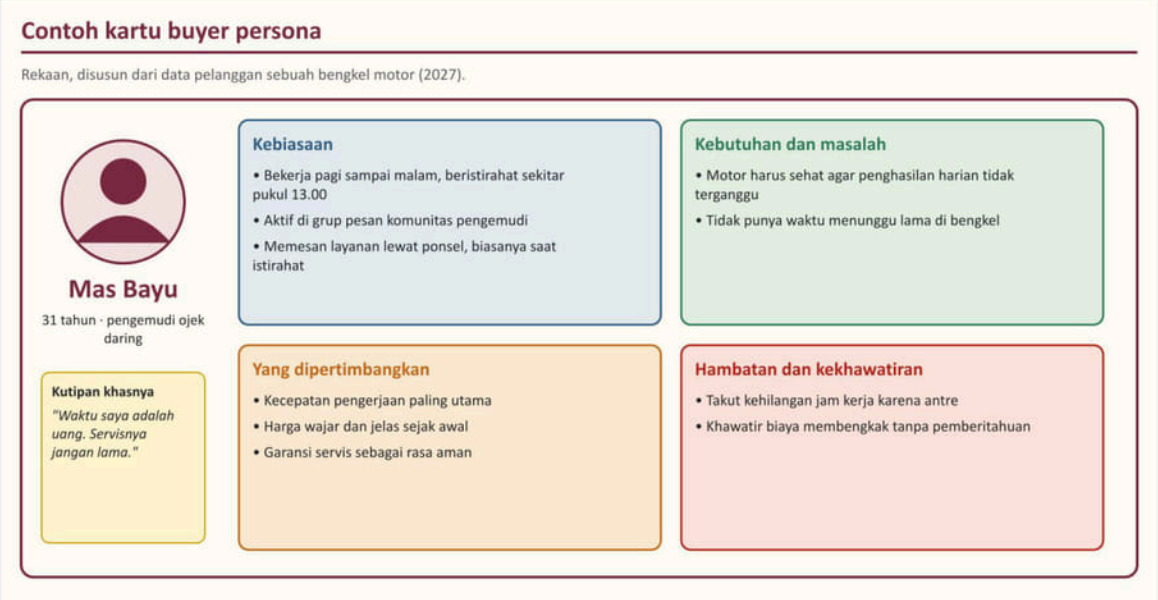
Buyer persona adalah **gambaran fiktif seorang pelanggan ideal yang disusun dari data pelanggan nyata**. Persona memiliki nama rekaan, usia, pekerjaan, kebiasaan, kebutuhan, dan pertimbangan, sehingga pemasar dapat membayangkan "siapa yang diajak bicara" ketika merancang produk, bahasa, dan promosi. Persona bukan orang sebenarnya, tetapi ia mewakili sekelompok pelanggan yang serupa.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Persona berbeda dari **segmen** (sub bab 1.1). Segmen adalah **kelompok** ("mahasiswa usia 19–23 tahun"). Persona adalah **satu orang rekaan yang mewakili segmen itu** ("Dimas, 21 tahun, mahasiswa, berbelanja malam lewat ponsel"). Persona lebih hidup dan lebih rinci, sehingga memudahkan keputusan.

4. Unsur buyer persona

Gambar 5.2 menunjukkan contoh kartu persona beserta unsur-unsurnya.



Gambar 5.2 Kartu buyer persona rekaan beserta unsur-unsurnya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Unsur yang lazim:

1. **Nama rekaan dan usia.**
2. **Pekerjaan dan keadaan hidup** (penghasilan kasar, status, tempat tinggal).
3. **Kebiasaan dan waktu aktif**: kapan ia berbelanja, di mana, memakai perangkat atau media apa.
4. **Kebutuhan dan masalah** yang ingin diatasi.
5. **Hal yang dipertimbangkan** saat memilih (harga, mutu, kecepatan, bahan).
6. **Hambatan dan kekhawatiran** (takut tidak awet, takut terlambat).
7. **Kutipan khas** atau cara ia berbicara.

5. Menyusun persona yang baik

Alur penyusunannya diperlihatkan pada Gambar 5.3.



Gambar 5.3 Alur dari data pelanggan nyata ke persona, lalu ke keputusan isi, waktu, dan saluran promosi. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Kumpulkan data pelanggan nyata:** catatan penjualan, wawancara, angket, percakapan dengan pembeli (sub bab 1.4).
2. **Cari pola:** usia berapa yang paling banyak, kapan mereka berbelanja, apa yang mereka tanyakan, apa keluhan mereka.
3. **Rumuskan satu persona** yang mewakili pola itu, lengkap dengan unsur di atas.
4. **Uji dengan data:** apakah persona itu cocok dengan sebagian besar pelanggan?
5. **Pakai dan perbarui** secara berkala.

Syarat persona yang baik:

- **Berdasarkan data pelanggan nyata,** bukan keinginan atau anggapan pemilik.
- **Spesifik:** satu orang rekaan dengan ciri yang jelas, bukan "setiap orang yang membutuhkan alat tulis".
- **Memuat kebiasaan dan pertimbangan** yang berguna untuk keputusan pemasaran, seperti waktu dan media.
- **Tidak terlalu sempit sehingga hanya mewakili beberapa orang,** dan tidak terlalu luas sehingga tidak berguna.

Persona yang lemah: "semua orang yang membutuhkan produk kita", persona yang dibuat dari pelanggan yang paling menguntungkan menurut pemilik padahal bukan pelanggan terbanyak, atau persona yang hanya berisi data demografis (usia dan lokasi) tanpa kebiasaan dan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

kebutuhan.

6. Memakai persona untuk keputusan promosi

Persona membantu memilih **empat hal**: isi pesan, bahasa, waktu, dan saluran. Rencana promosi yang tepat **cocok dengan persona pada semua empat hal itu**.

Unsur persona	Keputusan promosi
Kebutuhan dan pertimbangan	**isi dan penawaran**: apa yang ditonjolkan (mutu bahan, kecepatan, harga)
Cara berbicara dan nilai	**bahasa dan nada**: santai atau sopan, singkat atau rinci
Kebiasaan waktu	**waktu**: kapan promosi dikirim atau barang dikirim
Kebiasaan media	**saluran**: grup pesan, media sosial tertentu, media cetak, tatap muka

Bila persona seorang pengemudi ojek daring yang beristirahat sekitar pukul 13.00 dan aktif di grup komunitas pengemudi, rencana promosi bengkel yang paling sesuai menonjolkan hal yang ia pertimbangkan (servis cepat dan jelas), memakai saluran grup komunitas itu, dan dikirim pada jam ia sempat membaca. Rencana yang menonjolkan hal yang tepat tetapi dikirim lewat saluran yang tidak ia pakai, atau di jam ketika ia sedang mengemudi, **tidak sepenuhnya sesuai**.

Cara menguji pilihan rencana: periksa **empat hal** satu per satu terhadap persona. Pilihan yang benar sempurna pada semuanya. Pengecoh umumnya benar pada tiga hal tetapi salah pada satu.

7. Persona dan bahasa pemasaran

Persona juga menentukan bahasa promosi. Merek yang menargetkan perempuan profesional berusia 25–35 tahun, misalnya, sebaiknya memakai bahasa yang elegan dan profesional, bukan seruan "diskon besar-besaran, murah untuk semua kalangan" yang tidak mencerminkan citra produk. Kesesuaian bahasa dengan persona dibahas lebih lanjut di sub bab 5.2.

8. Sinyal pada percakapan daring

Di toko daring, sinyal muncul dalam pesan. Beberapa pola yang sering ditemui:

Pesan	Arti
"Stoknya masih ada, Kak?" "Ready warna abu?"	siap membeli, memastikan ketersediaan
"Ongkir ke kota X berapa?" "Bisa COD?"	menimbang detail akhir pembelian
"Dikirim hari ini sampai kapan?"	punya batas waktu, hampir memutuskan
"Bagus ya produknya."	pujian; belum jelas niat membeli
"Saya lihat-lihat dulu."	belum siap

Admin yang sendirian membalas pesan yang bersinyal membeli lebih dulu, karena pembeli itu cenderung beralih bila tidak segera dijawab. Pesan lain tetap dibalas, boleh dengan balasan cepat yang sopan. Admin juga **menindaklanjuti** orang yang berkata "lihat-lihat dulu" dengan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

mengirim katalog tanpa mendesak, sehingga ia tahu ke mana kembali.

9. Mengumpulkan data persona dengan cara yang etis

Data pelanggan adalah milik pelanggan yang dipercayakan kepada usaha. Karena itu:

- **Minta izin** sebelum merekam wawancara atau memakai ucapan pelanggan.
- **Rahasiakan identitas.** Persona memakai nama rekaan; jangan menuliskan nama atau nomor telepon asli.
- **Pakai data hanya untuk tujuan yang dijelaskan,** misalnya memperbaiki layanan, bukan dijual atau diberikan kepada pihak lain.
- **Jangan memanipulasi.** Persona dipakai untuk melayani lebih baik, bukan untuk menekan kelemahan pembeli.

10. Persona untuk usaha jasa

Persona tidak hanya untuk barang. Usaha jasa, misalnya bengkel, pangkas rambut, atau laundry, memakainya dengan cara yang sama. Bedanya, kebutuhan yang dicatat sering berkaitan dengan **waktu dan kepastian**: berapa lama pengerjaan, kapan bisa diambil, apakah ada garansi. Persona seorang pengemudi yang menghargai waktu akan memandu bengkel untuk memberi estimasi selesai yang pasti, menyediakan pemesanan jadwal, dan mengabari lewat pesan, bukan memajang diskon kecil di spanduk. Dengan persona yang jelas, usaha jasa memutuskan jam buka, cara pemesanan, dan isi promosi dengan lebih tepat.

11. Kesalahan umum

- **Menganggap semua orang sebagai target** (persona terlalu luas).
- **Menyusun persona dari anggapan pemilik,** bukan data pelanggan.
- **Persona tanpa kebiasaan:** hanya usia dan tempat tinggal.
- **Memilih rencana yang cocok sebagian:** isi tepat, waktu atau saluran salah.
- **Menganggap pujian atau "tanya-tanya" sebagai sinyal membeli.**
- **Mengabaikan pengunjung lain** demi melayani yang bersinyal.
- **Memaksa orang yang belum siap membeli.**

12. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- **Sinyal membeli:** pertanyaan atau tindakan tentang detail pembelian (ketersediaan, cara bayar, pengiriman, garansi, tukar tambah, meminta dibungkus). Bukan sinyal: pujian, "lihat-lihat dulu", mengambil brosur lalu pergi.
- Saat ramai: dahulukan yang bersinyal, tetap sapa yang lain, jangan memaksa.
- **Buyer persona** = gambaran fiktif pelanggan ideal dari data nyata; spesifik; memuat kebiasaan dan pertimbangan; beda dari segmen.
- Rencana promosi sesuai persona harus cocok pada isi, bahasa, waktu, dan saluran.
- Pesan daring bersinyal dibalas lebih dulu; data persona dikumpulkan dengan izin dan dirahasiakan; persona berlaku juga untuk usaha jasa.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 5.4 di akhir bagian ini.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Memilah sinyal membeli

Di sebuah butik hijab rekaan pada akhir pekan 2027, Sinta mengamati delapan perilaku pengunjung. Pilih yang merupakan sinyal membeli.

1. Menanyakan apakah hijab motif bunga yang dipegangnya tersedia warna krem.
2. Berkata, "Cantik ya, Mbak," lalu berjalan ke rak lain.
3. Menanyakan apakah bisa membayar dengan dompet digital.
4. Mengambil kartu nama toko lalu segera keluar.
5. Mencoba hijab di depan cermin dan menanyakan apakah ada ukuran lebih panjang.
6. Menanyakan berapa lama pengiriman bila dipesan hari ini untuk dikirim ke luar kota.
7. Berkata, "Cuma lihat-lihat dulu."
8. Menanyakan apakah toko menerima pengembalian bila ukurannya tidak cocok.

Langkah. Cari pertanyaan atau tindakan tentang detail pembelian.

1. Ketersediaan warna → **sinyal**.
2. Pujian umum → bukan.
3. Cara bayar → **sinyal**.
4. Mengambil kartu nama lalu pergi → bukan.
5. Mencoba dan menanyakan ukuran → **sinyal**.
6. Pengiriman → **sinyal**.
7. "Cuma lihat-lihat" → bukan.
8. Retur → **sinyal**.

Jawaban: 1, 3, 5, 6, dan 8.

Contoh 2 — Merumuskan buyer persona dari wawancara

Toko bunga rekaan mewawancarai tiga pelanggan tetap. Pelanggan A (36 tahun, karyawan bank) membeli rangkaian bunga meja setiap Senin pagi lewat pesan WhatsApp karena meja kerjanya perlu segar, dan ingin dikirim sebelum pukul 08.00. Pelanggan B (41 tahun, karyawan swasta) membeli buket untuk acara ulang tahun keluarga lewat pesan WhatsApp malam hari, dan mementingkan bunga segar. Pelanggan C (34 tahun, dosen) membeli bunga untuk ruang tamu setiap dua pekan, mengikuti akun media sosial toko, dan suka rangkaian sederhana. Rumuskan persona.

Langkah.

1. **Cari pola:** usia 34–41 tahun; semua bekerja; membeli lewat pesan WhatsApp; mementingkan kesegaran; membeli rutin untuk dekorasi dan acara; sebagian ingin pengiriman pagi.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. **Rumuskan persona** satu orang: "Bu Rani, 37 tahun, karyawan kantor. Memesan lewat WhatsApp pada malam hari atau pagi sebelum berangkat. Menyukai rangkaian sederhana dan segar. Memperhatikan ketepatan waktu kirim pagi hari sebelum jam kerja."
3. **Periksa:** persona cocok dengan ketiga pelanggan.

Jawaban: persona karyawan berusia sekitar 37 tahun yang memesan lewat pesan, mementingkan kesegaran dan pengiriman pagi. Persona seperti "semua orang yang suka bunga" terlalu luas.

Contoh 3 — Memilih rencana promosi sesuai persona

Persona sebuah pangkas rambut rekaan: "Raka, 24 tahun, pekerja toko. Libur Senin. Aktif di media sosial pada malam hari, bersantai setelah kerja. Mencari potong rambut cepat dan rapi, tidak mau antre lama. Tidak terlalu memperhatikan potongan harga kecil." Rencana promosi mana yang paling sesuai? (a) iklan di spanduk depan toko, harga murah; (b) unggahan media sosial pukul 20.00 yang memuat informasi pemesanan jadwal agar tidak antre, dengan hasil potongan rapi; (c) selebaran diskon 5 % dibagikan siang hari; (d) siaran radio pagi hari tentang pangkas hemat.

Langkah. Periksa isi, bahasa, waktu, dan saluran.

1. (a) saluran spanduk belum tentu terbaca Raka; isi menonjolkan harga yang tidak ia utamakan → gugur.
2. (b) isi: tanpa antre dan rapi (cocok), waktu 20.00 (aktif malam), saluran media sosial (cocok) → **cocok pada semua**.
3. (c) isi diskon kecil yang tidak ia perhatikan dan waktu siang saat ia bekerja → gugur.
4. (d) radio pagi dan harga hemat → tidak sesuai.

Jawaban: (b).

❖ PETA KONSEP



Gambar 5.4 Peta konsep sinyal calon pelanggan dan buyer persona. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal sinyal dan persona:

1. **Pada soal sinyal,** uji tiap pilihan: apakah ini menyangkut detail pembelian (ketersediaan, cara bayar, pengiriman, garansi, tukar tambah)? Bila hanya pujian, ucapan umum, atau pergi, bukan sinyal.
2. **Pada soal persona,** periksa apakah rumusan **spesifik**, **berdasarkan data yang diberikan**, dan **memuat kebiasaan**. Coret yang menyebut semua orang atau pelanggan lain yang tidak ada di data.
3. **Pada soal rencana promosi,** periksa **empat hal**: isi, bahasa, waktu, saluran. Cocokkan satu per satu dengan persona.
4. **Pada soal pernyataan,** nilai tiap pernyataan terhadap definisi.
5. **Waspadai pilihan yang benar sebagian.**

Jebakan yang sering dipasang:

- **Pujian dianggap sinyal membeli.**
- **Mengambil brosur lalu pergi** dianggap sinyal.
- **Persona terlalu luas** ("setiap orang yang membutuhkan ...").
- **Persona dari pelanggan yang paling menguntungkan menurut pemilik** padahal data menunjukkan pelanggan lain.
- **Rencana benar isi, salah waktu** (misalnya dikirim pagi padahal persona aktif malam).
- **Rencana benar isi dan waktu, salah saluran.**
- **Persona hanya demografis,** tanpa kebiasaan.
- **Diskon besar** untuk persona yang tidak memperhatikan diskon.

> Contoh salah tafsir: seorang siswa menjawab bahwa pengunjung yang berkata "wah, tokonya bagus sekali" dan memotret etalase adalah sinyal membeli. Pujian dan pemotretan menunjukkan ketertarikan umum, bukan detail pembelian. Pengunjung yang menanyakan apakah barang itu masih ada dalam warna tertentu sudah menunjukkan sinyal membeli.

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut meminta memilih perilaku pengunjung yang merupakan sinyal membeli saat toko ramai. Uji setiap pilihan dengan pertanyaan: apakah ini tentang detail pembelian?

►. Pada Sabtu siang (2027), Fikri, pramuniaga toko ponsel, memperhatikan beberapa pengunjung yang datang ke tokonya. Toko sedang ramai, sedangkan hanya ada dua pramuniaga yang bertugas. Pemilik toko meminta Fikri lebih dulu melayani pengunjung yang menunjukkan tanda-tanda siap membeli, sementara rekannya menyapa pengunjung lain.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Perilaku pengunjung yang merupakan sinyal membeli adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Mengambil brosur dari meja kasir lalu segera keluar karena sedang ditelepon.
☐ B. Menanyakan apakah ponsel tipe yang dipegangnya masih tersedia warna biru.
☐ C. Mengatakan "lihat-lihat dulu, Mas" sambil berjalan menuju rak aksesori.
☐ D. Menanyakan cicilan nol persen dan berapa bulan lamanya untuk ponsel tersebut.
☐ E. Menanyakan apakah ponsel lamanya dapat ditukar tambah dengan ponsel baru itu.

Pembahasan **Kunci: B, D, E**

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Sinyal membeli (buying signal) berupa pertanyaan atau perilaku yang menunjukkan calon pelanggan sudah membayangkan memiliki produk: menanyakan stok/warna, cara pembayaran, cicilan, tukar tambah, garansi, atau waktu pengiriman.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✗ Mengambil brosur belum tentu sinyal membeli; pengunjung itu juga langsung pergi.
• **Pernyataan 2** ✓ Menanyakan ketersediaan warna tertentu menunjukkan ia sudah memilih produk dan membayangkan memilikinya.
• **Pernyataan 3** ✗ Jebakan: pengunjung memang tertarik melihat, tetapi ucapannya menunjukkan ia belum siap membeli.
• **Pernyataan 4** ✓ Bertanya tentang cara bayar adalah sinyal membeli yang kuat.
• **Pernyataan 5** ✓ Tukar tambah berarti ia sudah memikirkan cara memiliki ponsel baru.

Jawaban: pernyataan 2, 4, 5.

✎ LATIHAN

Untuk soal sinyal, tuliskan apakah tiap pilihan tentang detail pembelian. Untuk soal persona, tuliskan unsur persona yang ada di cerita, lalu periksa isi, bahasa, waktu, dan saluran pada tiap rencana.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

1. Toko Roti Ganesha (2027) menyusun buyer persona pelanggan utamanya: "Bu Maya, 38 tahun, karyawan dengan dua anak usia SD. Berangkat kerja pukul 06.30 dan pulang pukul 17.30. Aktif di grup WhatsApp orang tua murid. Mencari sarapan praktis dan bergizi untuk anak. Memperhitungkan harga, tetapi mau membayar lebih untuk roti tanpa pengawet." *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Rencana promosi yang paling sesuai dengan persona tersebut adalah ....

A. Roti gandum tanpa pengawet diumumkan di grup WA, dapat diambil di toko pukul 08.00
B. Langganan roti tanpa pengawet diantar 06.00, diiklankan lewat video tren pukul 22.00
C. Langganan roti tanpa pengawet diantar pukul 06.00, diumumkan lewat grup WA orang tua
D. Roti manis isi cokelat termurah diantar pukul 06.00, diumumkan lewat grup WA orang tua
E. Roti tanpa pengawet diskon 30 % setiap pukul 15.00, diumumkan lewat grup WA orang tua

2. Toko alat tulis daring Pena Ceria menganalisis 200 pembeli terakhirnya pada 2027. Hasilnya: 70 % mahasiswa berusia 19–23 tahun, sebagian besar berbelanja pukul 20.00–23.00 lewat ponsel, banyak membeli menjelang musim tugas akhir semester, membaca ulasan sebelum membeli, dan sering memilih paket hemat. Pemilik ingin menyusun buyer persona sebagai dasar konten promosi.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Rumusan buyer persona yang paling tepat adalah ....

A. Setiap orang yang membutuhkan alat tulis, dari anak sekolah sampai pekerja kantor
B. Rina, 35 tahun, guru SD yang belanja alat tulis kelasnya lewat laptop setiap pagi
C. Dimas, 21 tahun, mahasiswa yang belanja malam lewat ponsel dan suka paket hemat
D. Mahasiswa berusia 19–23 tahun yang tinggal di kota besar dan kuliah di kampus negeri
E. Pembeli grosir dari kantor yang menurut pemilik toko paling menguntungkan bagi toko

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Toko daring sepatu lari milik Kak Rama menerima banyak pesan pada akhir pekan (2027). Karena admin hanya satu orang, Kak Rama meminta admin lebih dulu membalas pesan dari calon pembeli yang menunjukkan tanda-tanda siap membeli. Berikut beberapa pesan yang masuk.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Pesan yang merupakan sinyal membeli adalah ....

(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. "Kak, ukuran 42 warna hitam masih ada?"
☐ B. "Kalau saya pesan hari ini, bisa sampai sebelum Jumat?"
☐ C. "Foto produknya keren banget, Kak, aku suka."
☐ D. "Saya cuma tanya-tanya dulu ya, Kak, makasih."
☐ E. "Bisa bayar di tempat (COD) tidak, Kak?"

4. Toko perlengkapan bayi Si Kecil (2027) menyusun buyer persona: "Kak Rani, 27 tahun, ibu dengan bayi enam bulan. Berbelanja daring pada malam hari setelah bayinya tidur, sekitar pukul 21.00. Sangat peduli keamanan bahan produk bayi. Aktif membaca forum dan grup ibu menyusui. Tidak terlalu memperhatikan diskon kecil, tetapi ingin barang cepat sampai."

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Rencana konten promosi yang paling sesuai dengan persona tersebut adalah ....

A. Artikel bahan aman dan kirim cepat, dibagikan di grup ibu pukul 07.00 pagi
B. Artikel bahan aman dan kirim cepat, dipasang di spanduk depan toko
C. Info diskon 5 % perlengkapan bayi, dibagikan di grup ibu pukul 21.00
D. Video lucu tren bayi yang diunggah di media sosial toko pukul 21.00
E. Artikel bahan aman dan kirim cepat, dibagikan di grup ibu pukul 21.00

Kunci singkat: 1. C 2. C 3. A, B, E 4. E

✔ PERIKSA DIRI

- Apa perbedaan "Cantik ya, Mbak" dengan "Ada warna krem?" sebagai sinyal calon pelanggan?
- Apa perbedaan segmen dan buyer persona?
- **Yang harus kuingat:** sinyal membeli bicara detail pembelian; persona spesifik, dari data nyata, memuat kebiasaan; rencana promosi cocok pada isi, bahasa, waktu, dan saluran.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 5.1: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-5.1

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 5.2 · Bahasa pemasaran, AIDA, dan efektivitas komunikasi

SMKPEM-5.2

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **menerapkan prinsip komunikasi pemasaran, bahasa pemasaran, dan menganalisis efektivitas komunikasi**, termasuk **konsep AIDA** (*Attention, Interest, Desire, Action*). Peta Topik memecahnya menjadi tiga subtopik: **bahasa pemasaran yang tepat**, **konsep AIDA**, dan **efektivitas strategi komunikasi dalam pelayanan dan promosi produk**. Pada soal, ketiganya muncul dalam tiga bentuk:

1. **Menilai pesan promosi** (brosur, unggahan, poster, skrip, percakapan) dan memilih saran perbaikan, terutama tentang klaim yang berlebihan atau tidak terbukti, atau bahasa yang tidak cocok dengan pembeli.
2. **Memetakan kalimat promosi ke tahap AIDA**, atau menilai pernyataan tentang fungsi tiap bagian.
3. **Membaca tabel biaya dan hasil promosi** untuk memilih cara promosi yang dilanjutkan.

Contoh resmi pada halaman kisi-kisi memuat soal brand tas kerja yang bahasanya tidak mencerminkan persona dan pernyataan bahwa kalimat ajakan membeli menunjukkan unsur *Action* dalam AIDA. Soal sub bab ini berkategori sedang sampai sulit. Jebakannya: tahap AIDA yang tertukar (terutama Interest dan Action), klaim yang terdengar menarik tetapi tidak jujur, serta jumlah orang yang melihat yang dikira ukuran keberhasilan. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menilai apakah bahasa promosi sesuai persona, jelas, jujur, dan tidak menyesatkan;
- memetakan setiap bagian pesan promosi ke tahap A, I, D, atau A dalam AIDA;
- menyarankan perbaikan pesan, termasuk menambahkan unsur yang kurang;
- menghitung biaya per pembeli baru dan laba promosi untuk memilih cara promosi yang efektif.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

◆ KONSEP INTI

1. Bahasa pemasaran yang tepat

Bahasa pemasaran adalah cara usaha menyampaikan produknya lewat kata, gambar, dan nada agar pembeli tertarik, paham, yakin, dan bertindak. Bahasa yang tepat membuat pesan sampai kepada orang yang dituju. Ciri-cirinya:

- **Jelas dan ringkas.** Pembeli membaca promosi hanya beberapa detik. Pesan inti harus segera tertangkap.
- **Sesuai persona.** Kata, nada, dan contoh disesuaikan dengan siapa yang dituju (sub bab 5.1). Produk untuk perempuan profesional berusia 25 sampai 35 tahun cocok dengan bahasa yang elegan dan profesional. Seruan "diskon besar-besaran, murah untuk semua kalangan" mencerminkan citra yang berbeda dan bertentangan dengan posisi produk.
- **Menonjolkan manfaat,** bukan hanya sifat produk. "Tas muat laptop dan tahan hujan sehingga aman dibawa saat ke kantor" lebih berguna daripada "tas bagus".
- **Jujur dan dapat dibuktikan.** Semua keterangan harus benar dan sesuai kenyataan. Inilah ciri yang paling sering diuji.
- **Sopan dan tidak menyinggung.** Tidak merendahkan pesaing atau kelompok tertentu.

Yang harus dihindari:

- **Klaim berlebihan atau tidak terbukti,** misalnya "paling ampuh", "pasti sembuh", "100 % aman", "dijamin berhasil". Klaim tentang khasiat kesehatan hanya boleh bila sudah dibuktikan dan diizinkan.
- **Janji yang tidak ditepati,** misalnya "gratis" yang ternyata bersyarat tersembunyi.
- **Informasi harga yang menyesatkan,** misalnya harga coret yang dinaikkan lebih dulu.
- **Bahasa yang tidak sesuai citra produk.**

Pemasaran yang tidak jujur melanggar hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, dan dalam jangka panjang merusak kepercayaan. Itulah mengapa saran perbaikan yang tepat terhadap klaim tak terbukti selalu **menghapus atau mengganti klaim itu dengan keunggulan yang benar**, bukan mengganti dengan klaim yang lebih bombastis.

2. Unsur pesan promosi

Pesan promosi yang lengkap umumnya memuat enam hal:

1. **Penarik perhatian:** judul, pertanyaan, gambar.
2. **Manfaat atau keunggulan produk** yang relevan bagi pembaca.
3. **Bukti:** ulasan, foto hasil, hasil uji, atau fakta yang benar.
4. **Penawaran:** harga, paket, atau potongan.
5. **Ajakan bertindak dan cara menghubungi:** apa yang diminta dan bagaimana caranya.
6. **Informasi legal dan batas waktu:** keterangan izin edar bila perlu, serta masa berlaku promo.

Pesan yang kehilangan salah satu unsur, terutama ajakan dan cara memesan, sering gagal

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

mengantar pembaca sampai membeli.

3. Konsep AIDA

AIDA adalah urutan tahap yang dilalui pesan promosi untuk membawa orang dari tidak tahu sampai membeli. Gambar 5.5 menunjukkannya.



Gambar 5.5 Attention, Interest, Desire, Action beserta fungsi dan ciri kalimatnya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Attention (perhatian):** menarik perhatian pembaca. Ciri kalimat: pertanyaan, sapaan, judul mencolok, gambar menarik. Contoh: "Pernah kehabisan baterai saat sedang di jalan?"
2. **Interest (minat):** membuat pembaca tertarik membaca lebih jauh dengan **keterangan yang relevan** tentang produk atau layanan: keunggulan, cara kerja, bahan, waktu pengerjaan, dan harga sebagai keterangan. Contoh: "Kapasitas 10.000 mAh, ringan, garansi resmi satu tahun, mulai Rp85.000."
3. **Desire (keinginan):** membangkitkan **keinginan memiliki** dengan gambaran manfaat yang dirasakan, bukti, atau pengalaman. Ciri kalimat: mengajak membayangkan ("Bayangkan...."), testimoni, hasil sebelum dan sesudah. Contoh: "Bayangkan perjalananmu tenang karena ponselmu selalu menyala!"
4. **Action (tindakan):** mengajak melakukan sesuatu **sekarang** dan memberi **cara melakukannya**: memesan, menghubungi, datang, atau membeli. Ciri kalimat: kata kerja ajakan, nomor atau tautan, batas waktu. Contoh: "Pesan sekarang lewat WhatsApp toko, gratis kabel pengisi sampai Minggu."

Cara memetakan kalimat: tanya **"apa fungsi kalimat ini bagi pembaca?"**

- Membuat berhenti dan melihat → **Attention**.
- Menjelaskan apa produknya dan keunggulannya → **Interest**.
- Membuat pembaca membayangkan dan menginginkannya → **Desire**.
- Menyuruh bertindak dan memberi caranya → **Action**.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Kekeliruan yang sering muncul:

- **Potongan harga dalam kalimat ajakan memesan adalah bagian Action,** bukan Interest, karena fungsi kalimatnya mengajak bertindak. Namun **harga yang ditulis sebagai keterangan layanan** ("mulai Rp15.000") adalah keterangan, sehingga termasuk Interest.
- **Foto produk saja** belum otomatis Interest. Fungsinya bergantung pada isinya: foto hasil pemakaian beserta kalimat "bayangkan..." membangkitkan Desire.
- **Kalimat bukti yang benar** menyebut fakta (misalnya "dibuat dari buah asli") sebagai Interest, sedangkan yang membuat membayangkan manfaat sebagai Desire.
- **Jumlah kalimat tidak menentukan tahap.** Satu kalimat bisa berfungsi ganda, tetapi soal biasanya meminta fungsi utama.

Gambar 5.6 memperlihatkan sebuah poster rekaan yang kalimatnya sudah dipetakan ke tahap AIDA.



Gambar 5.6 Poster penyewaan sepeda wisata rekaan beserta pemetaan tiap bagian ke tahap AIDA. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

4. Menilai dan memperbaiki pesan promosi

Gunakan daftar periksa berikut saat diminta memberi saran perbaikan:

1. **Apakah sesuai persona?** Bahasa, isi, waktu, dan saluran.
2. **Apakah semua klaim jujur dan dapat dibuktikan?** Hapus atau ganti klaim yang tidak terbukti.
3. **Apakah AIDA lengkap?** Bila belum ada ajakan dan cara memesan, tambahkan (Action). Bila hanya ada ajakan tanpa alasan, tambahkan keterangan dan gambaran manfaat.
4. **Apakah ada informasi yang wajib,** misalnya izin edar bila produk memerlukan, dan batas waktu promo?
5. **Apakah ada yang menyesatkan** pada harga atau syarat?

Aturan saran perbaikan:

- **Pertahankan unsur yang benar dan berguna,** misalnya masa berlaku promo (membuat jelas dan jujur), keterangan izin edar (memberi kepercayaan).
- **Hapus klaim yang tidak terbukti,** misalnya khasiat kesehatan yang belum pernah diuji.
- **Ganti dengan keunggulan yang benar,** misalnya bahan alami pilihan atau proses pembuatan yang bersih.
- **Jangan ganti klaim tak terbukti dengan klaim yang lebih besar** seperti "paling ampuh".
- **Jangan menghapus informasi legal** hanya karena dianggap kurang menarik.

5. Efektivitas komunikasi

Efektivitas berarti sejauh mana komunikasi mencapai tujuannya. Untuk promosi, tujuannya biasanya menambah pembeli. Beberapa ukuran:

- **Jangkauan:** berapa orang melihat atau menerima pesan.
- **Respons:** berapa orang menanggapi (klik, bertanya, datang).
- **Hasil:** berapa pembeli baru atau pesanan.
- **Biaya per pembeli baru** = biaya promosi ÷ jumlah pembeli baru.
- **Laba dari promosi** = (pembeli baru × laba per pembeli) − biaya promosi.

Agar hasil dapat dihitung, usaha perlu **melacak asal pembeli**: menanyakan "tahu dari mana?", memakai kode voucher atau tautan yang berbeda untuk setiap media, atau mencatat sumber pesanan.

Jangkauan tidak sama dengan efektivitas. Cara yang dilihat 40.000 orang tetapi menghasilkan sedikit pembeli dengan biaya besar belum tentu lebih baik daripada cara yang dilihat 500 orang tetapi biayanya kecil dan pembelinya cukup. Yang menentukan adalah **hasil dibandingkan biaya**.

Gambar 5.7 menunjukkan perhitungan untuk tiga cara promosi rekaan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Menghitung biaya per pembeli baru dan laba promosi

Kedai pecel rekaan. Laba rata-rata setiap pembeli baru Rp20.000.

Cara promosi	Biaya	Orang yang melihat	Pembeli baru	Biaya per pembeli baru	Laba promosi
Spanduk di jalan	Rp400.000	±8.000	16	400.000 ÷ 16 = Rp25.000	16 × 20.000 − 400.000 = −Rp80.000
Selebaran	Rp150.000	±600	12	150.000 ÷ 12 = Rp12.500	12 × 20.000 − 150.000 = Rp90.000
Unggahan berbayar	Rp300.000	±12.000	30	**300.000 ÷ 30 = Rp10.000**	**30 × 20.000 − 300.000 = Rp300.000**

Dilanjutkan: unggahan berbayar. Spanduk dihentikan karena rugi walaupun dilihat banyak orang.

Rumus: biaya per pembeli baru = biaya ÷ pembeli baru. Laba promosi = pembeli baru × laba per pembeli − biaya.

Gambar 5.7 Tabel tiga cara promosi dengan biaya, pembeli baru, biaya per pembeli, dan laba promosi. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Untuk memilih cara yang dilanjutkan, tanyakan **apa tujuannya dan apa batasannya**:

- Bila anggaran tetap dan tujuannya pembeli sebanyak mungkin per rupiah, pilih **biaya per pembeli baru terendah**.
- Bila tujuannya laba, pilih **laba promosi terbesar**.
- Bila tujuannya memperkenalkan merek kepada banyak orang, jangkauan lebih berarti, tetapi tetap perlu dihitung.

Perhatikan bahwa **cara dengan pembeli baru terbanyak** tidak otomatis yang terbaik: biayanya bisa jauh lebih besar. Dan **cara termurah** tidak otomatis terbaik bila pembelinya terlalu sedikit untuk menutup biaya.

6. Komunikasi lisan dan skrip penawaran

Prinsip yang sama berlaku pada penawaran langsung, seperti tenaga promosi di supermarket atau pramuniaga di toko. Skrip yang baik mengikuti AIDA secara alami: **menyapa dan menarik perhatian**, **menggali kebutuhan dan menjelaskan keterangan produk**, **membantu pembeli membayangkan manfaat**, lalu **mengajak mencoba atau membeli**. Gambar 5.8 memperlihatkan contoh skrip singkat beranotasi.

Skrip penawaran di toko perlengkapan sepeda (rekaan)

Pramuniaga mengikuti AIDA secara alami dan menyesuaikan dengan pembeli.

Pramuniaga: Siang, Kak. Sedang cari lampu untuk sepeda?	Attention: menyapa dan menarik perhatian
Pramuniaga: Ini lampu depan dengan baterai isi ulang, menyala 8 jam, tahan hujan, garansi resmi setahun, Rp95.000.	Interest: keterangan produk dan harga
Pramuniaga: Kakak sering pulang sore, ya? Bayangkan jalan gelap jadi terang dan aman tanpa takut tidak terlihat.	Desire: gambaran manfaat sesuai kebutuhan pembeli
Pramuniaga: Mau dicoba menyala dulu? Kalau cocok, bisa dibayar QR sekarang, saya pasangkan.	Action: ajakan dan cara

Skrip adalah panduan, bukan hafalan. Sesuaikan dengan keadaan pembeli, cuaca, dan kebutuhan hari itu.

Gambar 5.8 Skrip penawaran rekaan di sebuah toko perlengkapan sepeda dengan anotasi tahap AIDA. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Skrip yang baik juga menyesuaikan dengan keadaan pembeli dan musim. Menawarkan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

produk yang tidak sesuai dengan cuaca atau kebutuhan hari itu, atau mengulang kalimat yang sama kepada semua orang, terasa kaku dan kurang meyakinkan. Skrip adalah panduan, bukan hafalan.

Catatan tambahan: judul dan slogan yang baik

Judul adalah bagian yang paling banyak dibaca, sehingga perlu **singkat, jelas, dan relevan bagi pembaca**. Judul yang baik biasanya berupa **pertanyaan tentang masalah pembaca** ("Pernah kehabisan baterai di jalan?"), **janji manfaat yang benar** ("Baterai tahan sehari penuh"), atau **informasi penting** ("Servis selesai dalam dua jam"). Judul yang buruk terlalu umum ("Produk terbaik"), melebih-lebihkan ("Paling hebat di dunia"), atau tidak menyebut apa pun yang berguna. Slogan ikut aturan sama: pendek, mudah diingat, dan **tidak menjanjikan yang tidak dapat dipenuhi**.

Catatan tambahan: menyesuaikan nada dengan persona

Persona yang berbeda membutuhkan nada yang berbeda. Untuk persona **profesional berusia 30-an** yang menghargai ketepatan, nada yang cocok adalah ringkas, sopan, dan informatif: "Tersedia dalam tiga warna netral. Pengiriman hari yang sama." Untuk persona **pelajar** yang akrab dengan percakapan santai, nada yang cocok lebih ringan dan dekat: "Tas muat laptop, tahan hujan, dan masuk uang saku." Untuk persona **orang tua** yang memikirkan keselamatan, nada yang cocok tenang dan meyakinkan dengan fakta: "Bahan sudah diuji, dilengkapi izin edar." Nada yang salah, misalnya seruan "murah meriah untuk semua kalangan!" pada produk yang ingin tampil elegan, menciptakan kesan yang bertentangan dengan citra produk. Pelajari persona dulu, baru tulis kalimatnya.

7. Kesalahan umum

- **Menukar Interest dengan Action** karena sama-sama memuat harga atau potongan.
- **Menganggap foto produk otomatis Interest** atau Desire tanpa membaca isinya.
- **Mengganti klaim tak terbukti dengan klaim yang lebih besar.**
- **Menghapus informasi legal atau batas waktu** yang jujur.
- **Mengejar jangkauan terbesar** tanpa menghitung biaya dan hasil.
- **Mengejar pembeli terbanyak** tanpa membandingkan biaya.
- **Bahasa yang tidak cocok dengan persona.**

8. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Bahasa pemasaran: jelas, sesuai persona, menonjolkan manfaat, **jujur dan dapat dibuktikan**. Hindari klaim berlebihan.
- **AIDA:** Attention (perhatian), Interest (minat: keterangan relevan), Desire (keinginan: membayangkan manfaat), Action (tindakan: ajakan dan cara).
- Potongan harga dalam kalimat ajakan memesan = Action; harga sebagai keterangan layanan = Interest.
- Saran perbaikan: hapus klaim tak terbukti, ganti dengan keunggulan benar, pertahankan informasi legal dan batas waktu, tambahkan ajakan dan cara memesan bila belum ada.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- Efektivitas: biaya per pembeli baru = biaya ÷ pembeli baru; laba promosi = pembeli × laba − biaya; jangkauan bukan ukuran keberhasilan.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 5.9 di akhir bagian ini.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Memetakan AIDA pada poster

Sebuah poster rekaan penyewaan sepeda di kawasan wisata memuat empat bagian:

(1) "Ingin keliling desa wisata tanpa capek berjalan kaki?" (2) "Sepeda terawat, helm disediakan, rute dengan peta gratis, sewa mulai Rp25.000 per jam." (3) "Bayangkan angin sejuk di sawah dan pemandangan gunung yang kamu nikmati sambil mengayuh santai!" (4) "Pesan sekarang lewat WhatsApp 0812-xxxx-xxxx, dapat satu jam gratis sampai akhir pekan."

Tentukan tahap AIDA tiap bagian dan apakah ada unsur yang kurang.

Langkah. Tanyakan fungsi kalimat bagi pembaca.

1. (1) Pertanyaan yang membuat pembaca berhenti → **Attention**.
2. (2) Keterangan layanan dan harga → **Interest**.
3. (3) "Bayangkan..." membuat orang membayangkan manfaat → **Desire**.
4. (4) Ajakan pesan sekarang, nomor, dan batas waktu → **Action**.
5. Keempat tahap ada. Informasi tambahan yang berguna: jam buka atau lokasi penjemputan.

Jawaban: (1) A, (2) I, (3) D, (4) A. Potongan "satu jam gratis" berada dalam kalimat ajakan, sehingga bagian dari Action, bukan Interest.

Contoh 2 — Memilih cara promosi yang dilanjutkan

Kedai pecel rekaan mencoba tiga cara promosi selama dua minggu. Laba rata-rata setiap pembeli baru Rp20.000.

Cara	Biaya	Orang yang melihat	Pembeli baru
Spanduk di jalan	Rp400.000	±8.000	16
Selebaran	Rp150.000	±600	12
Unggahan berbayar	Rp300.000	±12.000	30

Cara mana yang dilanjutkan bila tujuannya laba?

Langkah.

1. Biaya per pembeli baru: spanduk 400.000 ÷ 16 = **Rp25.000**; selebaran 150.000 ÷ 12 = **Rp12.500**; unggahan 300.000 ÷ 30 = **Rp10.000**.
2. Laba promosi = pembeli × 20.000 − biaya: spanduk 16 × 20.000 − 400.000 = 320.000 − 400.000 = **−Rp80.000** (rugi); selebaran 12 × 20.000 − 150.000 = 240.000 − 150.000 = **Rp90.000**; unggahan 30 × 20.000 − 300.000 = 600.000 − 300.000 = **Rp300.000**.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Jangkauan terbesar (unggahan, 12.000) kebetulan juga terbaik di sini, tetapi alasan memilihnya adalah laba dan biaya per pembeli, bukan jumlah orang yang melihat. Spanduk yang dilihat 8.000 orang justru rugi.

Jawaban: unggahan berbayar (laba Rp300.000, biaya per pembeli Rp10.000). Spanduk dihentikan karena rugi.

Contoh 3 — Memperbaiki kalimat promosi

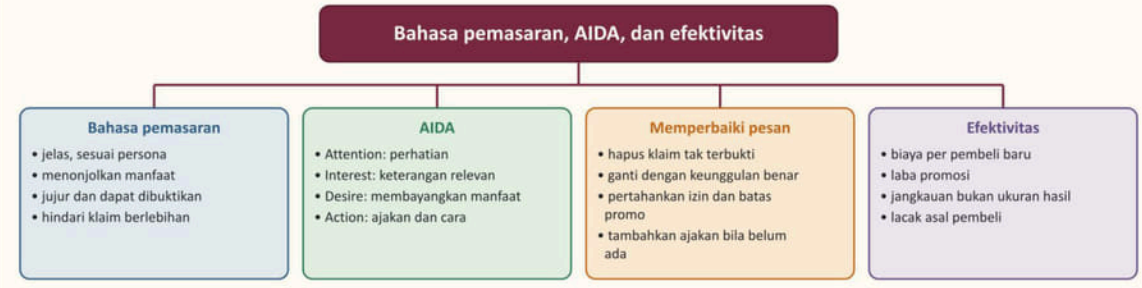
Sebuah brosur rekaan toko peralatan elektronik memuat: "Kualitas nomor 1 sedunia, paling murah se-Indonesia, dijamin tidak pernah rusak! Setrika uap 1.000 watt hanya Rp225.000. Beli di Jalan Mawar 12 atau pesan lewat 0813-xxxx. Harga ini berlaku sampai 30 November." Saran perbaikan apa yang tepat?

Langkah. Gunakan daftar periksa.

1. "Kualitas nomor 1 sedunia", "paling murah se-Indonesia", "dijamin tidak pernah rusak" → klaim berlebihan yang tidak dapat dibuktikan → **hapus**.
2. Ganti dengan fakta yang dapat dibuktikan: "garansi resmi satu tahun" dan "daya 1.000 watt dengan uap".
3. Harga, alamat, nomor pemesanan → benar dan berguna → pertahankan.
4. "Berlaku sampai 30 November" → batas waktu yang jujur → pertahankan.
5. Tambahkan keterangan layanan purna jual bila ada.

Jawaban: hapus klaim superlatif yang tidak terbukti, ganti dengan keunggulan yang benar seperti garansi resmi, dan pertahankan harga, alamat, nomor, serta batas waktu. Jangan mengganti dengan klaim lain seperti "terbaik se-Asia".

❖ PETA KONSEP



Gambar 5.9 Peta konsep bahasa pemasaran, AIDA, dan efektivitas komunikasi. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal bahasa pemasaran dan AIDA:

1. **Baca seluruh pesan** (kalimat bernomor, gambar, keterangan). Tandai fungsi tiap bagian.
2. **Pada soal AIDA,** tanyakan fungsi tiap kalimat bagi pembaca. Ajakan bertindak dan cara melakukannya = Action; "bayangkan" = Desire; keterangan produk dan harga sebagai informasi = Interest; pertanyaan atau judul penarik = Attention.
3. **Pada soal saran perbaikan,** periksa jujur atau tidak. Klaim tak terbukti dihapus. Informasi legal dan batas promo dipertahankan.
4. **Pada soal bahasa dan persona,** cocokkan nada dan kata dengan persona.
5. **Pada soal tabel promosi,** hitung biaya per pembeli baru atau laba promosi sesuai tujuan; jangan memilih dari jangkauan atau jumlah pembeli saja.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Interest ↔ Action** karena sama-sama memuat harga atau potongan.
- **Foto atau keterangan** dianggap Interest padahal berfungsi Desire.
- **Menghapus masa berlaku promo** padahal informasi itu jujur.
- **Menghapus keterangan izin edar** karena "tidak menarik".
- **Mengganti klaim berlebihan dengan klaim lain** yang sama berlebihan.
- **Jangkauan terbanyak** dipilih sebagai cara terbaik.
- **Pembeli baru terbanyak** dipilih tanpa melihat biaya.

> Contoh salah tafsir: pada soal tentang sebuah poster, seorang siswa menjawab bahwa bagian "mulai Rp85.000" adalah Action karena memuat harga. Bagian itu hanyalah keterangan tentang layanan sehingga berfungsi Interest. Action baru muncul bila ada ajakan untuk melakukan sesuatu, misalnya "Pesan sekarang lewat nomor di bawah ini!" beserta cara melakukannya.

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut memuat empat kalimat promosi bernomor dan beberapa pernyataan tentang fungsinya. Petakan tiap kalimat dengan pertanyaan "apa fungsi kalimat ini bagi pembaca?" sebelum menilai pernyataan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

►. Siswa unit usaha sekolah menulis keterangan unggahan promosi jus buah untuk akun media sosial sekolah (2027):
(1) "Siang terik, tenggorokan kering?"
(2) "Jus Segar Bina Karya dibuat setiap pagi dari buah asli tanpa pemanis buatan."
(3) "Bayangkan segarnya jus mangga dingin menemani jam istirahatmu!"
(4) "Pesan sekarang lewat WhatsApp koperasi, potongan 10% sampai Jumat."
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang keterangan promosi tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Kalimat (1) berfungsi menarik perhatian (Attention) pembaca.
☐ B. Kalimat (2) berfungsi sebagai Desire karena membuat pembaca ingin membeli.
☐ C. Kalimat (3) berfungsi membangkitkan keinginan memiliki (Desire).
☐ D. Kalimat (4) berfungsi sebagai Interest karena berisi informasi potongan harga.
☐ E. Bila kalimat (4) dihapus, keterangan promosi itu tetap memuat keempat unsur AIDA.

Pembahasan **Kunci: A, C**

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: AIDA adalah urutan pesan promosi: Attention (menarik perhatian), Interest (informasi yang membuat tertarik), Desire (membangkitkan keinginan memiliki), dan Action (mengajak bertindak, misalnya memesan sekarang dengan cara yang jelas).

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Pertanyaan tentang siang terik menarik perhatian pembaca yang sedang haus.
• **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: kalimat (2) berisi informasi produk (bahan dan cara pembuatan) yang membangun ketertarikan, sehingga termasuk Interest.
• **Pernyataan 3** ✓ Ajakan membayangkan rasa segar membangkitkan keinginan untuk merasakannya.
• **Pernyataan 4** ✗ Kalimat (4) mengajak pembaca segera memesan dan memberi caranya, sehingga termasuk Action.
• **Pernyataan 5** ✗ Tanpa kalimat (4) tidak ada ajakan bertindak, sehingga unsur Action hilang.

Jawaban: pernyataan 1, 3.

✎ LATIHAN

Untuk soal AIDA, tuliskan tahap tiap bagian lebih dulu. Untuk soal saran perbaikan, periksa kejujuran dan informasi legal. Untuk soal tabel, hitung biaya per pembeli baru sebelum memilih.

1. Mbok Sri menjual jamu kunyit asam botolan di kotanya (2027). Ia meminta Dita, siswa SMK Pemasaran, memeriksa rancangan brosur pada gambar sebelum dicetak 1.000 lembar. Mbok Sri menjelaskan bahwa jamunya belum pernah diuji khasiatnya untuk penyakit apa pun dan harganya sama dengan harga jamu botolan lain di kota itu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Saran Dita yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)



Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Masa berlaku promo pada bagian 4 sebaiknya dihapus agar pembeli tidak ragu membeli.

☐ B. Bagian 1 perlu dihapus karena klaim menyembuhkan penyakit belum pernah dibuktikan.

☐ C. Bagian 2 sebaiknya diganti dengan tulisan "jamu paling ampuh" agar lebih menarik.

☐ D. Bagian 3 sebaiknya diganti dengan keunggulan yang benar, misalnya bahan alami pilihan.

☐ E. Bagian 5 sebaiknya dihapus karena keterangan izin edar tidak menarik bagi pembeli.

2. Usaha camilan Kriuk Mama mencoba empat cara promosi selama dua minggu pada Mei 2027. Setiap pembeli baru ditanya dari mana ia mengetahui produk itu. Pemilik akan melanjutkan cara yang biaya promosinya per pembeli baru paling rendah.

Cara promosi	Biaya	Orang yang melihat	Pembeli baru
Brosur di perumahan	Rp600.000	±2.000	30
Iklan berbayar media sosial	Rp900.000	±15.000	45
Kerja sama pemengaruh lokal	Rp1.500.000	±40.000	50
Promosi di grup WhatsApp warga	Rp200.000	±500	20

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Cara promosi yang sebaiknya dilanjutkan adalah ....

A. Pemengaruh lokal karena jumlah orang yang melihatnya paling banyak
B. Grup WhatsApp warga karena biaya per pembeli barunya paling rendah
C. Pemengaruh lokal karena jumlah pembeli barunya paling banyak
D. Brosur karena biaya per pembeli barunya sama dengan iklan media sosial
E. Iklan media sosial karena pembeli barunya terbanyak kedua dari empat cara

3. Tim pemasaran kelas XII merancang poster jasa cuci sepatu milik unit usaha sekolah untuk dipasang di kantin pada September 2027. Isi poster:
(1) Judul besar: "Sepatu kusam bikin malu?"
(2) "Dicuci bersih dengan sabun khusus, selesai dalam 2 hari, mulai Rp15.000."
(3) Foto sepatu sebelum dan sesudah dicuci, dengan tulisan "Bayangkan sepatumu kinclong lagi dan tampil percaya diri di hari Senin!"
Poster belum memuat keterangan lain.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang poster tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Bagian (2) berfungsi sebagai Action karena memuat harga jasa.
☐ B. Bagian (1) berfungsi menarik perhatian (Attention).
☐ C. Bagian (3) berfungsi sebagai Interest karena berisi foto produk.
☐ D. Poster perlu ditambah ajakan dan cara memesan, misalnya "Titip sepatumu di koperasi hari ini!".
☐ E. Poster sudah memuat unsur Interest berupa keterangan layanan dan harga.

Kunci singkat: 1. B, D 2. B 3. B, D, E

✔ PERIKSA DIRI

- Mengapa kalimat "Pesan sekarang lewat WhatsApp, potongan 10 % sampai Jumat" termasuk Action, bukan Interest?
- Mengapa cara promosi yang dilihat paling banyak orang belum tentu cara yang dilanjutkan?
- **Yang harus kuingat:** AIDA dipetakan dari fungsi kalimat; klaim tak terbukti dihapus dan diganti keunggulan yang benar; efektivitas dihitung dari hasil dibanding biaya.

Latihan interaktif di LMS

Sub bab 5.2: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.
next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-5.2

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab 5.3 · Pelayanan prima dan menghadapi keberatan pelanggan

SMKPEM-5.3

◎ APA YANG DIUJI

Kisi-kisi resmi meminta kamu **menerapkan pelayanan prima dan teknik penjualan**, dengan batasan: **pelayanan prima mencakup sikap, komunikasi, dan penanganan keberatan pelanggan**. Peta Topik menamai subtopiknya **pelayanan prima dan respons terhadap keberatan pelanggan**. Pada soal, kemampuan ini muncul sebagai kasus pelanggan yang **ragu, keberatan, kecewa, atau marah**, baik di toko maupun lewat ulasan daring, lalu kamu diminta memilih **tanggapan yang paling tepat** (soal pilihan ganda) atau **beberapa tanggapan yang sesuai pelayanan prima** (soal memilih lebih dari satu).

Soal sub bab ini seluruhnya berkategori sulit karena pilihan jawabannya banyak yang tampak sopan, tetapi cacat: membantah pelanggan, menjanjikan di luar wewenang, langsung memberi potongan, menyalahkan pihak lain, atau menukar barang tanpa mendengarkan. Persentase benar nasional belum tersedia.

Setelah mempelajari sub bab ini, kamu dapat:

- menjelaskan pelayanan prima beserta sikap, perhatian, dan tindakannya;
- membedakan keberatan dari keluhan serta jenis-jenis keberatan pelanggan;
- menerapkan lima langkah menanggapi keberatan dan langkah menangani keluhan;
- bertindak dalam batas wewenang, meneruskan ke atasan bila perlu, dan mengikuti alur penjualan tatap muka.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

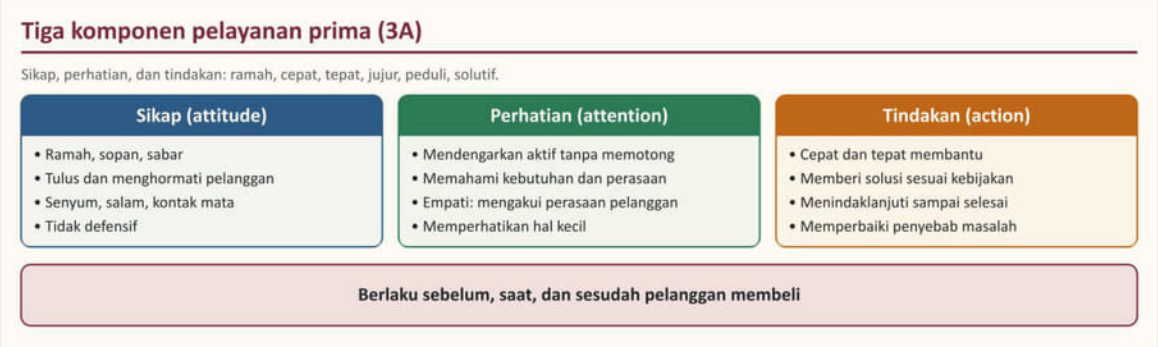
◆ KONSEP INTI

1. Apa itu pelayanan prima?

Pelayanan prima (*service excellence*) adalah melayani pelanggan dengan **sangat baik, bahkan melebihi harapan mereka**, sehingga pelanggan merasa dihargai dan mau kembali. Di dunia ritel, produk sering mirip dan harganya bersaing. Yang membedakan satu toko dari toko lain sering kali adalah cara pelanggan diperlakukan.

Pelayanan prima bertumpu pada tiga komponen yang mudah diingat sebagai **3A**, seperti pada Gambar 5.10:

1. **Sikap (*attitude*):** cara bersikap kepada pelanggan: ramah, sopan, sabar, tulus, dan menghormati.
2. **Perhatian (*attention*):** kepedulian pada kebutuhan dan perasaan pelanggan: mendengarkan, memahami, dan memperhatikan hal kecil.
3. **Tindakan (*action*):** langkah nyata yang membantu: cepat, tepat, dan menyelesaikan masalah.



Gambar 5.10 Sikap, perhatian, dan tindakan sebagai tiga komponen pelayanan prima beserta ciri-cirinya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Kisi-kisi menyebut tiga hal: **sikap, komunikasi, dan penanganan keberatan pelanggan**. Komunikasi adalah cara sikap dan perhatian disampaikan, dan penanganan keberatan adalah tindakan nyata yang dibahas lebih rinci di bawah.

Ciri pelayanan prima: **ramah, cepat, tepat, jujur, peduli, dan solutif**. Pelayanan prima berlaku **sebelum** pelanggan membeli (menyapa, memberi informasi), **saat** membeli (memudahkan transaksi), dan **sesudah** membeli (menindaklanjuti dan menangani keluhan).

2. Komunikasi dalam pelayanan

Komunikasi yang baik membuat pelanggan merasa dipahami. Unsur-unsurnya:

- **Menyapa dengan ramah:** salam, senyum, dan kontak mata.
- **Mendengarkan aktif:** tidak memotong pembicaraan, menunjukkan perhatian lewat anggukan dan tatapan, lalu mengulang inti keluhan untuk memastikan paham ("Jadi bahannya terasa tipis menurut Kakak, ya?").
- **Empati:** mengakui perasaan pelanggan ("Saya mengerti Kakak kecewa, dan terima kasih sudah menyampaikan").

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- **Bahasa yang sopan dan jelas:** memakai kata yang dipahami pelanggan, tidak berbelit dan tidak merendahkan.
- **Nada suara dan bahasa tubuh** yang tenang, tidak defensif, tidak menunjuk atau menyilangkan tangan dengan wajah masam.
- **Pada komunikasi daring:** membalas cepat, memakai sapaan, menulis kalimat sopan dan lengkap, dan menghindari huruf kapital berlebihan yang terkesan membentak.

Perhatikan bahwa **empati tidak berarti membenarkan semua yang dikatakan pelanggan**. Empati berarti mengakui perasaannya, lalu membantu mencari penyelesaian berdasarkan fakta dan kebijakan.

3. Keberatan dan keluhan

Dua istilah ini sering tertukar.

- **Keberatan** adalah **keraguan atau penolakan yang disampaikan pelanggan sebelum membeli** (atau saat hampir memutuskan). Keberatan menunjukkan pelanggan masih tertarik tetapi ada hal yang mengganjal.
- **Keluhan** adalah **ketidakpuasan atas layanan atau barang yang sudah diterima**: barang rusak, terlambat, salah kirim, atau sikap pelayan yang kurang baik.

Jenis keberatan yang sering muncul, lengkap dengan contoh pernyataannya:

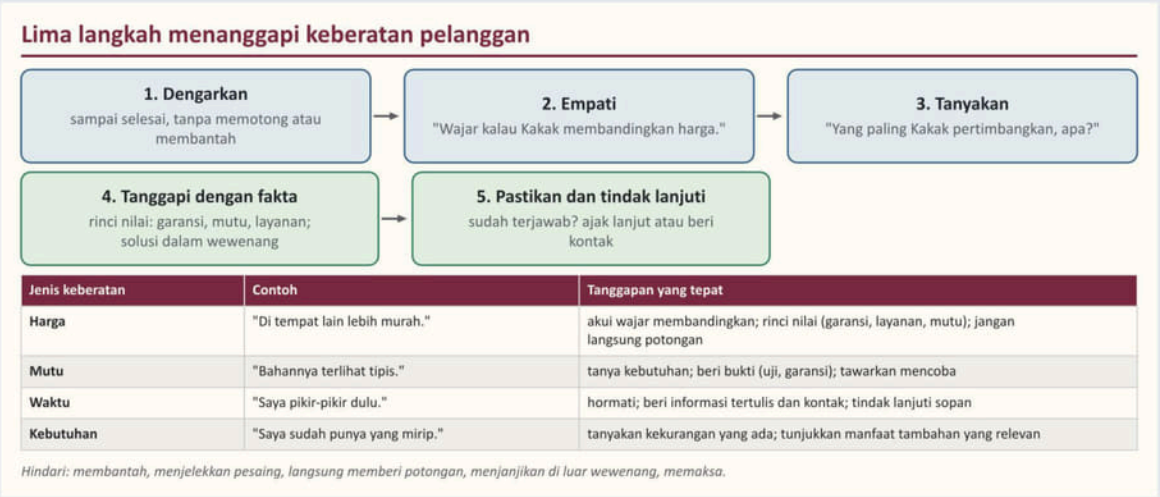
Jenis	Contoh pernyataan
Harga	"Mahal, ya." "Di tempat lain lebih murah."
Mutu atau kepercayaan	"Bahannya kelihatan tipis." "Apa awet?"
Waktu	"Saya pikir-pikir dulu." "Nanti saja belinya."
Kebutuhan	"Saya sudah punya yang mirip."
Layanan atau pengiriman	"Takut barangnya terlambat."
Kepercayaan pada penjual	"Toko ini baru, saya belum yakin."

Penting dipahami: **keberatan bukan penolakan akhir**. Sering kali keberatan hanyalah pertanyaan yang belum terjawab. Pelayan yang menanggapinya dengan baik dapat mengubah keraguan menjadi pembelian dan kepercayaan.

4. Lima langkah menanggapi keberatan

Gambar 5.11 menunjukkan lima langkah menanggapi keberatan. Hapalkan urutannya karena sangat sering menjadi dasar jawaban benar.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan



Gambar 5.11 Lima langkah menanggapi keberatan beserta contoh kalimatnya. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Dengarkan sampai selesai** tanpa memotong dan tanpa membantah.
2. **Tunjukkan empati:** akui perasaan atau pertimbangan pelanggan. "Wajar kalau Kakak membandingkan harga."
3. **Tanyakan dan pahami alasan sebenarnya.** "Yang paling Kakak pertimbangkan, harga saja atau ada hal lain?"
4. **Beri tanggapan berdasarkan fakta:** jelaskan nilai yang diterima (garansi, layanan, mutu, bukti), bandingkan secara jujur, dan tawarkan solusi yang masih dalam wewenang.
5. **Pastikan dan tindak lanjuti:** tanyakan apakah penjelasan sudah menjawab, ajak melanjutkan bila pelanggan siap, atau berikan kontak bila ia masih ingin berpikir.

Beberapa **hal yang harus dihindari** saat menanggapi keberatan:

- **Membantah atau menyalahkan** pelanggan atau pesaing ("Toko daring itu sering menipu").
- **Langsung memberi potongan harga** sebelum memahami keberatan sebenarnya. Potongan hanya mengubah harga, belum tentu menjawab keraguan.
- **Menjanjikan di luar wewenang,** misalnya potongan yang tidak boleh diberikan petugas.
- **Mengabaikan atau mengalihkan** pembicaraan.
- **Memaksa membeli.**

Tanggapan yang tepat terhadap keberatan harga biasanya **merinci nilai yang diperoleh pelanggan** (garansi resmi, layanan antar dan pasang, pengecekan gratis, keawetan) setelah mengakui bahwa membandingkan harga itu wajar. Bukan membantah, bukan sekadar memberi potongan sesuai wewenang, dan bukan menjelek-jelekkan pesaing.

5. Menangani keluhan

Keluhan menuntut langkah yang sedikit berbeda karena pelanggan sudah kecewa. Urutannya:

1. **Dengarkan** tanpa menyela dan tanpa membela diri.
2. **Minta maaf dengan tulus** atas ketidaknyamanan yang dialami, dengan menyebut masalahnya secara spesifik ("Mohon maaf pesanan Kakak terlambat dua hari dan ukurannya keliru").

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. **Tanyakan rincian dan minta bukti** bila perlu (foto, nota) tanpa terkesan menuduh.
4. **Tawarkan solusi sesuai kebijakan:** penukaran, perbaikan, pengiriman ulang, atau pengembalian dana. Lakukan dengan cepat.
5. **Perbaiki penyebabnya** agar tidak terulang, misalnya memperbaiki cara mencatat pesanan, dan sampaikan perbaikannya kepada pelanggan.
6. **Tindak lanjuti:** pastikan pelanggan puas dan catat keluhan untuk perbaikan.

Pada keluhan di ulasan atau media daring, balasan bersifat terbuka dan dibaca calon pelanggan lain. Karena itu: balas dengan sopan, sebut masalah secara spesifik, minta maaf, tawarkan solusi, dan arahkan percakapan lanjutan lewat pesan pribadi bila perlu. Jangan berdebat di kolom balasan.

Hal yang tidak tepat dalam menangani keluhan:

- **Menyalahkan pihak lain** (kurir, pemasok) dan berkata toko tidak bertanggung jawab. Toko tetap bertanggung jawab atas pelayanan kepada pelanggan, sambil menindaklanjuti pihak ketiga.
- **Memberi syarat agar pelanggan menghapus ulasan** sebagai imbalan penggantian. Itu menekan pelanggan.
- **Menukar atau mengganti tanpa mendengarkan** perasaan pelanggan yang sedang kecewa.
- **Menolak mentah-mentah** tanpa memeriksa kebijakan dan bukti.
- **Menunda tanpa kabar.**

6. Wewenang dan eskalasi

Setiap petugas memiliki **wewenang**, yaitu batas keputusan yang boleh ia ambil sendiri: batas potongan harga, jenis penukaran, atau besar pengembalian dana. Pelayanan prima tidak berarti menjanjikan segalanya. Yang tepat:

- **Bertindak dalam wewenang.** Berikan solusi yang memang boleh diberikan.
- **Jangan menjanjikan di luar wewenang,** lalu meminta persetujuan belakangan. Janji yang tidak ditepati menambah kekecewaan.
- **Teruskan ke atasan (eskalasi)** bila permintaan di luar wewenang: sampaikan rangkuman masalah dengan jelas, sehingga pelanggan tidak perlu mengulang cerita.
- **Beri tahu pelanggan langkah berikutnya dan waktunya** ("Saya sampaikan kepada kepala toko; kami kabari paling lambat besok sore").

7. Alur penjualan tatap muka

Pelayanan prima berjalan dalam alur penjualan. Gambar 5.12 menunjukkan enam langkah penjualan tatap muka, dan letak penanganan keberatan di dalamnya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan



Gambar 5.12 Enam langkah penjualan tatap muka dari menyambut sampai menindaklanjuti. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

1. **Menyambut:** salam, senyum, tawarkan bantuan tanpa menekan.
2. **Menggali kebutuhan:** bertanya tentang keperluan, anggaran, dan pertimbangan pelanggan.
3. **Menawarkan atau mempresentasikan:** pilih produk yang sesuai kebutuhan dan jelaskan manfaatnya.
4. **Menangani keberatan:** lima langkah di atas.
5. **Menutup penjualan:** membantu pelanggan memutuskan dan membayar bila ia siap.
6. **Menindaklanjuti:** terima kasih, informasi garansi, dan menanyakan kepuasan.

Teknik menutup yang baik tidak memaksa. Misalnya menawarkan pilihan ("Mau dibawa sekarang atau diantar besok?") bukan mendesak.

8. Contoh percakapan beranotasi

Gambar 5.13 menunjukkan percakapan menanggapi keberatan mutu, dengan setiap kalimat diberi catatan langkahnya.



Gambar 5.13 Percakapan rekaan di toko tas yang menanggapi keberatan mutu, dengan anotasi langkah. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Catatan tambahan: pelayanan lewat telepon dan pesan

Pelayanan prima juga berlaku ketika pelanggan tidak terlihat. **Lewat telepon:** angkat dalam waktu singkat, sapa dengan salam dan sebut nama usaha serta nama sendiri, bicara dengan nada ramah dan jelas, catat inti permintaan, ulangi untuk memastikan, dan tutup dengan ucapan terima kasih. **Lewat pesan:** balas dengan cepat, awali dengan sapaan, tulis kalimat sopan dan lengkap, sebut nama pelanggan bila ada, dan jangan memakai huruf kapital semua yang terkesan membentak. Bila jawaban memerlukan waktu, beri kabar bahwa pesan sudah diterima dan kapan akan dijawab, sehingga pelanggan tidak merasa diabaikan.

Catatan tambahan: meredakan pelanggan yang marah

Pelanggan yang sangat marah belum bisa diajak berdiskusi tentang solusi. Langkah awal adalah **menurunkan ketegangan**: biarkan ia menyampaikan semuanya tanpa dipotong, jaga suara tetap tenang dan rendah, sebut namanya, dan akui perasaannya ("Saya mengerti Bapak sangat kesal, dan saya ingin membantu"). Jangan membalas dengan nada tinggi dan jangan menanggapi kata-kata kasar secara pribadi. Setelah ia lebih tenang, barulah tanyakan rincian dan tawarkan solusi sesuai kebijakan. Bila marah berlanjut hingga mengancam, hentikan dengan sopan dan panggil atasan atau petugas keamanan.

Catatan tambahan: mengukur kepuasan pelanggan

Usaha yang ingin meningkatkan pelayanan perlu mengukur kepuasan. Cara sederhananya: menanyakan satu pertanyaan singkat setelah transaksi ("Dari 1 sampai 5, seberapa puas Kakak hari ini?"), mencatat keluhan yang berulang, dan memeriksa rating serta ulasan. Hasilnya dipakai untuk memperbaiki penyebab, misalnya menambah petugas pada jam ramai. Pengukuran yang dibiarkan tanpa tindak lanjut tidak ada gunanya.

9. Kesalahan umum

- **Membantah** keberatan pelanggan.
- **Langsung memberi potongan** tanpa memahami keberatan.
- **Menjanjikan di luar wewenang.**
- **Menjelek-jelekkan pesaing.**
- **Menyalahkan pihak lain** (kurir, pemasok) sebagai jawaban atas keluhan.
- **Meminta pelanggan menghapus ulasan** sebagai syarat penggantian.
- **Menggantikan barang tanpa mendengarkan** perasaan pelanggan.
- **Memaksa menutup penjualan.**

10. Ringkasan: yang harus kamu ingat

- Pelayanan prima = **sikap, perhatian, tindakan** (3A): ramah, cepat, tepat, jujur, peduli, solutif.
- **Keberatan** = keraguan sebelum membeli; **keluhan** = kecewa setelah menerima layanan.
- Lima langkah keberatan: **dengarkan → empati → tanyakan → tanggapi dengan fakta → pastikan dan tindak lanjuti**.
- Keluhan: dengarkan → minta maaf spesifik → tanya rincian → solusi sesuai kebijakan →

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

perbaiki penyebab → tindak lanjuti.

- Bertindak dalam wewenang; di luar wewenang diteruskan ke atasan dengan rangkuman dan kabar kepada pelanggan.
- Hindari membantah, menyalahkan, memberi syarat penghapusan ulasan, dan menjanjikan di luar wewenang.
- Peta konsep sub bab ini ada pada Gambar 5.14 di akhir bagian ini.

CONTOH TERSELESAIKAN

Contoh 1 — Menanggapi keberatan mutu

Di sebuah toko tas rekaan, seorang pelanggan memegang tas ransel dan berkata, "Bahannya kelihatan tipis, apa tahan lama?" Toko memberi garansi jahitan satu tahun dan sudah menguji beban 10 kilogram. Pilih tanggapan terbaik pramuniaga: (a) "Tidak tipis, Kak, itu bahan yang bagus." (b) "Wajar kalau Kakak ingin yang awet. Kakak biasanya membawa beban sekitar berapa? Tas ini sudah diuji menahan 10 kilogram dan bergaransi jahitan satu tahun." (c) "Kalau begitu saya beri potongan Rp20.000, ya." (d) "Tas toko lain malah lebih cepat sobek."

Langkah.

1. Jenis: keberatan mutu.
2. Cocokkan dengan lima langkah: dengarkan (sudah), empati (wajar), tanyakan (beban biasanya berapa), tanggapi dengan fakta (diuji, garansi), pastikan.
3. (a) membantah; (c) langsung potongan tanpa menjawab keraguan; (d) menjelekkan pesaing.
4. (b) memenuhi semua langkah.

Jawaban: (b).

Contoh 2 — Permintaan di luar wewenang

Seorang pelanggan membawa sepatu yang solnya lepas setelah dua bulan dan meminta uang kembali Rp300.000. Kebijakan toko: garansi tiga bulan untuk perbaikan atau penukaran; pengembalian dana hanya dengan persetujuan manajer. Pramuniaga hanya berwenang menukar atau memperbaiki. Tanggapan yang tepat adalah (a) menjanjikan pengembalian dana lalu meminta persetujuan manajer nanti; (b) meminta maaf, memeriksa nota dan sepatu, menawarkan penukaran atau perbaikan sesuai wewenang, dan meneruskan permintaan dana kepada manajer sambil memberi tahu kapan ada kabar; (c) menolak karena sepatu sudah dipakai dua bulan; (d) menyuruh pelanggan datang lagi besok tanpa penjelasan.

Langkah.

1. Jenis: keluhan dengan permintaan yang sebagian di luar wewenang.
2. (a) menjanjikan di luar wewenang; (c) menolak tanpa memeriksa kebijakan (masih dalam garansi tiga bulan); (d) menunda tanpa kabar.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. (b) meminta maaf, memeriksa, memberi solusi dalam wewenang, meneruskan permintaan, dan memberi tahu langkah berikutnya.

Jawaban: (b).

Contoh 3 — Keluhan di media sosial

Sebuah bengkel motor rekaan menerima komentar di media sosial: "Dijanjikan selesai Selasa, baru jadi Jumat, dan tidak ada kabar sama sekali." Pemeriksaan menunjukkan suku cadang memang terlambat datang dari pemasok, dan bengkel tidak mengabari pelanggan. Pilih tanggapan yang paling sesuai pelayanan prima:

(a) "Maaf, Kak, suku cadangnya terlambat dari pemasok, bukan salah kami." (b) "Mohon maaf atas keterlambatan dan karena kami tidak mengabari Kakak sejak Selasa. Sebagai permintaan maaf, kami beri servis ringan gratis bulan depan, dan mulai sekarang kami mengabari pelanggan lewat pesan bila ada keterlambatan. Boleh kami hubungi lewat pesan pribadi?" (c) "Kami hapus komentar Kakak ya, dan kami beri diskon bila bersedia."

Langkah.

1. Jenis: keluhan layanan di tempat terbuka.
2. (a) menyalahkan pemasok dan tidak meminta maaf secara tulus; (c) menekan pelanggan agar menghapus komentar.
3. (b) meminta maaf secara spesifik (terlambat dan tidak ada kabar), memberi solusi sesuai kebijakan, memperbaiki penyebab (mengabari bila terlambat), dan melanjutkan lewat pesan pribadi.

Jawaban: (b). Meskipun penyebab keterlambatan ada pada pemasok, bengkel tetap bertanggung jawab atas pelayanan kepada pelanggannya.

❖ PETA KONSEP



Gambar 5.14 Peta konsep pelayanan prima dan menghadapi keberatan pelanggan. Sumber: digambar oleh Tim Next Level Study Indonesia.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

▲ STRATEGI DAN JEBAKAN

Langkah menjawab soal pelayanan prima:

1. **Tentukan jenis kejadian:** keberatan (sebelum membeli) atau keluhan (sesudah menerima layanan).
2. **Garis bawahi wewenang dan kebijakan** yang disebut di soal (batas potongan, masa penukaran, syarat nota).
3. **Cari tanggapan yang memuat urutan sikap yang benar:** mendengarkan, empati atau meminta maaf, memeriksa atau menanyakan, memberi solusi dalam wewenang dan kebijakan, menindaklanjuti.
4. **Coret** tanggapan yang membantah, menyalahkan, menjelekkan, menjanjikan di luar wewenang, memberi syarat penghapusan ulasan, atau menunda tanpa kabar.
5. **Pada soal memilih lebih dari satu,** nilai tiap pernyataan satu per satu.

Jebakan yang sering dipasang:

- **Potongan harga langsung** karena terlihat "membantu".
- **Membandingkan spesifikasi** panjang lebar tanpa menanggapi keberatan.
- **Menjelek-jelekkan toko daring atau pesaing.**
- **Menjanjikan lebih dari wewenang** lalu meminta persetujuan belakangan.
- **Menukar barang tanpa memeriksa nota** atau tanpa menanggapi perasaan pelanggan.
- **Menolak karena aturan** yang sebenarnya tidak berlaku (misalnya kardus yang tidak diwajibkan).
- **Menyalahkan kurir** atau pihak lain.

> Contoh salah tafsir: seorang siswa menjawab bahwa tanggapan terbaik atas keberatan harga adalah langsung memberi potongan terbesar yang boleh diberikan petugas, karena "pelanggan pasti senang". Potongan itu mungkin tetap tidak menjawab keberatan, dan petugas belum tahu apa yang sebenarnya dipertimbangkan pelanggan. Langkah yang tepat adalah mengakui keberatan, bertanya, lalu menjelaskan nilai yang diperoleh pelanggan.

• BEDAH SOAL PREDIKSI

Soal berikut menggambarkan pelanggan yang mengeluh harga lebih murah di toko daring, sementara petugas hanya berwenang memberi potongan terbatas. Terapkan lima langkah menanggapi keberatan dan perhatikan batas wewenang.

►. Pak Ridwan hendak membeli mesin cuci di toko elektronik tempat Arif bekerja (2027). Ia berkata, "Tipe yang sama persis di toko daring lebih murah Rp150.000." Toko Arif memberi garansi resmi dua tahun, gratis antar dan pasang pada hari yang sama, serta pengecekan gratis setelah tiga bulan. Arif hanya berwenang memberi potongan paling banyak Rp50.000.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Tanggapan Arif yang paling tepat adalah ....

A. Langsung memberi potongan Rp50.000 sesuai wewenang agar selisih harga mengecil
B. Menjelaskan bahwa toko daring sering mengirim barang yang tidak sesuai pesanan
C. Menjanjikan potongan Rp150.000, lalu meminta persetujuan kepala toko belakangan
D. Memahami keberatannya, lalu merinci garansi, antar-pasang, dan cek gratis
E. Membandingkan spesifikasi kedua mesin cuci satu per satu untuk mencari perbedaan

Pembahasan **Kunci: D**

Konsep: Pelayanan prima menanggapi keberatan harga dengan empati, lalu menunjukkan nilai tambah produk atau layanan yang benar-benar ada. Penjual tidak menjelekkan pesaing, tidak melampaui wewenang, dan tidak melepaskan pelanggan begitu saja.

Langkah:

1. Keberatan: selisih harga Rp150.000 untuk tipe yang sama.
2. Nilai tambah toko: garansi resmi dua tahun, antar dan pasang hari itu, cek gratis tiga bulan.
3. Wewenang potongan hanya Rp50.000 → tidak boleh menjanjikan Rp150.000.
4. Respons terbaik: berempati lalu menjelaskan nilai tambah yang menutup selisih harga.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: potongan itu memang dalam wewenang Arif, tetapi selisih tetap Rp100.000 dan pelanggan belum tahu nilai tambah yang membuat harga toko sepadan; potongan diberikan terlalu cepat.
• **B.** ✗ Menjelekkan pesaing tidak etis dan tidak menjelaskan kelebihan toko sendiri.
• **C.** ✗ Jebakan: pelanggan senang, tetapi Arif menjanjikan sesuatu di luar wewenangnya (paling banyak Rp50.000) sebelum ada persetujuan.
• **D.** ✓ Mengakui keberatan dan merinci nilai tambah yang nyata menjawab alasan selisih harga.
• **E.** ✗ Pak Ridwan sudah menyebut tipenya sama persis, sehingga membandingkan spesifikasi tidak menjawab keberatannya.

Jawaban: D.

✎ LATIHAN

Tulis dulu jenis kejadian (keberatan atau keluhan), kebijakan yang disebut, dan wewenang petugas. Lalu pilih tanggapan yang memenuhi urutan pelayanan prima.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

1. Toko daring Sambal Nusantara menerima ulasan bintang satu pada April 2027: "Paket telat 5 hari, botol sambal bocor, kardus penyok, isinya tumpah ke mana-mana!" Setelah diperiksa, kurir memang terlambat mengantar, tetapi toko juga mengemas botol tanpa plastik gelembung dan tanpa segel tambahan pada tutupnya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tanggapan toko yang sesuai dengan pelayanan prima adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Meminta maaf di kolom balasan dan menyebut masalah yang dialami pembeli secara spesifik.
☐ B. Menawarkan kiriman pengganti atau pengembalian dana setelah pembeli mengirim foto paket.
☐ C. Menjelaskan bahwa masalahnya kesalahan kurir sehingga toko tidak dapat bertanggung jawab.
☐ D. Memperbaiki kemasan dengan plastik gelembung dan segel, lalu menyampaikan perbaikan itu.
☐ E. Memberikan penggantian dengan syarat pembeli menghapus ulasan bintang satu yang ditulisnya.

2. Kebijakan Toko Elektronik Sinar (2027): barang rusak dapat ditukar dalam 7 hari bila pelanggan membawa nota; kardus kemasan tidak wajib. Bu Endah datang dengan wajah kesal membawa blender yang dibeli tiga hari lalu. Blender itu tidak mau berputar, dan ia membawa nota tetapi tidak membawa kardusnya. Ia berkata, "Baru tiga hari sudah rusak, saya kecewa sekali!"
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tanggapan pramuniaga yang paling tepat adalah ....

A. Menolak penukaran karena barang yang dikembalikan harus disertai kardusnya
B. Menyarankan Bu Endah langsung membawa blender ke pusat servis pabrik sendiri
C. Mendengarkan keluhan, meminta maaf, memeriksa nota, lalu menukar blendernya
D. Menukar blender tanpa memeriksa nota agar Bu Endah tidak semakin marah
E. Menukar blender setelah memeriksa nota tanpa menanggapi rasa kecewa Bu Endah

Kunci singkat: 1. A, B, D 2. C

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

✔ PERIKSA DIRI

- Apa perbedaan keberatan dan keluhan? Berikan masing-masing satu contoh.
- Mengapa menjanjikan potongan di luar wewenang lalu meminta persetujuan belakangan bukan tanggapan yang tepat?
- **Yang harus kuingat:** dengarkan, empati, tanyakan, tanggapi dengan fakta, pastikan; minta maaf yang spesifik pada keluhan; bertindak dalam wewenang; jangan membantah atau menyalahkan.



Latihan interaktif di LMS

Sub bab 5.3: kerjakan latihannya dan lihat progresmu.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-5.3

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Kuis Akhir Bab 5

SMKPEM-KB5

Jumlah soal: 25 **Waktu anjuran:** 60 menit

Kerjakan sendiri dan berwaktu. Setelah selesai, cocokkan dengan kunci di Bagian D, isi tabel skor, lalu lihat anjuran di bawahnya.

Kerjakan Kuis Bab 5 di LMS

Skor dan progresmu tersimpan di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-KB5

1. Seorang pengunjung toko tas berkata, "Lihat-lihat dulu ya," lalu mengambil brosur dan berjalan ke arah pintu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tanggapan pramuniaga yang paling tepat adalah ....

A. mempersilakan dengan ramah dan menyampaikan boleh bertanya kapan saja
B. mengikuti sampai pintu sambil terus menawarkan potongan harga besar
C. menghentikan pengunjung lalu menjelaskan seluruh jenis tas satu per satu
D. menyatakan bahwa brosur hanya boleh dibawa oleh yang membeli tas
E. mengabaikan pengunjung tanpa menyapa karena belum ada sinyal membeli

2. Seorang pelanggan kembali untuk ketiga kalinya ke rak tas kulit cokelat yang sama, memeriksa jahitannya, lalu membuka dompet untuk menghitung uang.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan pramuniaga yang paling tepat adalah ....

A. membiarkan sampai pelanggan sendiri yang memanggil pramuniaga
B. menurunkan harga sepertiga sebelum pelanggan menanyakan harganya
C. mendesak segera membayar dengan alasan stok tinggal satu buah
D. menawarkan seluruh tas lain agar pelanggan memiliki lebih banyak pilihan
E. mendekat dengan sopan, menawarkan dibungkus, dan menjelaskan cara bayar

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Di toko alat musik Nada Kita, seorang pengunjung memegang gitar akustik, memeriksa senarnya, lalu bertanya, "Garansinya berapa lama? Bisa dikirim ke luar kota?"
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perilaku dan ucapan pengunjung itu menunjukkan ....

A. belum berminat membeli, karena ia hanya mencoba memegang gitarnya
B. sinyal menolak, karena ia mengajukan terlalu banyak pertanyaan
C. rasa ingin tahu umum, karena ia memeriksa senar gitar dengan teliti
D. sinyal membeli, karena ia menanyakan garansi dan pengiriman
E. perilaku yang perlu diabaikan karena ia hanya mengisi waktu luang

4. Persona toko aksesori Kilau Remaja: Dini (nama rekaan), 16 tahun, siswa SMA, uang saku terbatas, menonton video pendek setiap hari, menyukai bahasa santai, dan membeli setelah melihat temannya memakai barang itu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan promosi yang selaras dengan persona tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Membagikan brosur resmi berbahasa baku di kantor pos kecamatan.
☐ B. Membuat video pendek berbahasa santai dengan teman memakai aksesori.
☐ C. Mencantumkan harga ramah pelajar dan cara pesan mudah di keterangan.
☐ D. Menekankan kesan mewah dan eksklusif dengan harga tinggi.
☐ E. Persona itu menjamin bahwa semua remaja akan membeli produk.

5. Toko aksesori daring Pita Kita mewawancarai tiga pelanggannya.

Pelanggan	Usia	Pekerjaan	Cara belanja	Keberatan utama
1	24	Staf kantor	Ponsel, malam hari	Ongkos kirim
2	27	Perawat bergilir	Ponsel, malam hari	Ongkos kirim
3	29	Karyawan toko berjadwal padat	Ponsel, malam hari	Lama barang sampai

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Rumusan persona yang paling sesuai dengan data tersebut adalah ....

A. pekerja muda berjadwal padat, berbelanja lewat ponsel malam hari, keberatan ongkos kirim
B. ibu rumah tangga yang berbelanja pagi hari di pasar dan keberatan pada mutu bahan
C. pelajar yang berbelanja lewat ponsel siang hari dan keberatan pada harga barang
D. pekerja muda yang berbelanja langsung ke toko pada akhir pekan dan keberatan pada garansi
E. pekerja muda berjadwal padat, berbelanja lewat ponsel malam hari, keberatan ketersediaan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

6. Tim pemasaran sepatu waterproof menyusun pesan: (1) "Sepatu basah saat hujan?" (2) "Sepatu ringan, bahan tahan air, garansi 1 tahun." (3) "Bayangkan kaki tetap kering sepanjang hari, tanpa takut genangan." (4) "Pesan sekarang lewat nomor di bawah ini." *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Kalimat nomor 3 berperan pada tahap AIDA ....

A. Attention, karena menarik perhatian pembaca pada awal pesan
B. Interest, karena memberi informasi bahan dan garansi produk
C. Action, karena mengajak pembaca untuk segera memesan
D. Persuasi, karena memaksa pembaca agar mau membeli sepatu
E. Desire, karena membangkitkan keinginan memiliki produk

7. Pemilik toko alat lukis Warna Kita menyusun buyer persona hanya dari perkiraannya sendiri tanpa bertanya kepada pelanggan mana pun.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan yang paling tepat adalah ....

A. menambah foto tokoh yang lebih menarik agar persona tampak lebih nyata
B. menyamakan persona dengan seluruh pembeli supaya lebih mudah diingat
C. mewawancarai pelanggan dan menelaah catatan pembelian untuk persona
D. mengganti persona dengan daftar semua produk beserta harganya
E. menunggu pesaing menyusun persona lalu menirunya apa adanya

8. Toko alat lukis Warna Kita menyusun persona "Rina" (rekaan) dari wawancara. Seorang pegawai berkata bahwa persona sama dengan segmen pasar.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Persona dan segmen pasar sama persis karena sama-sama kelompok pelanggan.	○	○
Persona adalah gambaran satu tokoh rekaan yang mewakili sekelompok pelanggan.	○	○
Segmen adalah kelompok pelanggan berciri serupa, sedangkan persona melukiskannya sebagai tokoh yang lebih rinci.	○	○

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

9. Seorang pramuniaga toko jam tangan mencatat lima perilaku pengunjung pada Sabtu siang. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Perilaku yang tergolong sinyal membeli adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Memuji desain etalase toko lalu berjalan keluar.
☐ B. Mengambil brosur lalu segera meninggalkan toko.
☐ C. Menanyakan apakah jam dapat ditukar bila ukuran tali tidak pas.
☐ D. Menanyakan letak toilet di dalam pusat perbelanjaan.
☐ E. Menanyakan cicilan dan lama garansi.

10. Toko pakaian kerja Rapi Pagi menyusun buyer persona pelanggan utamanya seperti pada gambar. Pemilik ingin satu rencana promosi untuk pekan depan. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Rencana promosi yang paling sesuai dengan persona tersebut adalah ....

Kartu Buyer Persona: Toko Pakaian Kerja Rapi Pagi

Tokoh rekaan yang mewakili pelanggan utama.

W

Bu Wulan (nama rekaan)
36 tahun · pegawai kantor · ibu dua anak

Kebiasaan belanja
Malam hari lewat ponsel, setelah anak-anak tidur.

Kebutuhan
Pakaian kerja yang rapi dan mudah dirawat.

Keberatan
Takut ukuran tidak pas dan bahan tidak sesuai dengan foto.

Media yang dipakai
Grup WhatsApp keluarga dan media sosial.

Gaya bahasa yang disukai
Ramah, ringkas, dan jelas.

A. memasang iklan radio pagi hari dengan bahasa lucu yang ditujukan bagi remaja
B. mengirim katalog ringkas ke grup WhatsApp malam hari beserta tabel ukuran
C. membagikan brosur di terminal pada siang hari dengan daftar harga lengkap
D. mengunggah video panjang berbahasa gaul di pagi hari tanpa keterangan ukuran
E. memberi diskon 50 % tanpa informasi bahan dan ukuran agar cepat laris

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

11. Kedai kopi Teras Ilmu menyasar mahasiswa yang mencari tempat belajar. Admin menyusun lima kalimat promosi.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Kalimat yang paling sesuai persona dan jujur adalah ....

A. Kopi terenak sedunia, dijamin membuat nilai ujianmu pasti naik!
B. Kedai terbaik, terbaik, dan terbaik; segera kunjungi kami sekarang juga!
C. Kopi susu Rp15.000, ada colokan di tiap meja, buka sampai pukul 22.00
D. Dengan hormat kami umumkan pembukaan gerai bagi seluruh lapisan masyarakat.
E. Kopi kami diminum para juara; yang tidak meminumnya pasti tertinggal.

12. Persona toko alat kesehatan rumah Sehat Selalu: Pak Wayan (rekaan), 58 tahun, pensiunan, ingin membeli alat pengukur tekanan darah, kurang akrab dengan istilah teknis, menyukai penjelasan hormat dan langkah yang sederhana.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Bahasa promosi yang sesuai persona adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Memakai kalimat hormat dan menjelaskan langkah memakai alat secara sederhana.
☐ B. Memakai banyak istilah teknis berbahasa asing agar terlihat profesional.
☐ C. Menjanjikan bahwa alat itu menyembuhkan tekanan darah tinggi.
☐ D. Menyebut hasil uji dan masa garansi alat sebagai bukti kualitas.
☐ E. Memakai bahasa gaul remaja dan singkatan agar terkesan akrab.

13. Seorang pelanggan menelepon toko perlengkapan sekolah dengan nada tinggi karena pesanannya, berupa 10 buku tulis, tiba berisi 10 pensil. Petugas telepon baru menangani pelanggan itu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan petugas yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Menjelaskan bahwa kesalahan ada pada kurir agar toko tidak disalahkan.
☐ B. Menjanjikan ganti rugi dua kali lipat yang bukan wewenangnya.
☐ C. Menutup telepon bila pelanggan terus meninggikan suara dalam percakapan.
☐ D. Meminta maaf dan mendengarkan pelanggan tanpa membela diri.
☐ E. Memeriksa pesanan dan menawarkan penggantian atau meneruskan kepada atasan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

14. Toko peralatan dapur Dapur Rapi menetapkan kewenangan petugas:

Permintaan pelanggan	Yang berwenang
Tukar barang rusak dalam 7 hari	Petugas
Potongan harga sampai 5 %	Petugas
Potongan harga di atas 5 %	Manajer
Pengembalian uang tunai	Manajer

Seorang pelanggan membeli wajan yang kotaknya penyok, dan meminta potongan 15 %. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Tindakan petugas yang paling tepat adalah ....

A. menawarkan potongan 5 % atau tukar kotak, lalu meneruskan permintaan 15 % ke manajer
B. langsung menyetujui potongan 15 % agar pelanggan puas tanpa menunggu persetujuan manajer
C. menolak permintaan dengan tegas dan menyatakan kotak penyok bukan alasan potongan
D. menjanjikan pengembalian uang tunai karena pelanggan berhak menukar barang rusak
E. menyuruh pelanggan datang kembali besok tanpa menawarkan bantuan apa pun hari ini

15. Toko perlengkapan kemah Rimba Kita mencoba tiga cara promosi selama dua pekan.

Cara promosi	Biaya	Jangkauan	Pesanan
Spanduk	Rp200.000	3.000	4
Siaran WhatsApp	Rp90.000	600	18
Media sosial berbayar	Rp300.000	12.000	30

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat berdasarkan tabel adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Spanduk paling efektif karena dilihat banyak orang yang melewati jalan raya.
☐ B. Siaran WhatsApp memiliki biaya per pesanan terendah, yaitu Rp5.000.
☐ C. Media sosial berbayar paling efektif karena memiliki jangkauan terbesar.
☐ D. Media sosial berbayar paling luas, tetapi biaya per pesanannya dua kali WhatsApp.
☐ E. Efektivitas promosi hanya diukur dari jumlah orang yang terjangkau.

16. Seorang calon pembeli kipas angin berkata, "Saya pikir-pikir dulu ya." Pramuniaga merasa pelanggan masih tertarik.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Mendengarkan sampai pelanggan selesai tanpa memotong pembicaraannya.
☐ B. Langsung menawarkan potongan harga sebelum mengetahui penyebab keraguannya.
☐ C. Menanyakan dengan sopan hal yang paling dipertimbangkan pelanggan.
☐ D. Menyatakan bahwa keraguan pelanggan tidak beralasan.
☐ E. Menyebut bahwa toko lain menjual kipas angin yang kurang bagus.

17. Pesan awal sebuah toko kue: "Kue terbaik sedunia, nikmat tiada tara, wajib dibeli oleh siapa pun!!!" Pemilik meminta perbaikan agar lebih meyakinkan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Menambah beberapa tanda seru agar pesan tampak lebih meyakinkan.
☐ B. Menambahkan harga, ukuran, dan cara memesan pada pesan tersebut.
☐ C. Mengganti kata Indonesia dengan istilah asing agar tampak berkelas.
☐ D. Memperbanyak kata sifat positif agar pesan terdengar lebih indah.
☐ E. Mengganti klaim "terbaik sedunia" dengan fakta bahan dan cara membuat.

18. Dua pelanggan datang ke toko perlengkapan rumah. Pelanggan P bertanya, "Kalau nanti rusak, bisa ditukar?" Pelanggan Q berkata, "Panci yang saya beli kemarin sudah penyok di bagian dasarnya."
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat adalah ....

A. Keduanya keberatan karena sama-sama menanyakan kondisi barang kepada pramuniaga
B. Keduanya keluhan karena sama-sama menyangkut kemungkinan barang rusak
C. P keberatan karena belum membeli, Q keluhan karena sudah menerima barang
D. Pernyataan P keluhan, pernyataan Q keberatan, karena Q belum menerima barang
E. Pernyataan P bukan keberatan, karena hanya bertanya dan bukan menolak membeli

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

19. Admin toko susu kedelai Pagi Sehat menulis, "Susu kedelai kami membuat tulang pasti kuat dalam seminggu dan menyembuhkan semua penyakit!" Pemilik meminta kalimat itu diperbaiki agar tetap menarik tetapi jujur.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan yang paling tepat adalah ....

A. Susu kedelai kami pasti membuat tulang kuat dalam sebulan dan mencegah banyak penyakit!
B. Susu kedelai terbaik di dunia yang tidak ada duanya, wajib dicoba oleh semua orang!
C. Susu kedelai kami dipercaya dokter, sehingga siapa pun yang meminumnya pasti sehat!
D. Susu kedelai yang menyembuhkan lebih banyak penyakit daripada obat apa pun juga!
E. Susu kedelai tanpa pengawet dari kedelai pilihan, dibuat segar setiap pagi

20. Seorang pramuniaga toko sepatu langsung menawarkan sepatu termahal kepada pelanggan yang baru masuk tanpa bertanya keperluannya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Langkah menggali kebutuhan terlewat pada kejadian tersebut.	○	○
Sebaiknya pramuniaga menanyakan keperluan dan anggaran sebelum menawarkan produk.	○	○
Menawarkan produk termahal lebih dulu adalah cara paling tepat untuk menutup penjualan.	○	○

21. Di toko kacamata Jernih Mata, seorang pelanggan berkata, "Bingkai ini lebih mahal daripada toko daring." Pramuniaga mengetahui toko ini memberi garansi bingkai, servis gratis, dan pengukuran lensa oleh ahli.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tanggapan pramuniaga yang paling tepat adalah ....

A. menyatakan bahwa toko daring sering menipu sehingga pelanggan sebaiknya tidak membelinya
B. langsung menurunkan harga seperempat agar pelanggan tidak jadi pergi dari toko
C. menjawab bahwa harga sudah tetap dan pelanggan tidak perlu membandingkan
D. mengakui wajar membandingkan harga, lalu menjelaskan garansi dan servis gratis
E. mengalihkan pembicaraan ke model bingkai lain tanpa menanggapi keberatannya

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

22. Unit usaha sekolah membuat poster jasa cuci sepatu seperti pada gambar untuk dipasang di kantin.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tahap AIDA yang belum ada pada poster dan perbaikannya adalah ....

Poster Jasa Cuci Sepatu

Rancangan poster unit usaha sekolah (rekaan).



A. Attention; ganti judul dengan gambar yang lebih besar dan berwarna
B. Action; tambahkan tempat antar, jam layanan, dan nomor pesan
C. Interest; tambahkan penjelasan cara kerja pencucian pada poster
D. Desire; tambahkan lebih banyak kata sifat tentang kebersihan sepatu
E. Attention; tambahkan nama sekolah dengan huruf yang paling besar

23. Pesan promosi jasa servis sepeda: "Rantai sepeda berderit? Servis cepat 1 jam oleh montir berpengalaman. Garansi servis 30 hari. Antar sepedamu hari ini sampai pukul 17.00 dan hubungi 0812-0000-0000."
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Kalimat "Rantai sepeda berderit?" menjalankan tahap Action karena bersifat pertanyaan.	○	○
Garansi servis 30 hari membantu membangkitkan keinginan karena menurunkan keraguan pembaca.	○	○
Kalimat "Antar sepedamu hari ini sampai pukul 17.00 dan hubungi 0812-0000-0000" menjalankan tahap Action.	○	○

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

24. Seorang pelanggan lanjut usia di toko bahan makanan kesulitan membaca keterangan pada kemasan karena huruf yang kecil.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan pramuniaga yang mencerminkan pelayanan prima adalah ....

A. menyuruh pelanggan membeli kacamata baca terlebih dahulu sebelum berbelanja
B. membacakan keterangan pada kemasan dan menjelaskannya dengan sabar
C. meminta pelanggan bertanya kepada pelanggan lain yang berada di dekatnya
D. menyarankan pelanggan membeli produk tanpa membaca keterangan agar cepat selesai
E. meninggalkan pelanggan karena masih ada pelanggan lain yang menunggu dilayani

25. Toko tanaman hias Daun Asri mengiklankan dua unggahan video dengan biaya sama, Rp300.000 untuk masing-masing.

Unggahan	Ditonton	Klik tautan	Pesanan
A	20.000	400	20
B	5.000	250	25

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Unggahan yang lebih efektif dan alasannya adalah ....

A. A, karena jumlah penonton dan klik tautannya lebih banyak
B. A, karena biaya per penontonnya paling kecil di antara dua unggahan
C. B, karena jumlah penontonnya lebih sedikit sehingga lebih hemat
D. B, karena menghasilkan lebih banyak pesanan dengan biaya yang sama
E. keduanya sama, karena biaya iklan keduanya sama-sama Rp300.000

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Tabel skor dan anjuran

Sub bab / subtopik	Nomor soal	Benar	Jika kurang separuh benar
Sub bab 5.1 · Sinyal calon pelanggan dan buyer persona	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10	___ / 9	Ulangi hlm. 287
Sub bab 5.2 · Bahasa pemasaran, AIDA, dan efektivitas komunikasi	6, 11, 12, 15, 17, 19, 22, 23, 25	___ / 9	Ulangi hlm. 300
Sub bab 5.3 · Pelayanan prima dan menghadapi keberatan pelanggan	13, 14, 16, 18, 20, 21, 24	___ / 7	Ulangi hlm. 313

Skor 70 % atau lebih: lanjut ke bab berikutnya. Skor 50–69 %: ulangi sub bab pada tabel yang kurang dari separuh benar. Skor di bawah 50 %: baca ulang bab ini dari awal. (Angka ini anjuran belajar, bukan prediksi nilai TKA.)

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Bagian C · Simulasi TKA

Kerjakan setelah semua bab selesai. Kerjakan tiap simulasi dalam sekali duduk sesuai waktunya, tanpa membuka materi.

Daftar simulasi

Simulasi	Jumlah soal	Waktu	Kode LMS
Simulasi 1 — Prediksi TKA 2026	25 soal	60 menit	SMKPEM-FIN1
Simulasi 2 — Prediksi TKA 2026	25 soal	60 menit	SMKPEM-FIN2
Simulasi 3 — Prediksi TKA 2026	25 soal	60 menit	SMKPEM-FIN3

Saran: beri jeda beberapa hari antarsimulasi. Setelah tiap simulasi, cocokkan jawaban di Bagian D lalu ulangi sub bab yang ditunjuk tabel anjuran sebelum mengerjakan simulasi berikutnya.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Simulasi 1 — Prediksi TKA 2026

SMKPEM-FIN1

Petunjuk

Jumlah soal: 25. Waktu: 60 menit.

Kerjakan sekaligus tanpa membuka materi. Tandai jawaban pada lembar jawaban. Kunci dan pembahasan ada di Bagian D; hitung skor dan lihat tabel anjuran di akhir paket.

Kerjakan Simulasi 1 di LMS

Hasil dan analisis per sub bab tersimpan di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-FIN1

1. Musim hujan awal 2027 membuat pasokan cabai berkurang sehingga harganya naik dua kali lipat. Warung penyetan Mbak Ratih biasanya memberi sambal gratis sepuasnya. Mbak Ratih tidak ingin menaikkan harga menu karena sebagian besar pelanggannya mahasiswa, tetapi ia juga tidak ingin rugi. Harga cabai diperkirakan kembali normal dalam dua sampai tiga bulan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan yang paling tepat adalah ....

A. Mengurangi cabai dalam sambal secara diam-diam tanpa memberi tahu pelanggan
B. Mengganti cabai segar dengan saus sambal botolan tanpa memberi tahu
C. Menaikkan harga menu dua kali lipat mengikuti kenaikan harga cabai di pasar
D. Memberi satu porsi sambal gratis, tambahan berbayar, dan mengumumkannya
E. Menghapus sambal dari menu warung sampai harga cabai kembali normal

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Rafi, tenaga penjual toko ponsel, tinggal kurang dua unit untuk mencapai target bulanan pada Agustus 2027. Seorang pembeli bertanya apakah ponsel X tahan air karena ia sering memotret di pantai dan kadang bermain air. Menurut spesifikasi, ponsel X tahan percikan, tetapi tidak untuk direndam. Ponsel lain di toko yang tahan direndam harganya Rp500.000 lebih mahal.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang paling sesuai dengan budaya kerja jujur adalah ....

A. Menjelaskan ponsel X tahan percikan, bukan rendaman, lalu memberi pilihan
B. Menyarankan ponsel X karena tahan percikan sudah memadai untuk memotret di pantai
C. Menjelaskan batas tahan air ponsel X, lalu tetap mendorongnya demi target bulanan
D. Menyarankan ponsel X ditambah asuransi kerusakan tanpa menjelaskan batas tahan airnya
E. Langsung menawarkan ponsel yang lebih mahal tanpa menjelaskan kemampuan ponsel X

3. Distro Kaos Lokal akan memesan 300 kaos desain baru untuk penjualan Oktober–Desember 2027. Pembelinya sama dengan pembeli tiga bulan terakhir, dan dana pemesanan terbatas. Berikut data penjualan desain sebelumnya.

Ukuran	Terjual Juli–September 2027	Stok sisa akhir September
S	20	80
M	150	10
L	140	5
XL	30	90

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan pemesanan yang paling didukung data adalah ....

A. Memesan 75 kaos untuk setiap ukuran agar keempat ukuran tersedia sama banyak
B. Memesan sebagian besar M dan L, sedikit S–XL, dan menjual sisa S–XL berpaket
C. Memesan lebih banyak S dan XL karena stok sisa kedua ukuran itu paling banyak
D. Memesan seluruhnya ukuran M karena terlaris, lalu menghentikan ukuran yang lain
E. Menunda pemesanan sampai stok S dan XL habis agar modal tidak tertahan di gudang

4. Laras, siswi kelas XII Pemasaran (2027), senang membuat konten foto dan video produk. Ia juga suka memperhatikan konten mana yang paling banyak ditonton. Setelah lulus, ia ingin bekerja sebagai pengelola media sosial di sebuah toko. Selama ini ia membantu membuat konten untuk koperasi sekolah, tetapi belum pernah mengumpulkan hasil kerjanya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Langkah yang paling tepat dilakukan Laras adalah ....

A. Melamar menjadi kasir karena lowongannya paling banyak di dekat rumah
B. Melamar menjadi admin gudang karena pekerjaannya lebih tetap dan teratur
C. Menyusun portofolio konten koperasi sekolah dan jumlah tayangannya
D. Mengikuti kursus desain lanjutan dulu sebelum menunjukkan hasil karyanya
E. Membeli banyak pengikut agar akunnya tampak besar saat melamar kerja

5. Sejak Mei 2027, bagian penjualan toko daring perlengkapan dapur sering menerima pesanan barang yang ternyata stoknya kosong di gudang. Bagian gudang menyalahkan bagian penjualan karena tidak menanyakan stok, sedangkan bagian penjualan menyalahkan gudang karena data stok tidak diperbarui. Pemilik toko meminta usulan penyelesaian dari kedua bagian.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Masalah sebaiknya diselesaikan dengan menentukan bagian mana yang paling bersalah, lalu memberinya sanksi.	○	○
Kedua bagian perlu menyepakati cara berbagi data stok, misalnya lembar stok bersama yang diperbarui setiap hari.	○	○
Bagian penjualan sebaiknya berhenti menerima pesanan sampai gudang selesai menghitung ulang seluruh stok.	○	○

6. Bu Yati berjualan buah segar di pasar. Banyak pelanggannya adalah ibu-ibu di dua perumahan dekat pasar, yang beberapa kali menitip pesanan lewat WhatsApp kepada tetangganya. Pada Maret 2027 Bu Yati ingin mulai menerima pesanan daring tanpa biaya besar. Buah yang ia jual mudah memar bila dikirim jauh.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Langkah pertama yang paling tepat adalah ....

A. Membuat aplikasi toko buah sendiri agar terlihat lebih profesional
B. Membuka toko di marketplace nasional untuk menjangkau pembeli antarkota
C. Memasang iklan berbayar di media sosial yang menjangkau satu provinsi
D. Mengirim katalog harian ke grup WA perumahan dan melayani antar ke rumah
E. Berhenti berjualan di pasar agar dapat fokus melayani pesanan daring saja

7. Saat toko elektronik akan tutup pada November 2027, Fani mencium bau hangus dan melihat asap tipis keluar dari stop kontak di etalase lampu hias. Belum terlihat api. Panel listrik (MCB) toko berada di dekat meja kasir, dan di toko tersedia APAR jenis CO_2 serta ember berisi air untuk mengepel.

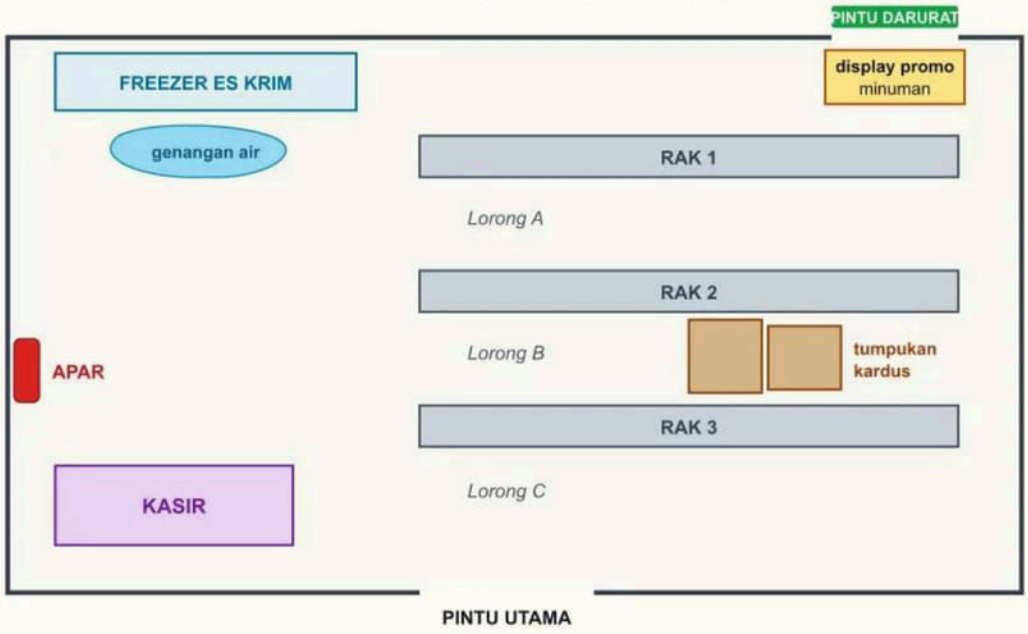
Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang paling tepat dilakukan Fani adalah ....

A. Menyiram stop kontak dengan air dari ember agar asap segera berhenti
B. Mencabut steker lampu hias satu per satu dengan tangan secepatnya
C. Membuka etalase dan mengipasi asap agar baunya tidak menyebar
D. Menunggu teknisi listrik datang besok pagi sambil menjaga etalase
E. Mematikan listrik di panel MCB dan menyiapkan APAR CO_2 bila ada api

8. Kepala toko Minimarket Sinar Pagi meminta Rani, siswa PKL, memeriksa denah toko yang digambar petugas pada saat toko ramai (Agustus 2027). Rani diminta menandai keadaan yang membahayakan karyawan maupun pengunjung, lalu mengusulkan perbaikannya sebelum pemeriksaan K3 dari kantor pusat.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Catatan Rani yang tepat berdasarkan denah tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Denah Minimarket Sinar Pagi — tampak atas (Agustus 2027)



Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Display promo di depan pintu darurat perlu dipindah agar jalur keluar darurat tidak terhalang.
☐ B. APAR perlu dipindahkan karena letaknya di dinding dekat meja kasir.
☐ C. Tumpukan kardus di Lorong B perlu dipindahkan agar pengunjung dan troli dapat lewat dengan aman.
☐ D. Genangan air di depan freezer perlu segera dibersihkan dan diberi tanda peringatan.
☐ E. Denah menunjukkan toko belum memiliki pintu darurat, sehingga perlu dibuat pintu yang baru.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

9. Siswa SMK di Tasikmalaya memproduksi tas anyaman pandan seharga Rp120.000 dan mampu membuat 40 tas per bulan (2027). Mereka ingin menjangkau pembeli di luar kota yang belum mengenal mereka. Dari percobaan sebelumnya, banyak calon pembeli luar kota batal karena ragu mentransfer uang kepada penjual yang belum dikenal. Modal promosi mereka kecil.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Saluran penjualan yang paling tepat adalah ....

A. Toko di marketplace yang menahan pembayaran sampai barang diterima
B. Situs web toko sendiri berlogo sekolah dengan transfer ke rekening sekolah
C. Promosi di grup WhatsApp keluarga dan teman-teman di kota sendiri
D. Menitipkan tas di koperasi sekolah dan memasang brosur di papan sekolah
E. Akun media sosial berisi testimoni pembeli, dengan transfer ke rekening pribadi

10. Pada 2027, pemerintah daerah mengadakan pelatihan dan pendampingan sertifikasi halal gratis bagi UMKM makanan. Bu Wiwik memiliki usaha keripik singkong yang mulai ingin masuk ke toko oleh-oleh besar, dan toko itu mensyaratkan produk bersertifikat halal. Proses sertifikasi membutuhkan waktu beberapa minggu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tanggapan Bu Wiwik yang paling tepat adalah ....

A. Mencantumkan logo halal lebih dulu sambil menunggu jadwal pelatihan dibuka
B. Tidak ikut karena pembeli lamanya belum pernah menanyakan kehalalan produk
C. Mengikuti program, lalu memakai logo halal setelah sertifikat resmi terbit
D. Menunggu pesaing ikut lebih dulu untuk melihat apakah penjualannya naik
E. Mengikuti pelatihan, tetapi tetap memakai bahan yang asal-usulnya tidak jelas

11. Rumah makan Sedap Rasa menyurvei 100 pelanggan pada Juni 2027. Pelanggan memberi skor kepuasan 1–5 untuk setiap aspek, lalu memilih satu aspek yang paling penting bagi mereka.

Aspek	Skor kepuasan	Pelanggan yang menganggap paling penting
Rasa masakan	4,5	40 %
Kecepatan penyajian	2,6	35 %
Harga	3,8	15 %
Tempat parkir	2,4	10 %

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat berdasarkan hasil riset tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Kecepatan penyajian perlu didahulukan karena skornya rendah dan dianggap penting oleh banyak pelanggan.
☐ B. Tempat parkir menjadi prioritas utama karena skor kepuasannya paling rendah dari keempat aspek.
☐ C. Rasa masakan perlu diubah karena aspek inilah yang paling sering dipilih pelanggan sebagai yang terpenting.
☐ D. Rasa masakan perlu dipertahankan karena menjadi aspek terpenting dan skornya sudah tinggi.
☐ E. Menurunkan harga adalah perbaikan yang paling dibutuhkan karena harga dirasakan oleh setiap pelanggan.

12. Toko mebel Jati Indah berpromosi lewat iklan radio lokal dan spanduk besar di jalan utama kota sepanjang 2027. Pembeli datang ke toko untuk melihat, menyentuh, dan mencoba duduk di kursi atau sofa sebelum membeli. Pemilik toko ingin menilai apakah promosinya berhasil.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Iklan radio dan spanduk di jalan termasuk media promosi pemasaran konvensional.	○	○
Pemilik dapat menghitung jumlah pembeli yang datang karena iklan radio dari data jumlah pendengar stasiun radio itu.	○	○
Keunggulan cara toko ini dibandingkan toko mebel daring adalah pembeli dapat mencoba duduk sebelum membeli.	○	○

13. Desa Sukamaju mulai ramai dikunjungi wisatawan air terjun pada 2027, sekitar 3.000 orang per bulan, kebanyakan rombongan keluarga dari kota. Belum ada oleh-oleh khas desa, dan wisatawan sering bertanya kepada tukang parkir di mana membeli oleh-oleh. Warga memiliki kebun kopi dan banyak perajin bambu. Siswa SMK di desa itu ingin membuka usaha bermodal kecil.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Peluang usaha yang paling tepat adalah ....

A. Membuka minimarket di pintu masuk agar wisatawan dapat membeli kebutuhan
B. Menjual oleh-oleh dari hasil kebun dan perajin desa di dekat area parkir
C. Membuka warung makan di dekat air terjun untuk rombongan keluarga
D. Menjadi pemandu wisata berbayar bagi rombongan menuju air terjun
E. Menjual keripik buatan pabrik dari kota sebagai oleh-oleh yang lebih murah

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

14. Department store Ceria membuka lowongan untuk lulusan SMK pada bursa kerja Juni 2027. Dita, panitia bursa kerja sekolah, menulis kartu informasi tugas setiap posisi untuk dipasang di papan pengumuman, lalu meminta Bayu memeriksa kebenarannya sebelum dicetak, karena kartu itu akan dibaca ratusan siswa.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Kartu informasi yang isinya tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Visual merchandiser: menghitung uang kas dan membuat laporan penjualan harian toko.

☐ B. Pramuniaga: membantu pengunjung memilih pakaian serta menjelaskan ukuran dan bahan.

☐ C. Kasir: menerima pembayaran, memberi struk, dan mencocokkan uang kas di akhir shift.

☐ D. Visual merchandiser: menata manekin dan pajangan etalase agar menarik pengunjung.

☐ E. Supervisor toko: mengatur jadwal kerja pramuniaga dan memeriksa pencapaian target penjualan.

15. Kelompok agribisnis SMK menanam selada hidroponik dan biasa menjualnya per ikat kepada pengunjung hari bebas kendaraan. Pada Februari 2027 sebuah restoran burger meminta pasokan 20 kg selada setiap Senin dan Kamis. Restoran itu meminta daun dengan ukuran yang seragam dan pembayaran ditagih setiap akhir bulan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Penawaran yang paling sesuai untuk restoran tersebut adalah ....

A. Harga grosir untuk pembelian di atas 20 kg, dengan pembayaran tunai setiap kiriman

B. Kiriman setiap hari dalam jumlah kecil agar selada di dapur restoran tetap segar

C. Selada dikirim kapan saja panen tersedia agar restoran mendapat yang paling segar

D. Selada dijual per ikat seperti di hari bebas kendaraan agar dapur mudah menghitung

E. Jadwal kirim tetap Senin–Kamis, sortir ukuran, dan tagihan bulanan tertulis

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

16. Kedai mi ayam Pak Min sudah sepuluh tahun buka di dekat pasar dan dikenal karena resep keluarganya. Pada 2027 sebuah waralaba mi nasional membuka gerai 50 meter dari kedainya dengan ruangan ber-AC, harga promo, dan iklan besar. Sebagian pelanggan muda mencoba gerai baru itu, tetapi para pedagang pasar yang menjadi pelanggan lama masih datang setiap hari.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang langkah Pak Min adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Pak Min sebaiknya ikut memasang AC dan iklan besar agar kedainya setara dengan gerai waralaba.

☐ B. Pak Min dapat menonjolkan keunggulan lokal, seperti resep keluarga dan keakraban dengan pelanggan lama.

☐ C. Mutu rasa dan kebersihan perlu dijaga agar nilai yang diterima pelanggan sepadan dengan harganya.

☐ D. Pak Min sebaiknya mengganti resep keluarganya mengikuti rasa mi waralaba agar pelanggan muda kembali.

☐ E. Pak Min dapat menjaga hubungan dengan pelanggan, misalnya memberi kartu langganan bagi pedagang pasar.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

17. Kak Mira menjual sabun wajah buatannya sendiri (2027). Produknya sudah memiliki izin edar, tetapi belum pernah diuji untuk memutihkan kulit maupun untuk semua jenis kulit. Ia meminta Wulan, siswa SMK Pemasaran, memeriksa rancangan unggahan pada gambar sebelum diterbitkan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Saran Wulan yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)



Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Bagian 3 sebaiknya dihapus karena informasi izin membuat unggahan terlalu panjang.
☐ B. Bagian 5 sebaiknya diganti "harga rahasia, tanya lewat chat" agar calon pembeli menghubungi.
☐ C. Bagian 1 perlu diganti karena memuat klaim hasil yang belum pernah diuji.
☐ D. Bagian 2 sudah tepat karena kalimatnya membuat calon pembeli cepat memutuskan.
☐ E. Bagian 4 perlu diperbaiki karena memuat klaim berlebihan yang tidak dapat dibuktikan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

18. Toko sepatu Langkah Pasti menetapkan standar layanan baru mulai Maret 2027: menyapa pengunjung, menawarkan bantuan, dan mengucapkan terima kasih. Setiap pramuniaga sudah mendapat area tanggung jawab. Namun, standar itu hanya ditempel di ruang staf dan tidak pernah dibahas bersama pramuniaga. Sebulan kemudian banyak pramuniaga belum menerapkannya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan fungsi manajemen yang paling tepat adalah ....

A. Perencanaan: menyusun ulang standar layanan menjadi lebih banyak poin
B. Pengorganisasian: membagi ulang area tanggung jawab setiap pramuniaga
C. Pengawasan: memberi sanksi kepada pramuniaga yang belum menerapkannya
D. Perencanaan: menetapkan target penjualan bulanan yang lebih tinggi lagi
E. Pengarahan: membimbing pramuniaga mempraktikkan standar layanan

19. Toko bangunan milik Pak Gito membayar pajak kepada pemerintah dan menggaji lima karyawan (2027). Pemerintah memakai pajak untuk memperbaiki jalan menuju pasar, sehingga truk pemasok lebih mudah datang. Salah satu karyawannya, Dodi, memakai gajinya untuk membeli kebutuhan keluarga di warung dekat rumahnya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang arus kegiatan ekonomi tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Gaji yang dibayarkan Pak Gito kepada Dodi adalah arus barang dari perusahaan ke rumah tangga.
☐ B. Pajak yang dibayar toko Pak Gito merupakan arus uang dari perusahaan ke pemerintah.
☐ C. Perbaikan jalan oleh pemerintah adalah arus uang dari pemerintah ke rumah tangga Dodi.
☐ D. Belanja Dodi di warung merupakan arus uang dari rumah tangga ke perusahaan sebagai pembayaran barang.
☐ E. Tenaga kerja yang diberikan Dodi kepada toko adalah arus dari perusahaan ke rumah tangga.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

20. Panitia perpisahan kelas XII (Mei 2027) memesan makan siang untuk 120 orang dengan anggaran paling banyak Rp3.000.000. Menu harus bersertifikat halal dan diantar ke sekolah. Panitia memilih katering yang total biayanya paling murah di antara yang memenuhi syarat.

Katering	Harga per kotak	Minimal pesan	Ongkos antar	Sertifikat halal
Barokah	Rp22.000	150 kotak	gratis	ada
Citra	Rp23.500	100 kotak	Rp100.000	ada
Dapur Ibu	Rp21.000	50 kotak	Rp150.000	belum
Eka Rasa	Rp24.000	100 kotak	gratis	ada
Flamboyan	Rp23.000	120 kotak	Rp200.000	ada

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Katering yang paling tepat dipilih panitia adalah ....

A. Barokah, karena harga per kotaknya termurah di antara yang halal
B. Dapur Ibu, karena total biayanya paling murah dari kelima katering
C. Eka Rasa, karena totalnya terendah di antara yang memenuhi syarat
D. Citra, karena ongkos antarnya paling kecil di antara yang berbayar
E. Flamboyan, karena minimal pesannya tepat sama dengan 120 kotak

21. Pemilik toko perlengkapan kemah Rimba ingin menyusun buyer persona pelanggan utamanya pada Juli 2027. Ia akan mewawancarai 15 pelanggan setia, tetapi waktu setiap wawancara hanya sekitar lima menit. Pelanggan setianya kebanyakan datang pada akhir pekan. Hasilnya akan dipakai untuk menentukan isi, waktu, dan saluran promosi.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pertanyaan wawancara yang paling berguna untuk tujuan tersebut adalah ....

A. "Apakah Anda puas dengan toko kami, dan apakah Anda akan kembali lagi?"
B. "Berapa harga yang pantas untuk tenda baru merek kami menurut Anda?"
C. "Mengapa Anda memilih toko kami dibandingkan toko pesaing di dekat sini?"
D. "Kapan dan dengan siapa Anda berkemah, dan dari mana mencari info alat?"
E. "Produk apa yang paling ingin Anda lihat diberi diskon besar bulan depan?"

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

22. Toko madu Lebah Mas menurunkan harga madu 500 ml dari Rp85.000 menjadi Rp35.000 pada Mei 2027 agar lebih laku. Ternyata penjualannya justru turun. Banyak calon pembeli menulis komentar, "Kok murah sekali, jangan-jangan madu campuran." Mutu madunya tidak berubah, dan madu pesaing di sekitar toko dijual sekitar Rp80.000.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Faktor yang paling menjelaskan turunnya penjualan adalah ....

A. Faktor psikologis, yaitu persepsi bahwa harga terlalu murah berarti mutu rendah
B. Faktor pribadi, karena keadaan ekonomi pembeli menurun sehingga daya belinya berkurang
C. Faktor sosial, karena calon pembeli saling memberi komentar di media sosial toko itu
D. Faktor budaya, karena masyarakat terbiasa membeli madu di apotek, bukan di toko madu
E. Faktor pribadi, karena gaya hidup pembeli madu berubah sehingga tidak lagi membelinya

23. Toko sepatu daring Jejak menguji dua versi iklan dengan biaya sama, masing-masing Rp500.000, selama satu minggu pada Juli 2027. Pemilik akan melanjutkan versi yang menghasilkan pembelian paling banyak untuk setiap rupiah biaya iklan.

Versi iklan	Ditampilkan	Diklik	Pembelian
P: video lucu tanpa info produk	20.000 kali	900	9
Q: foto produk dan ulasan pembeli	12.000 kali	360	18

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan yang paling tepat adalah ....

A. Versi P, karena ditampilkan dan diklik oleh lebih banyak orang
B. Versi Q, karena menghasilkan pembelian dua kali lebih banyak
C. Versi P, karena biaya setiap kliknya jauh lebih murah daripada Q
D. Versi Q, karena lebih jarang ditampilkan sehingga biayanya hemat
E. Keduanya sama efektif karena biaya iklan kedua versi itu sama

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

24. Saat kabut asap melanda kotanya pada September 2027, Bu Lina melihat iklan alat pemurni udara di media sosial dan baru menyadari rumahnya membutuhkan alat itu untuk anaknya yang sering batuk. Ia lalu membaca ulasan di beberapa toko daring dan menanyakan pengalaman tetangganya. Setelah membandingkan tiga merek berdasarkan luas ruangan, harga, dan biaya filter, ia membeli merek C.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Iklan di media sosial dalam kasus ini memicu tahap pencarian informasi, bukan tahap pengenalan kebutuhan.	○	○
Bertanya kepada tetangga termasuk tahap evaluasi alternatif karena Bu Lina membandingkan pendapat orang lain.	○	○
Biaya filter yang dibandingkan Bu Lina merupakan salah satu kriteria pada tahap evaluasi alternatif.	○	○

25. Unit usaha SMK Tani Makmur menjual biji kopi sangrai. Pada Oktober 2027, siswa menawarkan kopi itu kepada pemilik Kafe Senja. Pemilik kafe berkata, "Saya belum pernah mencoba kopi kalian, dan saya khawatir rasanya berubah-ubah dari kiriman ke kiriman." Saat ini baru dua kafe yang berlangganan kopi unit usaha itu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tanggapan siswa yang sesuai dengan pelayanan prima adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Menawarkan sampel gratis dalam jumlah kecil agar barista kafe dapat mencobanya lebih dulu.
☐ B. Mengatakan banyak kafe sudah memakai kopinya, padahal baru dua kafe yang berlangganan.
☐ C. Menunjukkan catatan uji rasa dan cara sangrai yang sama pada setiap kali produksi.
☐ D. Memberi potongan harga 40 % tanpa menjawab kekhawatiran tentang konsistensi rasa.
☐ E. Menawarkan pengembalian bila kiriman pertama tidak sesuai dengan contoh yang disepakati.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Lembar jawaban

No	A	B	C	D	E
1	○	○	○	○	○
2	○	○	○	○	○
3	○	○	○	○	○
4	○	○	○	○	○
5					
6	○	○	○	○	○
7	○	○	○	○	○
8					
9	○	○	○	○	○

No	A	B	C	D	E
10	○	○	○	○	○
11					
12					
13	○	○	○	○	○
14					
15	○	○	○	○	○
16					
17					
18	○	○	○	○	○

No	A	B	C	D	E
19					
20	○	○	○	○	○
21	○	○	○	○	○
22	○	○	○	○	○
23	○	○	○	○	○
24					
25					

Soal PG kompleks / Benar–Salah (nomor 5, 8, 11, 12, 14, 16, 17, 19, 24, 25): jawab langsung pada soalnya.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Tabel skor dan anjuran

Sub bab / subtopik	Nomor soal	Benar	Jika kurang separuh benar
Sub bab 1.1 · Konsep dasar bisnis dan pemasaran	16	___ / 1	Ulangi hlm. 8
Sub bab 1.2 · Jenis dan strategi pemasaran berdasarkan data	3	___ / 1	Ulangi hlm. 19
Sub bab 1.3 · Kebutuhan pasar konsumen dan pasar industri	15	___ / 1	Ulangi hlm. 33
Sub bab 1.4 · Tujuan riset pasar dan pemanfaatan data hasil riset	11	___ / 1	Ulangi hlm. 44
Sub bab 2.1 · Pemasaran konvensional dan transisi digital	6, 12	___ / 2	Ulangi hlm. 70
Sub bab 2.2 · Pemasaran modern: e-commerce, marketplace, dan media sosial	9	___ / 1	Ulangi hlm. 84
Sub bab 2.3 · Profesi dan perencanaan karier bidang pemasaran	4, 14	___ / 2	Ulangi hlm. 98
Sub bab 2.4 · Peluang usaha berdasarkan kebutuhan pasar	13	___ / 1	Ulangi hlm. 112
Sub bab 3.1 · Prinsip K3 di lingkungan pemasaran dan ritel	8	___ / 1	Ulangi hlm. 138
Sub bab 3.2 · Prosedur tanggap darurat dasar	7	___ / 1	Ulangi hlm. 151
Sub bab 3.3 · Standar penampilan pribadi dan budaya kerja	2	___ / 1	Ulangi hlm. 164
Sub bab 3.4 · Kerja sama dalam tim	5	___ / 1	Ulangi hlm. 175
Sub bab 4.1 · Masalah ekonomi: kelangkaan, kebutuhan, dan pilihan	1	___ / 1	Ulangi hlm. 198
Sub bab 4.2 · Pelaku ekonomi dan arus barang, jasa, dan uang	10, 19	___ / 2	Ulangi hlm. 210
Sub bab 4.3 · Fungsi manajemen dalam kegiatan usaha	18	___ / 1	Ulangi hlm. 223
Sub bab 4.4 · Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen	22	___ / 1	Ulangi hlm. 235
Sub bab 4.5 · Tahapan proses keputusan pembelian	24	___ / 1	Ulangi hlm. 247
Sub bab 4.6 · Alasan dan pertimbangan konsumen memilih produk atau jasa	20	___ / 1	Ulangi hlm. 260
Sub bab 5.1 · Sinyal calon pelanggan dan buyer persona	21	___ / 1	Ulangi hlm. 287

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab / subtopik	Nomor soal	Benar	Jika kurang separuh benar
Sub bab 5.2 · Bahasa pemasaran, AIDA, dan efektivitas komunikasi	17, 23	___ / 2	Ulangi hlm. 300
Sub bab 5.3 · Pelayanan prima dan menghadapi keberatan pelanggan	25	___ / 1	Ulangi hlm. 313

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Simulasi 2 — Prediksi TKA 2026

SMKPEM-FIN2

Petunjuk

Jumlah soal: 25. Waktu: 60 menit.

Kerjakan sekaligus tanpa membuka materi. Tandai jawaban pada lembar jawaban. Kunci dan pembahasan ada di Bagian D; hitung skor dan lihat tabel anjuran di akhir paket.

Kerjakan Simulasi 2 di LMS

Hasil dan analisis per sub bab tersimpan di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-FIN2

1. Raisa menguji resep baru martabak mini pada Januari 2027. Ia membandingkan penjualan dua minggu berikut.

Minggu	Lokasi berjualan	Resep	Terjual
1	Depan sekolah	Resep lama	200 potong
2	Depan kantor kecamatan	Resep baru	260 potong

Harga dan jam berjualan pada kedua minggu sama.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Data ini membuktikan bahwa resep baru lebih disukai pembeli daripada resep lama.	○	○
Kenaikan penjualan pada minggu kedua dapat disebabkan oleh perbedaan lokasi, tidak hanya oleh resep.	○	○
Agar perbandingan adil, kedua resep sebaiknya diuji di lokasi yang berbeda pada minggu yang berbeda.	○	○

2. Unit produksi sablon SMK Karya Mandiri menjual kaos sablon Rp65.000, lebih mahal Rp5.000 daripada usaha sablon lain di dekatnya. Namun, pesanan dari kelas dan komunitas terus bertambah sepanjang 2027. Pelanggan menyebut pesanan selesai dalam sehari, siswa membantu merapikan desain tanpa biaya tambahan, dan kaos yang cacat langsung diganti.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Penjelasan yang paling tepat tentang alasan pelanggan tetap memilih unit produksi itu adalah ....

A. Pelanggan memilih karena lokasinya paling dekat dengan sekolah dan kantor mereka
B. Pelanggan menilai manfaat yang diterima sepadan dengan harga yang lebih tinggi
C. Pelanggan membeli karena merasa kasihan kepada siswa yang sedang belajar usaha
D. Pelanggan memilih karena bahan kaosnya jauh lebih tebal daripada usaha sablon lain
E. Pelanggan menganggap harga Rp65.000 sudah menjadi harga pasaran kaos sablon

3. Toko buku dan alat tulis Pena Emas ingin membuat program kartu anggota pada 2027. Karena anggarannya terbatas, program hanya untuk SATU segmen pembeli yang menyumbang pendapatan bulanan terbesar. Berikut data rata-rata per bulan.

Segmen pembeli	Pembeli per bulan	Rata-rata belanja per pembeli
Orang tua siswa SD	400	Rp25.000
Siswa SMP–SMA	600	Rp15.000
Mahasiswa	150	Rp40.000
Kantor	20	Rp400.000

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Segmen yang paling tepat menjadi sasaran program adalah ....

A. Siswa SMP–SMA, karena jumlah pembelinya paling banyak
B. Kantor, karena rata-rata belanja per pembelinya paling besar
C. Orang tua siswa SD, karena pendapatan totalnya paling besar
D. Mahasiswa, karena rata-rata belanjanya di atas pelajar
E. Siswa SMP–SMA, karena pendapatan totalnya paling besar

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

4. Peternakan ayam petelur milik keluarga Andi biasa menjual telur per kilogram di pasar. Pada April 2027, sebuah pabrik roti menawarkan kontrak pembelian 300 kg telur setiap minggu. Pabrik meminta ukuran telur yang seragam, jadwal kirim setiap Senin pagi, dan harga yang disepakati untuk tiga bulan. Andi diminta ayahnya menganalisis kebutuhan pabrik itu.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Pernyataan yang tepat tentang kebutuhan pabrik roti sebagai pasar industri adalah .... (Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Pabrik cenderung memilih peternak dengan harga termurah walaupun ukuran telurnya tidak seragam.

☐ B. Pabrik membutuhkan kepastian jumlah pasokan setiap minggu karena produksinya terjadwal.

☐ C. Jumlah telur yang dibeli pabrik tidak dipengaruhi oleh banyaknya roti yang terjual.

☐ D. Harga untuk pabrik ditetapkan lewat kesepakatan karena jumlah pembeliannya besar dan rutin.

☐ E. Ukuran telur yang seragam penting karena memengaruhi takaran dan hasil adonan roti.

5. Minimarket Fajar memperhatikan banyak pembeli meninggalkan keranjang belanjaannya di dekat kasir pada sore hari, pukul 16.00–18.00. Pada Mei 2027 pengelola ingin mengetahui penyebabnya sebelum memutuskan perbaikan. Toko memiliki dua mesin kasir, tetapi pada sore hari sering hanya satu yang dibuka. Dana perbaikan toko tahun ini terbatas.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Cara riset yang paling tepat adalah ....

A. Mencatat lama antre dan pembeli yang batal setiap sore selama seminggu

B. Mencatat lama antre dan pembeli yang batal setiap pagi selama seminggu

C. Membagikan angket kepuasan kepada pembeli yang selesai membayar sore hari

D. Menanyakan kepada kasir sore berapa kira-kira pembeli yang batal tiap hari

E. Membeli satu mesin kasir lagi, lalu melihat apakah pembeli batal berkurang

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

6. Tiga siswa SMK Pemasaran hanya dapat bekerja pada Sabtu–Minggu dan sore hari sekitar dua jam (2027). Mereka mensurvei 40 UMKM di pasar dekat sekolah tentang jasa yang dibutuhkan.

Jasa	UMKM yang membutuhkan	Waktu kerja yang dibutuhkan	Keterampilan tim
Foto produk	28	per pesanan, boleh akhir pekan	sudah terlatih
Admin media sosial	22	setiap hari 3–4 jam	sudah terlatih
Desain logo	10	per pesanan	belum mampu
Antar barang	15	Senin–Jumat, pukul 07.00–15.00	punya sepeda motor

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Peluang usaha yang paling tepat dipilih adalah ....

A. Jasa foto produk
B. Jasa admin media sosial
C. Jasa desain logo
D. Jasa antar barang
E. Foto dan admin sekaligus

7. Menjelang pernikahan adat keponakannya pada Juni 2027, keluarga Bu Rosa di Medan membeli kain ulos karena adat mereka mewajibkan ulos diberikan dalam upacara itu. Mereka membeli di toko yang disarankan sepupu Bu Rosa, yang pernah membeli ulos di sana. Bu Rosa menetapkan anggaran Rp1,5 juta yang disesuaikan dengan penghasilan keluarganya bulan itu.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Pembelian ulos untuk upacara pernikahan adat dipengaruhi faktor pribadi karena acaranya diadakan keluarga sendiri.	○	○
Pemilihan toko yang disarankan sepupu Bu Rosa, yang pernah membeli di sana, termasuk faktor budaya.	○	○
Anggaran yang disesuaikan dengan penghasilan keluarga menunjukkan pengaruh faktor pribadi, yaitu keadaan ekonomi.	○	○

8. Pada 2027, Koperasi Tani Subur membeli sayuran dari petani anggotanya, menyortir, mengemas, lalu menjualnya ke jaringan supermarket di kota. Sebelumnya, petani menjual sendiri ke tengkulak dengan harga yang rendah. Supermarket menjual sayuran itu kepada keluarga-keluarga di kota.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Pernyataan yang tepat tentang pelaku ekonomi dalam kasus tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Koperasi dalam kasus berperan sebagai konsumen akhir yang memakai sayuran itu sendiri.
☐ B. Koperasi membantu anggota memasarkan hasil panen dalam jumlah besar ke supermarket.
☐ C. Supermarket sebagai perusahaan ritel menyalurkan sayuran kepada rumah tangga konsumen.
☐ D. Keluarga di kota dalam kasus ini berperan sebagai produsen sayuran.
☐ E. Karena sudah ada koperasi, petani anggota tidak perlu lagi menjaga mutu sayurannya.

9. Toko pakaian Pak Herman terasa panas sehingga ia memutuskan membeli AC pada Juli 2027. Ia belum tahu ukuran AC yang cocok untuk tokonya, berapa daya listrik yang dibutuhkan, dan berapa biaya pemasangannya. Ia mengirim pertanyaan itu lewat chat ke beberapa toko elektronik, termasuk toko tempat Wawan bekerja.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tahap yang dijalani Pak Herman dan respons Wawan yang paling tepat adalah ....

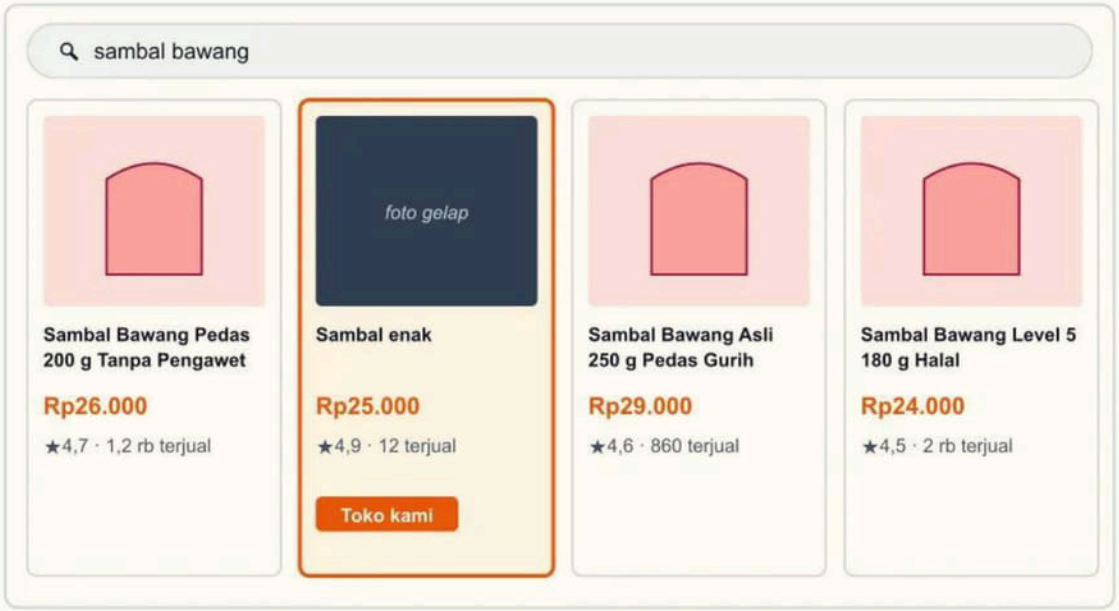
A. Pencarian informasi: mengirim ukuran AC, daya listrik, dan biaya pasang yang ditanyakan
B. Keputusan pembelian: menawarkan diskon dan pasang gratis bila Pak Herman membayar hari ini
C. Pengenalan kebutuhan: menjelaskan bahwa ruangan panas menurunkan kenyamanan dan penjualan
D. Pascapembelian: menjelaskan garansi, jadwal servis, dan cara merawat filter AC yang dibeli
E. Evaluasi alternatif: menyarankan langsung AC termahal karena paling awet dan paling dingin

10. Toko daring perlengkapan sekolah Cerdas menetapkan target penjualan bulanan, membagi tugas karyawan dengan jelas, dan rutin memberi semangat. Setiap Senin, pemilik membandingkan penjualan minggu lalu dengan target. Selama Agustus–September 2027 penjualan selalu di bawah target, tetapi setelah dibandingkan, tidak ada tindakan apa pun yang diambil.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan fungsi manajemen yang paling tepat adalah ....

A. Perencanaan: menurunkan target agar sesuai dengan penjualan dua bulan terakhir
B. Pengorganisasian: menukar tugas antarkaryawan agar suasana kerja terasa baru
C. Pengawasan: membandingkan penjualan dengan target setiap hari, bukan seminggu
D. Pengawasan: mencari penyebab selisih dari target lalu menetapkan perbaikannya
E. Pengarahan: memberi hadiah kepada karyawan yang paling rajin setiap bulannya

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

11. Kelompok usaha siswa menjual sambal bawang di marketplace sejak Maret 2027. Rasanya dipuji oleh beberapa pembeli, tetapi produknya jarang diklik saat calon pembeli mencari "sambal bawang". Gambar menunjukkan hasil pencarian tersebut pada layar ponsel seorang calon pembeli. Kelompok itu ingin melakukan SATU perbaikan dengan biaya sekecil mungkin.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan yang paling tepat adalah ....



A. Menurunkan harga menjadi Rp22.000 dan memberi gratis ongkir pembelian pertama
B. Melengkapi judul dengan jenis, berat, keunggulan, lalu memakai foto terang
C. Mengganti nama toko dan menambah logo agar toko terlihat lebih profesional
D. Menambah varian rasa baru dan memajang setiap varian dalam satu halaman produk
E. Memasang iklan berbayar agar produk muncul di urutan teratas pencarian

12. Empat tenaga promosi minuman sereal di sebuah supermarket memiliki target penjualan bersama pada akhir pekan, Juli 2027. Pada Minggu siang, Sinta sudah mencapai target pribadinya. Di sisi lain, rekannya, Yudi, kewalahan melayani antrean pengunjung yang ingin mencicipi produk, padahal target tim belum tercapai.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan Sinta yang paling tepat adalah ....

A. Beristirahat lebih awal karena target pribadinya sudah tercapai
B. Mengambil pembeli Yudi agar namanya tercatat menjual lebih banyak
C. Membantu Yudi melayani antrean sambil berbagi cara menawarkan
D. Melaporkan Yudi kepada supervisor karena ia lambat melayani pengunjung
E. Menunggu supervisor memintanya lebih dulu sebelum membantu Yudi

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

13. Laundry Wangi milik Bu Tuti mulai memakai aplikasi pencatatan pesanan yang mengirim nota dan kabar "cucian siap diambil" lewat WhatsApp pada Agustus 2027. Sebagian pelanggan lansia bingung karena tidak lagi menerima nota kertas, dan dua karyawan baru belum pernah memakai aplikasi itu. Bu Tuti meminta saran agar peralihan berjalan lancar. *(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)*
Saran yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Nota kertas dihentikan dalam seminggu karena biayanya lebih mahal daripada pesan WhatsApp.
☐ B. Karyawan baru belajar memakai aplikasi sambil melayani pelanggan pada jam ramai agar cepat terbiasa.
☐ C. Selama masa peralihan, pelanggan yang belum terbiasa tetap dapat memilih nota kertas.
☐ D. Pelanggan dikirimi pesan promosi setiap hari agar mereka ingat memakai aplikasi.
☐ E. Karyawan dilatih memakai aplikasi sebelum aplikasi dipakai untuk melayani pelanggan.

14. Rio hanya dapat memilih satu kegiatan pada Sabtu, 5 Juni 2027, karena waktunya terbatas. Ia memilih menjaga stan bazar karena ingin belajar berjualan langsung.

Kegiatan pada hari Sabtu	Penghasilan
Menjaga stan bazar	Rp150.000
Memotret produk UMKM	Rp200.000
Membantu toko orang tuanya	Rp100.000

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Biaya peluang dari pilihan Rio adalah ....

A. Rp150.000
B. Rp200.000
C. Rp300.000
D. Rp50.000
E. Rp100.000

15. Ari bekerja di toko air minum isi ulang dan sembako sejak Januari 2027. Setiap hari ia memindahkan sekitar 40 galon air (masing-masing ±19 kg) dari gudang ke rak depan, dan galon itu biasa disimpan di rak setinggi bahu. Sebulan terakhir ia sering sakit punggung. Pemilik toko meminta saran K3 dari Sita, siswa PKL.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Saran yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Mengangkat galon dengan menekuk lutut dan menjaga punggung tetap tegak.
☐ B. Memakai troli untuk memindahkan galon dalam jumlah banyak dari gudang.
☐ C. Mengangkat dua galon sekaligus agar pekerjaan cepat selesai dan istirahat lebih lama.
☐ D. Menyimpan galon di rak bawah agar tidak perlu diangkat setinggi bahu.
☐ E. Memakai sabuk punggung lalu tetap mengangkat dengan membungkuk seperti biasa.

16. Di kedai bakso tempat Nisa bekerja (2027), tangan seorang pelanggan tersiram kuah panas karena mangkuk tersenggol. Kulit tangannya memerah dan terasa perih, tetapi tidak melepuh luas. Di kedai tersedia keran air bersih, kotak P3K, pasta gigi, mentega, dan es batu. Pelanggan itu meminta Nisa segera membantunya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan pertama yang paling tepat dilakukan Nisa adalah ....

A. Mengoleskan pasta gigi agar kulit terasa dingin dan luka cepat kering
B. Menempelkan es batu langsung ke kulit yang terkena kuah selama beberapa menit
C. Mengoleskan mentega agar kulit yang terkena kuah panas tidak terasa perih
D. Menutup tangan rapat dengan plester agar luka tidak terkena udara luar
E. Mengalirkan air keran bersuhu biasa ke bagian yang terkena sekitar 20 menit

17. Bu Darsih menjual panci presto dengan cara memperagakan memasak di acara arisan dan pertemuan warga sepanjang 2027. Peserta melihat langsung daging menjadi empuk dalam 20 menit, mencicipi hasilnya, lalu bertanya tentang cara memakai dan merawat panci itu. Banyak peserta langsung memesan di tempat.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Kelebihan cara pemasaran Bu Darsih dibandingkan berjualan lewat internet adalah ....

A. Promosinya menjangkau seluruh kota karena arisan diadakan di banyak tempat
B. Hasil promosinya mudah diukur dari jumlah peserta setiap acara arisan
C. Biaya promosinya lebih rendah karena tidak memerlukan bahan apa pun
D. Harga jualnya lebih murah karena tidak perlu membayar sewa toko
E. Calon pembeli dapat melihat cara kerja panci dan bertanya langsung

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

18. Dimas, siswa kelas XII Pemasaran (2027), ingin menjadi supervisor penjualan dalam lima tahun. Ia membutuhkan penghasilan setelah lulus, tetapi juga ingin kuliah. Saat PKL di supermarket, ia sering ditunjuk mengoordinasikan teman-teman PKL lainnya, dan pembimbingnya memuji kemampuannya mengatur jadwal.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Rencana karier yang tepat untuk Dimas adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Bekerja sebagai pramuniaga di ritel modern sambil kuliah di kelas karyawan.
☐ B. Menunda bekerja sampai lulus kuliah agar dapat fokus mempelajari teori lebih dulu.
☐ C. Mencatat pencapaian penjualan pribadinya sebagai bukti saat diusulkan naik jabatan.
☐ D. Mengikuti pelatihan kepemimpinan yang diadakan perusahaan tempatnya bekerja.
☐ E. Meminta masukan dari supervisor tentang kemampuan yang perlu ia tingkatkan.

19. Toni bekerja sebagai kasir supermarket pada shift pagi sejak Februari 2027. Aturan toko meminta kasir memakai seragam bersih, tanda nama, tidak memakai parfum yang menyengat, menyapa pelanggan, dan tidak memakai ponsel pribadi saat melayani. Pada hari Sabtu, antrean kasir lebih panjang daripada biasanya. Hari itu Toni memakai seragam bersih dan tanda nama, tetap menyapa setiap pelanggan dengan ramah, tetapi menjawab telepon pribadi saat melayani karena penelepon menghubunginya berkali-kali.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Penampilan Toni pada hari itu sudah sesuai dengan standar penampilan kasir di toko tersebut.	○	○
Sikap Toni yang tetap menyapa setiap pelanggan walaupun antrean panjang menunjukkan budaya kerja yang baik.	○	○
Tindakan Toni menjawab telepon pribadi dapat dibenarkan karena penelepon sudah menghubunginya berkali-kali.	○	○

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

20. Rina, lulusan SMK Pemasaran tahun 2026, bekerja di kantor dealer sepeda motor. Setiap hari ia menelepon pelanggan yang jadwal servisnya sudah dekat, menawarkan promo servis berkala, mencatat janji servis, dan mengirim pengingat lewat pesan singkat. Keluhan pelanggan yang menelepon ke dealer ditangani oleh rekannya di bagian lain.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Profesi Rina adalah ....

A. Tenaga penjual lapangan
B. Kasir bagian servis
C. Merchandiser dealer
D. Telemarketer
E. Customer service

21. Distributor minuman kemasan Segar Jaya (2027) menyusun buyer persona pelanggan utamanya: "Pak Jumadi, 50 tahun, pemilik warung kelontong. Sangat sibuk pukul 06.00–11.00. Tidak aktif di media sosial, tetapi membuka WhatsApp pada sore hari. Mementingkan barang diantar ke warung dan dapat membayar seminggu setelah barang diterima."
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Cara promosi yang paling sesuai dengan persona tersebut adalah ....

A. Iklan video produk di media sosial yang ditayangkan setiap pagi hari
B. Kunjungan sales pukul 07.00 dengan katalog lengkap dan layanan antar
C. Pesan WhatsApp sore berisi harga, layanan antar, dan bayar tempo
D. Pesan WhatsApp sore berisi diskon khusus untuk pembayaran tunai di muka
E. Pameran produk di mal pada hari Minggu dengan hadiah undian berhadiah

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

22. Pak Andi memilih sereal untuk sarapan anaknya di Toko Segar (2027). Dokter menyarankan gula sarapan anaknya tidak lebih dari 5 g per sajian. Di antara sereal yang memenuhi saran itu, Pak Andi ingin harga per sajian yang paling murah karena sereal dimakan setiap hari. Gambar menunjukkan label ketiga kemasan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pilihan yang paling sesuai dengan pertimbangan Pak Andi adalah ....

Label tiga kemasan sereal di rak Toko Segar (Maret 2027)



A. Sereal P, karena isi kemasannya lebih banyak daripada R
B. Sereal R, karena harga per kemasannya paling murah
C. Sereal P, karena takaran sajinya paling besar dari ketiganya
D. Sereal R, karena gulanya sesuai dan harganya termurah
E. Sereal Q, karena gulanya sesuai dan per sajian termurah

23. Katering Bu Ningsih mengirim 90 kotak makan siang untuk rapat sebuah kantor pada Juni 2027, padahal pesanannya 100 kotak. Panitia menelepon dengan kesal karena rapat sedang berlangsung dan sepuluh peserta belum makan. Setelah dicek, petugas dapur memang salah menghitung. Dapur katering berjarak 15 menit dari kantor itu dan masih memiliki bahan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tanggapan yang paling tepat adalah ....

A. Meminta panitia menghitung ulang kotak karena catatan pengiriman tertulis 100 kotak
B. Meminta maaf dan mengirim 10 kotak bersama pesanan berikutnya tanpa biaya tambahan
C. Meminta maaf, memotong tagihan 10 kotak, dan memberi voucher untuk pesanan berikutnya
D. Meminta maaf, mengantar 10 kotak dalam 30 menit, dan menyesuaikan tagihannya
E. Mengantar 10 kotak secepatnya, tetapi menagih ongkos antar tambahan kepada panitia

24. Tenaga promosi minuman jahe instan di sebuah supermarket memakai skrip berikut pada musim hujan, Desember 2027.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(1) "Selamat siang, Kak! Mau coba minuman jahe hangat, gratis?"
(2) "Minuman ini dari jahe merah asli, tanpa pengawet, cukup diseduh air panas."
(3) "Pas sekali diminum saat hujan begini, badan langsung terasa hangat."
(4) "Hari ini beli dua kotak gratis satu, bisa bayar di kasir sebelah sini, Kak."
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat tentang skrip tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Bagian (1) termasuk Action karena mengajak pengunjung mencoba produk.
☐ B. Bagian (2) memberi informasi produk yang membangun ketertarikan (Interest).
☐ C. Bagian (3) termasuk Interest karena menyebut keadaan cuaca saat itu.
☐ D. Skrip belum memuat Action sehingga perlu ditambah ajakan membeli.
☐ E. Urutan skrip sudah mengikuti Attention, Interest, Desire, lalu Action.

25. Pada Sabtu pagi (2027), showroom sepeda motor tempat Gilang bekerja ramai dikunjungi. Kepala showroom meminta Gilang lebih dulu mendekati pengunjung yang menunjukkan tanda-tanda siap membeli, sementara rekan lain menyapa pengunjung yang masih melihat-lihat. Berikut perilaku beberapa pengunjung yang ia amati.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perilaku pengunjung yang merupakan sinyal membeli adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Menanyakan besar uang muka dan angsuran per bulan untuk motor yang sedang ia duduki.
☐ B. Melihat-lihat sebentar di dekat pintu lalu berkata sedang menunggu hujan reda.
☐ C. Mengambil brosur beberapa tipe lalu berkata akan membandingkannya tahun depan.
☐ D. Menanyakan berapa lama motor tersedia bila ia memesannya hari ini.
☐ E. Meminta mencoba mengendarai motor tipe yang sedang ia perhatikan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Lembar jawaban

No	A	B	C	D	E
1					
2	○	○	○	○	○
3	○	○	○	○	○
4					
5	○	○	○	○	○
6	○	○	○	○	○
7					
8					
9	○	○	○	○	○

No	A	B	C	D	E
10	○	○	○	○	○
11	○	○	○	○	○
12	○	○	○	○	○
13					
14	○	○	○	○	○
15					
16	○	○	○	○	○
17	○	○	○	○	○
18					

No	A	B	C	D	E
19					
20	○	○	○	○	○
21	○	○	○	○	○
22	○	○	○	○	○
23	○	○	○	○	○
24					
25					

Soal PG kompleks / Benar–Salah (nomor 1, 4, 7, 8, 13, 15, 18, 19, 24, 25): jawab langsung pada soalnya.

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Tabel skor dan anjuran

Sub bab / subtopik	Nomor soal	Benar	Jika kurang separuh benar
Sub bab 1.1 · Konsep dasar bisnis dan pemasaran	2	___ / 1	Ulangi hlm. 8
Sub bab 1.2 · Jenis dan strategi pemasaran berdasarkan data	3	___ / 1	Ulangi hlm. 19
Sub bab 1.3 · Kebutuhan pasar konsumen dan pasar industri	4	___ / 1	Ulangi hlm. 33
Sub bab 1.4 · Tujuan riset pasar dan pemanfaatan data hasil riset	1, 5	___ / 2	Ulangi hlm. 44
Sub bab 2.1 · Pemasaran konvensional dan transisi digital	13, 17	___ / 2	Ulangi hlm. 70
Sub bab 2.2 · Pemasaran modern: e-commerce, marketplace, dan media sosial	11	___ / 1	Ulangi hlm. 84
Sub bab 2.3 · Profesi dan perencanaan karier bidang pemasaran	18, 20	___ / 2	Ulangi hlm. 98
Sub bab 2.4 · Peluang usaha berdasarkan kebutuhan pasar	6	___ / 1	Ulangi hlm. 112
Sub bab 3.1 · Prinsip K3 di lingkungan pemasaran dan ritel	15	___ / 1	Ulangi hlm. 138
Sub bab 3.2 · Prosedur tanggap darurat dasar	16	___ / 1	Ulangi hlm. 151
Sub bab 3.3 · Standar penampilan pribadi dan budaya kerja	19	___ / 1	Ulangi hlm. 164
Sub bab 3.4 · Kerja sama dalam tim	12	___ / 1	Ulangi hlm. 175
Sub bab 4.1 · Masalah ekonomi: kelangkaan, kebutuhan, dan pilihan	14	___ / 1	Ulangi hlm. 198
Sub bab 4.2 · Pelaku ekonomi dan arus barang, jasa, dan uang	8	___ / 1	Ulangi hlm. 210
Sub bab 4.3 · Fungsi manajemen dalam kegiatan usaha	10	___ / 1	Ulangi hlm. 223
Sub bab 4.4 · Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen	7	___ / 1	Ulangi hlm. 235
Sub bab 4.5 · Tahapan proses keputusan pembelian	9	___ / 1	Ulangi hlm. 247
Sub bab 4.6 · Alasan dan pertimbangan konsumen memilih produk atau jasa	22	___ / 1	Ulangi hlm. 260
Sub bab 5.1 · Sinyal calon pelanggan dan buyer persona	21, 25	___ / 2	Ulangi hlm. 287

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab / subtopik	Nomor soal	Benar	Jika kurang separuh benar
Sub bab 5.2 · Bahasa pemasaran, AIDA, dan efektivitas komunikasi	24	___ / 1	Ulangi hlm. 300
Sub bab 5.3 · Pelayanan prima dan menghadapi keberatan pelanggan	23	___ / 1	Ulangi hlm. 313

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Simulasi 3 — Prediksi TKA 2026

SMKPEM-FIN3

Petunjuk

Jumlah soal: 25. Waktu: 60 menit.

Kerjakan sekaligus tanpa membuka materi. Tandai jawaban pada lembar jawaban. Kunci dan pembahasan ada di Bagian D; hitung skor dan lihat tabel anjuran di akhir paket.

Kerjakan Simulasi 3 di LMS

Hasil dan analisis per sub bab tersimpan di LMS.

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem&node=SMKPEM-FIN3

1. Di Kecamatan Sukatani (2027), petani sayur sering kesulitan mendapatkan pupuk organik dan alat semprot karena toko pertanian terdekat berjarak 15 km. Petani jarang berbelanja daring; mereka biasa memesan barang lewat ketua kelompok tani. Sekelompok siswa SMK ingin membuka usaha dengan modal sekitar Rp4 juta.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Peluang usaha yang paling tepat adalah ....

A. Membuka toko pertanian lengkap di pusat kecamatan dengan modal pinjaman
B. Menjadi agen pupuk dan alat semprot yang dijual lewat marketplace nasional
C. Menjadi agen pupuk dan alat semprot, diantar ke kelompok tani
D. Menjadi agen pupuk dan alat semprot di kota kabupaten yang berjarak 30 km
E. Membuka jasa sewa traktor bagi kelompok tani di kecamatan itu

2. Toko bahan bangunan Kokoh melayani pemilik rumah yang membeli beberapa sak semen dan lima kontraktor langganan yang membeli ratusan sak untuk proyek perumahan (2027). Para kontraktor mengeluh pengecoran pernah tertunda karena semen datang terlambat ke lokasi proyek, dan mereka biasa membayar setelah tagihan bulanan diterima. Karena membeli ratusan sak, mereka juga membandingkan harga per sak dengan toko lain.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Layanan yang paling tepat untuk kontraktor langganan adalah ....

A. Harga eceran biasa, kirim sesuai jadwal cor, dan tagihan bulanan
B. Harga proyek bertingkat, kirim sesuai jadwal cor, dan tagihan bulanan
C. Harga proyek bertingkat, kirim saat armada kosong, dan tagihan bulanan
D. Harga proyek bertingkat, kirim sesuai jadwal cor, dan bayar tunai di muka
E. Hadiah tiap sepuluh sak, kirim sesuai jadwal cor, dan tagihan bulanan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Toko daring sandal Jalan Santai mewawancarai 50 calon pembeli yang batal menyelesaikan pembelian pada Maret 2027. Setiap responden menyebut satu alasan utama.

Alasan utama batal membeli	Jumlah responden
Ongkos kirim mahal	21
Tidak ada pembayaran di tempat (COD)	12
Stok ukuran yang dicari habis	9
Harga lebih mahal daripada toko lain	5
Lainnya	3

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pernyataan yang tepat berdasarkan data tersebut adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Masalah utama toko adalah harga sandal yang lebih mahal daripada pesaing.
☐ B. Lebih dari 40 % calon pembeli batal karena ongkos kirim yang mahal.
☐ C. Menyediakan pembayaran di tempat berpotensi mengurangi sekitar seperempat pembatalan.
☐ D. Menjaga ketersediaan stok ukuran dapat mencegah hampir separuh pembatalan.
☐ E. Hasil ini sebaiknya diabaikan karena respondennya pembeli yang batal, bukan yang jadi membeli.

4. Warung soto Bu Marni akan bergabung dengan aplikasi pesan-antar makanan pada April 2027. Aplikasi memotong komisi 20 % dari harga menu. Beberapa menu warung, seperti soto berkuah dan kerupuk, mudah tumpah atau melempem bila dikirim. Bu Marni tetap membuka layanan makan di tempat.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Langkah pertama yang paling tepat adalah ....

A. Menu tahan kirim, foto jelas, dan harga yang sudah memperhitungkan komisi
B. Seluruh menu didaftarkan, foto jelas, dan harga sama dengan harga di warung
C. Menu tahan kirim, foto jelas, dan harga lebih murah daripada harga di warung
D. Menu tahan kirim, tanpa foto agar cepat tayang, dan harga sudah termasuk komisi
E. Menu tahan kirim, foto jelas, harga sesuai komisi, dan makan di tempat ditutup

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

5. Toko hijab daring Anggun ingin menjangkau pembeli baru di luar kotanya pada Mei 2027. Dananya kecil, dan pemilik hanya mau mengeluarkan biaya promosi bila promosi itu benar-benar menghasilkan penjualan. Produknya sudah memiliki banyak ulasan baik dari pembeli lama, dan stoknya cukup untuk tambahan pesanan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Cara pemasaran digital yang paling sesuai adalah ....

A. Membayar pesohor nasional untuk satu unggahan promosi di akunnya
B. Iklan berbayar dengan anggaran harian kecil yang dapat dihentikan
C. Mengadakan undian berhadiah tiga hijab bagi pengikut yang membagikan
D. Program afiliasi yang membayar komisi hanya bila barang terjual
E. Memberi diskon besar pada setiap produk selama sebulan penuh

6. Usaha sepatu kulit Langkah Kita di Cibaduyut membuka beberapa posisi pada Juli 2027: reseller, tenaga penjual lapangan, admin marketplace, dan kasir showroom. Pemilik menyusun uraian tugas setiap posisi untuk diumumkan, lalu meminta Rudi, siswa PKL, memeriksanya sebelum pengumuman ditempel di papan sekolah dan diunggah.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Uraian tugas yang tepat adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Reseller membeli sepatu dengan harga khusus, lalu menjualnya kembali kepada pembelinya sendiri.
☐ B. Tenaga penjual lapangan mendatangi toko-toko untuk menawarkan sepatu dan menerima pesanan.
☐ C. Kasir showroom bertugas mengunggah foto sepatu ke marketplace setiap pagi.
☐ D. Admin marketplace memperbarui stok dan membalas pertanyaan pembeli daring.
☐ E. Kasir showroom menerima pembayaran dan memberikan nota kepada pembeli.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

7. Pemilik toko kacamata Optik Terang mengevaluasi praktik kerjanya pada awal 2027. Ia ingin mempertahankan praktik yang sesuai dengan konsep pemasaran, yaitu berangkat dari kebutuhan pelanggan dan menjaga kepuasan mereka dalam jangka panjang. Ia meminta Ayu, siswa PKL, menilai beberapa praktik toko.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Praktik yang sesuai dengan konsep pemasaran adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Memeriksa mata pelanggan lebih dulu sebelum menyarankan jenis lensa yang cocok.
☐ B. Menawarkan paket bingkai dan lensa termahal kepada setiap pelanggan karena mutunya terbaik.
☐ C. Memesan bingkai dalam jumlah besar untuk satu model saja agar harga belinya murah.
☐ D. Menghubungi pelanggan enam bulan kemudian untuk menanyakan kenyamanan kacamatanya.
☐ E. Menyediakan bingkai untuk anak dan lansia setelah banyak pelanggan menanyakannya.

8. Usaha keripik tempe Renyah hanya dapat memproduksi 300 bungkus pada bulan Februari 2027, dengan biaya produksi Rp9.000 per bungkus. Pemilik ingin laba total sebesar-besarnya dari 300 bungkus itu.

Saluran	Harga jual	Potongan/biaya per bungkus	Daya serap per bulan
Toko sendiri	Rp15.000	–	120 bungkus
Titip warung	Rp15.000	Rp3.000 (komisi)	400 bungkus
Marketplace	Rp17.000	Rp4.500 (biaya admin dan kemasan kirim)	350 bungkus
Reseller	Rp12.000	–	500 bungkus

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Strategi penyaluran yang paling tepat adalah ....

A. 200 bungkus di marketplace dan 100 bungkus di toko sendiri
B. 120 bungkus di toko sendiri dan 180 bungkus ke reseller
C. Seluruh 300 bungkus ke marketplace karena harga jualnya tertinggi
D. 120 bungkus di toko sendiri dan 180 bungkus dititipkan ke warung
E. 120 bungkus di toko sendiri dan 180 bungkus di marketplace

9. Putri, siswi kelas XII Pemasaran (2027), paling menikmati tugas merancang label kemasan, poster promosi, dan menata pajangan produk saat PKL. Gurunya memuji kemampuannya memadukan warna. Ia kurang nyaman bila harus mengejar target penjualan harian dengan menawarkan barang kepada orang yang belum dikenalnya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pekerjaan yang paling sesuai untuk Putri adalah ....

A. Tenaga promosi di stan pameran yang mengejar target harian
B. Kasir yang melayani pembayaran di supermarket setiap hari
C. Tenaga penjual lapangan yang menawarkan barang ke toko
D. Telemarketer yang menelepon calon pembeli setiap hari
E. Staf desain materi promosi dan penataan pajangan toko

10. Pak Darto berjualan roti dengan sepeda motor yang memutar lagu khas, berkeliling ke gang-gang perumahan setiap sore sepanjang 2027. Pembeli keluar rumah, memilih roti di etalase motornya, dan sering bertanya rasa yang baru. Ia hafal pelanggan tetapnya di setiap gang. Ia belum pernah memasarkan rotinya lewat internet.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Karena berkeliling, jangkauan pembeli Pak Darto sama luasnya dengan toko daring.	○	○
Pembeli dapat langsung memilih roti dan bertanya tentang rasanya kepada penjual.	○	○
Pak Darto dapat mengenali pelanggan tetapnya dan mengingat roti kesukaan mereka.	○	○

11. Di Swalayan Prima (2027), seorang pelanggan protes di kasir karena harga sabun di rak tertulis Rp18.000, tetapi di mesin kasir muncul Rp21.000. Ternyata label di rak belum diganti setelah harga naik. Kebijakan toko: bila label rak lebih murah karena kesalahan toko, pelanggan membayar harga sesuai label. Antrean di belakang pelanggan cukup panjang.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tanggapan yang sesuai dengan pelayanan prima adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Kasir menjelaskan bahwa harga yang berlaku adalah harga di mesin kasir, jadi pelanggan harus membayarnya.
☐ B. Kasir meminta pelanggan menunggu manajer dari kantor pusat datang besok untuk memutuskan.
☐ C. Kasir meminta maaf, memeriksa label di rak, lalu memberikan harga sesuai label rak.
☐ D. Petugas toko segera mengganti label lama di rak agar kejadian serupa tidak terulang.
☐ E. Kasir membatalkan transaksi dan menyarankan pelanggan berbelanja di toko lain bila tidak setuju.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

12. Nadia bergabung dengan komunitas lari di kotanya pada Januari 2027. Hampir semua anggota komunitas memakai sepatu merek Kencana, dan mereka sering berfoto bersama dengan sepatu itu. Nadia belum pernah memakai merek itu, tetapi bulan berikutnya ia membelinya. Harganya masih terjangkau oleh tabungannya, seperti beberapa merek lain yang juga ia lihat.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Faktor yang paling menentukan pilihan merek Nadia adalah ....

A. Faktor pribadi, karena harga sepatu itu terjangkau oleh tabungannya
B. Faktor sosial, karena komunitas larinya menjadi kelompok acuan
C. Faktor psikologis, karena pengalamannya memakai merek itu memuaskan
D. Faktor budaya, karena olahraga lari sudah menjadi tradisi di kotanya
E. Faktor pribadi, karena usianya sesuai dengan sasaran merek sepatu itu

13. CV Anyaman Nusa mengekspor keranjang anyaman pandan ke Jepang pada 2027 dan menerima pembayaran dari pembeli di sana. Perusahaan mempekerjakan 30 perajin dari desa sekitar dan membayar upah setiap minggu. Dengan upahnya, para perajin membeli kebutuhan sehari-hari di warung desa.

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)

Pernyataan yang tepat tentang arus kegiatan ekonomi dalam kasus tersebut adalah .... (Jawaban benar lebih dari satu.)

Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Pembayaran pembeli di Jepang adalah arus uang dari luar negeri ke perusahaan.
☐ B. Upah perajin merupakan arus barang dari rumah tangga ke perusahaan.
☐ C. Keranjang yang dikirim ke Jepang merupakan arus uang dari perusahaan ke luar negeri.
☐ D. Tenaga kerja perajin mengalir dari perusahaan ke rumah tangga perajin.
☐ E. Upah perajin adalah balas jasa tenaga kerja dari perusahaan ke rumah tangga.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

14. Tim siaran langsung toko sepatu terdiri atas tiga orang (2027): host yang memperagakan sepatu, admin yang membaca komentar dan memproses pesanan, dan pengemas yang menyiapkan paket. Pada siaran Jumat malam, komentar penonton sangat banyak dan pesanan menumpuk. Pemilik toko ingin tim bekerja lebih efektif.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Admin meneruskan pertanyaan ukuran yang paling sering muncul kepada host agar dijawab di siaran.	○	○
Pengemas ikut membalas komentar saat siaran agar pertanyaan cepat terjawab, sedangkan paket ditunda.	○	○
Host menunda menjawab pertanyaan ukuran sampai siaran selesai agar peragaan tidak terputus.	○	○

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

15. Supervisor toko tas daring memeriksa percakapan admin baru dengan seorang calon pembeli pada September 2027, seperti pada gambar. Calon pembeli itu akhirnya tidak membalas lagi. Supervisor ingin menjadikan percakapan itu bahan pelatihan bahasa pemasaran bagi admin lain.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Penilaian yang tepat terhadap pesan penjual adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)



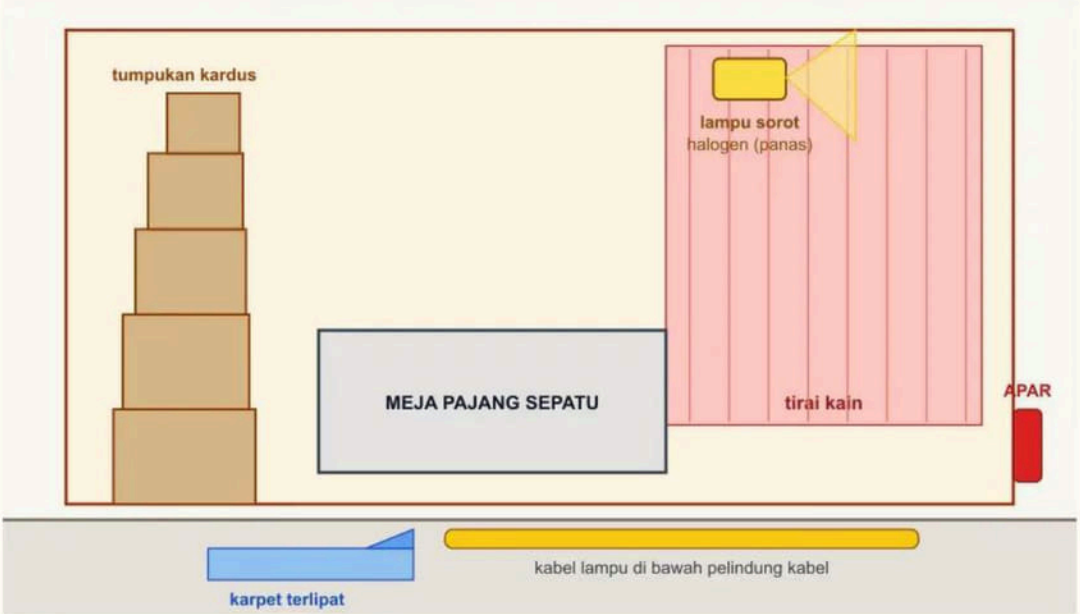
Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Pesan 1 sebaiknya dihapus agar penjual langsung menjawab inti pertanyaan.
☐ B. Pesan 2 sudah tepat karena menjawab pertanyaan bahan dan ukuran secara jelas.
☐ C. Pesan 3 sudah tepat karena huruf kapital membuat pembeli cepat memutuskan.
☐ D. Pesan 4 membantu pembeli memutuskan dengan bukti yang dapat dilihatnya sendiri.
☐ E. Pesan 5 perlu diganti dengan keunggulan yang dapat dibuktikan, bukan klaim berlebihan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

16. Sebelum pameran dibuka pada Juli 2027, panitia keselamatan meminta penjaga stan memeriksa stan masing-masing. Fajar, siswa PKL yang bertugas di stan Langkah Kita, memotret stannya seperti pada gambar lalu menulis catatan untuk koordinator pameran. Pameran itu diperkirakan dikunjungi ribuan orang setiap hari.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Catatan Fajar yang tepat berdasarkan gambar adalah ....
(Jawaban benar lebih dari satu.)

Stan pameran produk kulit "Langkah Kita" — tampak depan (Juli 2027)



Pilih semua jawaban yang benar.

☐ A. Kabel lampu di lantai berbahaya karena tidak tertutup pelindung kabel.
☐ B. Tumpukan kardus yang tinggi di belakang stan perlu diturunkan agar tidak roboh.
☐ C. Lampu sorot halogen yang menempel pada tirai kain perlu dijauhkan dari tirai.
☐ D. Stan perlu ditambah APAR karena di sekitar stan belum tersedia APAR.
☐ E. Karpet yang terlipat di depan stan perlu dirapikan agar pengunjung tidak tersandung.

17. Toko sepeda listrik Gowes Hemat di Malang menganalisis data pembelinya pada 2027 untuk membuat buyer persona. Data menunjukkan sebagian besar pembeli adalah pegawai berusia 40–50 tahun yang menempuh jarak dekat ke kantor, ingin menghemat bensin, dan mencari informasi dari grup WhatsApp warga. Tim menulis lima rumusan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Rumusan yang paling tepat sebagai buyer persona adalah ....

A. Pak Budi, 45, pegawai kecamatan, kerja 5 km, ingin hemat, info dari grup WA
B. Dimas, 22, mahasiswa, kampus 3 km, ingin tampil gaya, info dari video media sosial
C. Pak Hadi, 47, pegawai bank, kerja 25 km lewat tol, ingin cepat, info dari iklan TV
D. Pria dan wanita 20–60 tahun di Kota Malang yang ingin menghemat transportasi
E. Bu Rina, 45, pegawai kecamatan, kerja 5 km, ingin hemat, info dari pameran mal

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

18. Nina bekerja sebagai admin toko daring perlengkapan bayi sejak Januari 2027. Seorang temannya yang membuka usaha baju anak meminta daftar nomor WhatsApp pelanggan toko untuk mengirim promosi. Teman itu menawarkan imbalan dan berkata produknya bagus untuk pelanggan toko Nina. Pelanggan memberikan nomor hanya untuk keperluan pesanan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan Nina yang paling sesuai dengan budaya kerja yang baik adalah ....

A. Memberikan daftar itu karena produk temannya cocok bagi pelanggan toko
B. Memberikan sebagian nomor pelanggan yang paling sering membeli saja
C. Meminta izin pemilik toko lebih dulu, lalu memberikan daftar itu
D. Menolak sambil menjelaskan data pelanggan hanya untuk pesanan
E. Memberikan daftar itu bila temannya bersedia membayar imbalan yang besar

19. Kulkas Pak Rahmat rusak pada Maret 2027. Ia mendatangi dua toko elektronik dan membaca ulasan di internet tentang beberapa merek. Setelah itu, ia membandingkan tiga kulkas berdasarkan daya listrik, kapasitas, dan harga, lalu membeli kulkas merek B. Sebulan kemudian ia puas dan menyarankan toko itu kepada tetangganya.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tentukan **Benar** atau **Salah** untuk setiap pernyataan berikut.

Tentukan setiap pernyataan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
Kulkas lama yang rusak memicu tahap pengenalan kebutuhan.	○	○
Membandingkan daya listrik, kapasitas, dan harga ketiga kulkas termasuk tahap pencarian informasi.	○	○
Saran Pak Rahmat kepada tetangganya termasuk perilaku pascapembelian yang menguntungkan toko.	○	○

20. OSIS SMK Bakti Nusa mengadakan bazar tiga hari pada Februari 2027 dengan rencana dan anggaran yang sudah disetujui. Namun, tidak ada yang ditunjuk sebagai penanggung jawab uang kas dan stok barang. Akibatnya, pada hari kedua uang kas tercecer di dua tempat, dan tidak ada yang tahu sisa stok setiap stan.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Perbaikan fungsi manajemen yang paling tepat adalah ....

A. Perencanaan: menyusun ulang anggaran bazar untuk hari ketiga
B. Pengarahan: memberi semangat agar panitia lebih aktif berjualan
C. Pengorganisasian: menunjuk penanggung jawab kas dan stok bazar
D. Pengawasan: memeriksa hasil penjualan setelah bazar selesai saja
E. Perencanaan: menambah jumlah stan pada bazar tahun berikutnya

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

21. Toko roti Sari Gandum memakai kode voucher berbeda untuk setiap media promosi selama Juni 2027, sehingga asal setiap pembeli dapat dihitung. Laba rata-rata setiap transaksi yang memakai kode adalah Rp15.000. Pemilik akan melanjutkan media yang menghasilkan laba bersih tambahan (laba dari transaksi berkode dikurangi biaya promosi) paling besar.

Media promosi	Biaya	Kode dipakai
Iklan radio lokal	Rp800.000	40
Brosur di perumahan	Rp300.000	30
Grup Facebook warga	Rp100.000	25
Pemengaruh lokal	Rp1.000.000	90

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Keputusan yang paling tepat adalah ....

A. Grup Facebook warga, karena biaya setiap kode yang dipakai paling rendah
B. Iklan radio, karena kodenya dipakai lebih banyak daripada brosur
C. Pemengaruh lokal, karena laba setelah dikurangi biayanya paling besar
D. Brosur, karena laba bersihnya positif dengan biaya yang masih rendah
E. Grup Facebook warga, karena biaya promosinya paling kecil dari semuanya

22. Kak Bayu akan membuka kedai es buah di depan sekolah pada Juni 2027. Modalnya untuk peralatan hanya Rp3 juta. Ia membutuhkan lemari pendingin untuk menyimpan es dan buah (Rp2,5 juta), papan nama lampu (Rp1,2 juta), pengeras suara musik (Rp800.000), dan kursi tambahan (Rp600.000). Kedai itu hanya menjual es buah.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Pilihan yang paling tepat dibeli lebih dulu adalah ....

A. Lemari pendingin untuk menyimpan es dan buah
B. Papan nama lampu dan pengeras suara musik kedai
C. Pengeras suara musik dan kursi tambahan
D. Papan nama lampu, pengeras suara, dan kursi
E. Kursi tambahan dan papan nama lampu kedai

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

23. Mbak Ayu akan mengirim guci keramik pesanan pelanggan pada Agustus 2027. Barang harus tiba paling lambat 2 hari dan wajib diasuransikan karena mudah pecah. Ia memilih jasa dengan total biaya (ongkos + asuransi) paling murah yang memenuhi kedua syarat itu.

Jasa kirim	Ongkos	Perkiraan tiba	Asuransi
Kilat	Rp32.000	1 hari	tidak tersedia
Hemat	Rp15.000	4 hari	tersedia, Rp2.000
Reguler	Rp20.000	2 hari	tersedia, Rp3.000
Prioritas	Rp27.000	1 hari	sudah termasuk
Ekonomi	Rp18.000	2 hari	tersedia, Rp6.000

(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Jasa kirim yang paling tepat dipilih adalah ....

A. Hemat, karena total biayanya paling murah dari kelima jasa
B. Ekonomi, karena ongkosnya termurah di antara yang tepat waktu
C. Prioritas, karena asuransinya sudah termasuk ongkos
D. Reguler, karena termurah di antara yang memenuhi syarat
E. Kilat, karena barangnya paling cepat tiba di tujuan

24. Sejak awal 2027, banyak keluarga di sekitar Minimarket Sejahtera mulai mengurangi konsumsi gula. Pramuniaga sering ditanya letak minuman rendah gula, padahal pilihannya sedikit dan tersebar di beberapa rak. Penjualan minuman manis biasa mulai menurun, sedangkan minuman rendah gula sering habis sebelum stok baru datang.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tanggapan minimarket yang paling tepat adalah ....

A. Memberi potongan harga minuman manis agar penjualannya kembali naik
B. Mengurangi jumlah pramuniaga agar biaya tetap sebanding dengan penjualan
C. Menunggu pemasok menawarkan produk baru sebelum mengubah isi rak
D. Mengganti seluruh minuman di rak dengan produk tanpa gula mulai besok
E. Menambah produk rendah gula dan menatanya dalam satu rak berlabel jelas

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

25. Di kedai gorengan tempat Lani bekerja paruh waktu (2027), minyak di dalam wajan tiba-tiba terbakar dengan api setinggi sekitar 30 cm. Kompor masih menyala. Di dekat Lani ada penutup wajan dari logam, ember berisi air, kipas angin, dan karung tepung. Api belum menyebar ke benda lain.
(Nama orang, lembaga, dan data disusun untuk latihan soal; fiktif.)
Tindakan yang paling tepat dilakukan Lani adalah ....

A. Menyiram wajan memakai air dari ember agar apinya langsung padam
B. Mematikan kompor lalu menutup wajan rapat dengan penutup logam
C. Menyalakan kipas angin ke arah wajan agar api cepat mengecil
D. Mengangkat wajan yang terbakar dan membawanya keluar kedai
E. Menaburkan tepung dari karung ke wajan agar api tertutup

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Lembar jawaban

No	A	B	C	D	E
1	○	○	○	○	○
2	○	○	○	○	○
3					
4	○	○	○	○	○
5	○	○	○	○	○
6					
7					
8	○	○	○	○	○
9	○	○	○	○	○

No	A	B	C	D	E
10					
11					
12	○	○	○	○	○
13					
14					
15					
16					
17	○	○	○	○	○
18	○	○	○	○	○

No	A	B	C	D	E
19					
20	○	○	○	○	○
21	○	○	○	○	○
22	○	○	○	○	○
23	○	○	○	○	○
24	○	○	○	○	○
25	○	○	○	○	○

Soal PG kompleks / Benar–Salah (nomor 3, 6, 7, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 19): jawab langsung pada soalnya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Tabel skor dan anjuran

Sub bab / subtopik	Nomor soal	Benar	Jika kurang separuh benar
Sub bab 1.1 · Konsep dasar bisnis dan pemasaran	7	___ / 1	Ulangi hlm. 8
Sub bab 1.2 · Jenis dan strategi pemasaran berdasarkan data	8	___ / 1	Ulangi hlm. 19
Sub bab 1.3 · Kebutuhan pasar konsumen dan pasar industri	2	___ / 1	Ulangi hlm. 33
Sub bab 1.4 · Tujuan riset pasar dan pemanfaatan data hasil riset	3	___ / 1	Ulangi hlm. 44
Sub bab 2.1 · Pemasaran konvensional dan transisi digital	4, 10	___ / 2	Ulangi hlm. 70
Sub bab 2.2 · Pemasaran modern: e-commerce, marketplace, dan media sosial	5	___ / 1	Ulangi hlm. 84
Sub bab 2.3 · Profesi dan perencanaan karier bidang pemasaran	6, 9	___ / 2	Ulangi hlm. 98
Sub bab 2.4 · Peluang usaha berdasarkan kebutuhan pasar	1	___ / 1	Ulangi hlm. 112
Sub bab 3.1 · Prinsip K3 di lingkungan pemasaran dan ritel	16	___ / 1	Ulangi hlm. 138
Sub bab 3.2 · Prosedur tanggap darurat dasar	25	___ / 1	Ulangi hlm. 151
Sub bab 3.3 · Standar penampilan pribadi dan budaya kerja	18	___ / 1	Ulangi hlm. 164
Sub bab 3.4 · Kerja sama dalam tim	14	___ / 1	Ulangi hlm. 175
Sub bab 4.1 · Masalah ekonomi: kelangkaan, kebutuhan, dan pilihan	22	___ / 1	Ulangi hlm. 198
Sub bab 4.2 · Pelaku ekonomi dan arus barang, jasa, dan uang	13, 24	___ / 2	Ulangi hlm. 210
Sub bab 4.3 · Fungsi manajemen dalam kegiatan usaha	20	___ / 1	Ulangi hlm. 223
Sub bab 4.4 · Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen	12	___ / 1	Ulangi hlm. 235
Sub bab 4.5 · Tahapan proses keputusan pembelian	19	___ / 1	Ulangi hlm. 247
Sub bab 4.6 · Alasan dan pertimbangan konsumen memilih produk atau jasa	23	___ / 1	Ulangi hlm. 260
Sub bab 5.1 · Sinyal calon pelanggan dan buyer persona	17	___ / 1	Ulangi hlm. 287

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab / subtopik	Nomor soal	Benar	Jika kurang separuh benar
Sub bab 5.2 · Bahasa pemasaran, AIDA, dan efektivitas komunikasi	15, 21	___ / 2	Ulangi hlm. 300
Sub bab 5.3 · Pelayanan prima dan menghadapi keberatan pelanggan	11	___ / 1	Ulangi hlm. 313

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Bagian D · Kunci dan Pembahasan

Urutan sama dengan buku. Setiap pembahasan memuat konsep, langkah, dan alasan tiap pilihan. Baca pembahasan soal yang kamu jawab salah — dan juga yang kamu jawab benar tetapi menebak.

Latihan sub bab 1.1

No. 1 Kunci: A, C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Usaha skala nasional berbeda dengan usaha lokal: produk harus memenuhi syarat legal dan label, produksi harus konsisten dalam jumlah besar, harga disusun berjenjang (produsen → peritel → konsumen), dan pembayaran tempo menuntut modal kerja.

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1** ✓ Peritel nasional mensyaratkan izin edar (misalnya P-IRT untuk industri rumah tangga) dan label yang memuat komposisi, berat, dan tanggal kedaluwarsa.
- **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: peritel juga membutuhkan keuntungan, sehingga harga dari Mbok Tini ke peritel harus di bawah harga eceran di rak.
- **Pernyataan 3** ✓ Pasokan 2.000 botol per bulan menuntut produksi yang rutin dengan rasa yang sama di setiap botol.
- **Pernyataan 4** ✗ Peritel meminta kemasan botol berlabel; kemasan plastik ikat tidak memenuhi syarat itu.
- **Pernyataan 5** ✓ Bahan untuk pesanan berikutnya harus dibeli sebelum pembayaran dari peritel masuk.

Jawaban: pernyataan 1, 3, 5.

No. 2 Kunci: D

Konsep: Kebutuhan adalah keadaan merasa kekurangan, keinginan adalah hasrat terhadap produk tertentu, dan permintaan adalah keinginan yang didukung kemampuan serta kesediaan membayar. Stok disiapkan berdasarkan permintaan, bukan sekadar keinginan.

Langkah:

1. Ingin memiliki: 80 siswa → baru keinginan.
2. Sanggup dan bersedia membayar Rp600.000: 12 siswa → permintaan.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Jebakan: 80 siswa memang ingin, tetapi sebagian besar tidak sanggup membayar Rp600.000, sehingga itu baru keinginan.
- **B.** ✗ 80 + 12 menjumlahkan dua kelompok yang sebenarnya tumpang tindih.
- **C.** ✗ 80 − 12 adalah siswa yang ingin tetapi tidak sanggup membayar, bukan permintaan.
- **D.** ✓ Keinginan yang didukung kemampuan dan kesediaan membayar adalah permintaan.
- **E.** ✗ Semua responden belum tentu ingin, apalagi sanggup membeli.

Jawaban: D.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Latihan sub bab 1.2

No. 1 Kunci: D

Konsep: Laba total = (harga jual − biaya per unit) × jumlah terjual. Harga yang paling laris atau paling besar pendapatannya belum tentu memberi laba total terbesar.

Langkah:

1. Jumat: (8.000 − 5.000) × 150 = Rp450.000.
2. Sabtu: (10.000 − 5.000) × 110 = Rp550.000.
3. Minggu: (12.000 − 5.000) × 60 = Rp420.000.
4. Laba terbesar pada harga Rp10.000.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Paling banyak terjual, tetapi labanya hanya Rp450.000.
- **B.** ✗ Laba per gelas Rp7.000 memang terbesar, tetapi hanya 60 gelas terjual sehingga laba totalnya Rp420.000.
- **C.** ✗ Jebakan: pendapatan Rp8.000 × 150 = Rp1.200.000 memang terbesar, tetapi pendapatan belum dikurangi biaya; labanya hanya Rp450.000.
- **D.** ✓ Laba Rp550.000, terbesar di antara ketiga harga yang diuji.
- **E.** ✗ Jebakan: harganya benar, tetapi alasannya salah; pendapatan pada Rp10.000 adalah Rp1.100.000, lebih kecil daripada Rp1.200.000 pada harga Rp8.000. Yang terbesar pada Rp10.000 adalah labanya.

Jawaban: D.

No. 2 Kunci: A

Konsep: Strategi berbasis data mencari peluang yang paling besar dari data nyata. Pesanan yang ditolak menunjukkan permintaan yang sudah ada tetapi belum terlayani; melayaninya lebih pasti daripada menciptakan permintaan baru.

Langkah:

1. Pesanan ditolak: wisuda 90, Valentine 10, Kartini 0.
2. Potensi laba tambahan bila terlayani: wisuda 90 × Rp25.000 = Rp2.250.000; Valentine 10 × Rp40.000 = Rp400.000.
3. Peluang terbesar: program pemesanan awal wisuda, sehingga pesanan dapat dicatat dan dikerjakan bertahap sebelum hari wisuda.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✓ Permintaan wisuda yang belum terlayani paling besar, sekitar Rp2.250.000 laba tambahan.
- **B.** ✗ Jebakan: laba per pesanan Valentine memang terbesar, tetapi pesanan yang belum terlayani hanya 10 (sekitar Rp400.000).
- **C.** ✗ Pemilik hanya mampu menyiapkan satu program besar; membagi rata membuat permintaan wisuda yang paling besar tetap tidak terlayani.
- **D.** ✗ Hari Kartini tidak punya pesanan yang ditolak, sehingga permintaannya harus diciptakan dulu.
- **E.** ✗ Mengurangi wisuda justru membuang permintaan yang paling besar.

Jawaban: A.

Latihan sub bab 1.3

No. 1 Kunci: A

Konsep: Pasar industri membeli untuk keperluan produksi, dalam jumlah besar dan rutin. Mereka mengutamakan harga sesuai volume, kepastian pasokan, dan kemudahan pembayaran, bukan daya tarik promosi seperti pada pasar konsumen.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah:

1. UMKM membeli rutin dalam jumlah ribuan lembar untuk produksi.
2. Keluhan mereka: kemasan terlambat sehingga produksi terhenti.
3. Program yang sesuai: harga sesuai volume, jadwal kirim pasti, dan pembayaran yang memudahkan arus kas.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✓ Menjawab kebutuhan pembeli usaha: harga sesuai volume, kepastian pasokan, dan pembayaran yang teratur.
• **B.** ✗ Jebakan: kartu poin memang dapat menjaga pelanggan, tetapi tidak mengatasi keluhan utama UMKM, yaitu kemasan yang terlambat datang.
• **C.** ✗ Tampilan etalase penting untuk pembeli eceran; UMKM memesan kemasan berlogo dalam jumlah besar.
• **D.** ✗ Jebakan: diskon menarik pembeli baru, padahal ke-30 UMKM sudah menjadi pelanggan rutin dan keluhannya keterlambatan.
• **E.** ✗ Pengiriman memang lebih cepat, tetapi biaya UMKM naik setiap kali memesan, dan jadwal pasokan tetap tidak pasti karena toko tidak mengatur jadwal kirim.

Jawaban: A.

No. 2 Kunci: A, C, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pasar industri/organisasi membeli barang atau jasa untuk menjalankan usahanya. Ciri kebutuhannya: volume besar dan rutin, kontrak serta penawaran tertulis, keputusan melibatkan beberapa pihak, dan tuntutan mutu yang seragam serta ketepatan waktu.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Layanan hotel bergantung pada sprei dan handuk bersih yang siap tepat waktu.
• **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: promo itu cocok untuk pembeli perorangan; hotel memutuskan berdasarkan kontrak, harga per kilogram, dan mutu.
• **Pernyataan 3** ✓ Sprei yang kusam atau berbau akan dikeluhkan tamu, sehingga hotel menuntut standar yang tetap.
• **Pernyataan 4** ✓ Manajer dan bagian keuangan ikut memutuskan; penawaran tertulis memudahkan pembahasan.
• **Pernyataan 5** ✗ Menunda cucian hotel melanggar kebutuhan utamanya, yaitu ketepatan waktu.

Jawaban: pernyataan 1, 3, 4.

Latihan sub bab 1.4

No. 1 Kunci: B

Konsep: Riset pasar bertujuan memperoleh data yang dapat dipercaya tentang calon pembeli sebelum keputusan diambil. Responden harus mewakili calon pembeli (sampel tersebar), dan pertanyaan harus sesuai dengan tujuan riset.

Langkah:

1. Tujuan: kebiasaan sarapan, menu yang diinginkan, dan harga yang sanggup dibayar siswa.
2. Calon pembeli: semua siswa kelas X–XII → sampel perlu tersebar di semua kelas.
3. Angket singkat ke sekitar 10 siswa per kelas murah, cepat, dan langsung menanyakan ketiga hal.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: wawancara memang cepat, tetapi 10 anggota OSIS yang dekat dengan pengurus belum mewakili 1.200 siswa.
• **B.** ✓ Sampel tersebar di semua kelas dan angket langsung menanyakan tiga hal yang ingin diketahui.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• **C.** ✗ Uji jual dalam jumlah besar mahal dan berisiko rugi, serta tidak menjelaskan harga yang sanggup dibayar siswa.
• **D.** ✗ Data tren di kota besar tidak menggambarkan kebiasaan dan kemampuan bayar siswa sekolah itu.
• **E.** ✗ Pengelola kantin lain adalah pesaing dan tidak mengetahui harga yang sanggup dibayar siswa sekolah ini.

Jawaban: B.

No. 2 Kunci: B, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Data riset per segmen dibaca dengan dua cara: jumlah keseluruhan untuk keputusan umum, dan persentase per kelompok untuk keputusan yang menyasar segmen tertentu. Kesimpulan harus didukung angka, bukan kesan sekilas.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: di kelompok 25–40, peminat cokelat (12) lebih banyak daripada teh buah (8), jadi cokelat bukan yang paling sedikit di kedua kelompok.
• **Pernyataan 2** ✓ 35 ÷ 70 × 100 % = 50 %.
• **Pernyataan 3** ✗ Di kelompok 25–40 teh buah hanya dipilih 8 dari 50 orang (16 %); yang terbanyak kopi susu rendah gula (30 orang).
• **Pernyataan 4** ✗ Kopi susu di usia 25–40: 30 ÷ 50 = 60 %; teh buah di usia 15–24: 50 %. Jadi 60 % lebih besar.
• **Pernyataan 5** ✓ Kopi susu 21 + 30 = 51, teh buah 35 + 8 = 43, cokelat 14 + 12 = 26.

Jawaban: pernyataan 2, 5.

No. 3 Kunci: 1B 2S 3S

Konsep: Hasil uji konsumen dibaca per aspek. Keputusan memperhatikan aspek yang penting bagi situasi penjualan dan menghindari pilihan dengan kelemahan besar, bukan hanya mengejar satu skor tertinggi.

Langkah:
1. P: 4,6 / 2,8 / 4,0 → lemah pada informasi.
2. Q: 3,4 / 4,5 / 3,9 → lemah pada daya tarik.
3. R: 4,2 / 4,0 / 4,1 → seimbang.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1 → Benar.** Skor R: 4,2; 4,0; 4,1 → tidak ada yang di bawah 4, sehingga R tidak punya kelemahan yang menonjol.
• **Pernyataan 2 → Salah.** Jebakan: P memang paling menarik (4,6), tetapi informasinya paling tidak jelas (2,8), padahal pembeli oleh-oleh perlu cepat mengenali isinya.
• **Pernyataan 3 → Salah.** Selisih skor mudah dibuka hanya 0,2, sehingga aspek itu justru paling sedikit membedakan; perbedaan besar ada pada daya tarik dan kejelasan informasi.

Jawaban: Benar, Salah, Salah.

No. 4 Kunci: E

Konsep: Data riset harus dinilai keandalannya sebelum dipakai. Responden dari kalangan pelanggan setia cenderung menjawab positif, dan pernyataan "berminat" belum tentu berarti membeli. Uji jual kecil memberi data pembelian nyata dengan risiko rendah.

Langkah:
1. Responden: pengikut akun toko, sebagian besar pelanggan setia → cenderung mendukung.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. "Berminat" adalah sikap, bukan pembelian nyata.
3. Langkah aman: uji jual dalam jumlah kecil, lalu tentukan produksi dari penjualan nyata.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: angka 90 % tampak meyakinkan, tetapi respondennya pelanggan setia dan "berminat" belum tentu membeli.
• **B.** ✗ Data tetap berguna sebagai petunjuk awal; masalahnya hanya keterwakilan responden.
• **C.** ✗ Memperbesar produksi menambah risiko dari data yang belum dapat dipercaya.
• **D.** ✗ Mengulang di akun yang sama tetap mengambil responden dari kelompok yang sama.
• **E.** ✓ Menyadari keterbatasan data lalu menguji dengan risiko kecil adalah pemanfaatan riset yang tepat.

Jawaban: E.

Kuis Akhir Bab 1

No. 1 Kunci: C

Konsep: Pasar konsumen membeli untuk dipakai sendiri. Pasar industri (organisasi) membeli untuk menjalankan usahanya: bahan produksi, perlengkapan kerja, atau barang yang dijual kembali.

Langkah:

1. Tanyakan untuk apa tiap pembeli membeli tepung.
2. Kantin: bahan untuk usaha. Sinta: kue untuk keluarga.
3. Pembeli untuk usaha adalah pasar industri.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Bahan yang sama tidak menentukan jenis pasar; tujuan membeli yang menentukan. Sinta membeli untuk keluarganya.
• B. ✗ Jumlah penikmat tidak menentukan; Sinta membeli untuk keperluan pribadi, bukan untuk usaha.
• C. ✓ Kantin memakai tepung untuk menghasilkan dagangan kantin. Yang menentukan pasar industri adalah tujuan membeli untuk menjalankan usaha.
• D. ✗ Barang dan toko yang sama bukan ukurannya. Sinta termasuk pasar konsumen.
• E. ✗ Toko menjual kepada kedua pembeli, tetapi jenis pasar dilihat dari tujuan membeli masing-masing.

Jawaban: C.

No. 2 Kunci: 1B 2B 3S

Konsep: Orientasi produksi menekankan jumlah dan biaya. Orientasi pemasaran menekankan kebutuhan dan keluhan pelanggan yang dicari tahu secara aktif.

Langkah:

1. Tanyakan pada tiap pernyataan: keputusan berangkat dari apa?
2. Bagian produksi (mesin, lembur, biaya) menunjukkan orientasi produksi.
3. Kebutuhan umum yang diyakini sendiri belum sama dengan mendengar pelanggan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 → Benar. Menambah mesin dan lembur demi jumlah cetakan terbanyak dan biaya terendah adalah ciri orientasi produksi.
• Pernyataan 2 → Benar. Orientasi pemasaran berangkat dari kebutuhan dan keluhan pelanggan, yang belum pernah ditanyakan pemilik.
• Pernyataan 3 → Salah. Jebakan: "pasti dibutuhkan" adalah anggapan pemilik, bukan hasil mendengar pelanggan. Dua sekolah yang mengurangi pesanan menunjukkan ada keluhan yang belum didengar.

Jawaban: Benar, Benar, Salah.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 3 Kunci: C

Konsep: Segmentasi, penentuan sasaran, dan penempatan berurutan: (1) membagi pasar menjadi kelompok, (2) memilih kelompok yang dilayani, (3) menanamkan kesan khusus kepada kelompok itu.

Langkah:

1. Pembagian pengunjung menjadi tiga kelompok = segmentasi (sudah dilakukan).
2. Keputusan berfokus pada anak sekolah = memilih satu kelompok.
3. Memilih kelompok yang dilayani adalah penentuan sasaran.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Jebakan: pembagian pengunjung menjadi tiga kelompok memang segmentasi, tetapi pertanyaan menanyakan langkah memilih fokus, bukan langkah membagi.
• B. ✗ Penempatan menyangkut kesan yang ingin ditanam; cerita tidak menyebut kesan tertentu sebagai tujuan langkah itu.
• C. ✓ Dari beberapa kelompok yang sudah dibedakan, pemilik memilih satu kelompok untuk dilayani. Itulah penentuan sasaran.
• D. ✗ Harga terjangkau hanya salah satu keputusan yang mengikuti pemilihan sasaran, bukan nama langkahnya.
• E. ✗ Memilih satu kelompok sama dengan menentukan sasaran; segmentasi adalah membagi pasar sebelum memilih.

Jawaban: C.

No. 4 Kunci: A

Konsep: Untuk membandingkan jenis yang jumlahnya berbeda, ubah ke persen: sisa ÷ jumlah dibuat × 100 %. Jumlah mentah menyesatkan karena jumlah dasarnya berbeda.

Langkah:

1. Baca papan catatan: jumlah dibuat dan terjual tiap jenis.
2. Hitung sisa (dibuat − terjual) dan ubah ke persen.
3. Pilih persen terbesar sebagai pemborosan terbesar: melon 40 %.

Analisis setiap opsi:

• A. ✓ Sisa dalam persen: semangka 30 ÷ 200 = 15 %; melon 24 ÷ 60 = 40 %; pepaya 10 ÷ 50 = 20 %; mangga 6 ÷ 40 = 15 %. Melon paling tinggi.
• B. ✗ Jebakan: sisa semangka memang paling banyak (30 potong), tetapi dibuat 200 potong sehingga hanya 15 % tersisa.
• C. ✗ Sisa pepaya 10 potong dan mangga 6 potong; selisih mentah ini tidak menunjukkan proporsi, dan persen pepaya (20 %) bukan yang terbesar.
• D. ✗ Menambah produksi justru memperbesar sisa pada jenis yang paling banyak tersisa.
• E. ✗ Jumlah dibuat yang paling kecil tidak berarti pemborosan terbesar; sisa mangga hanya 15 %.

Jawaban: A.

No. 5 Kunci: A

Konsep: Bauran pemasaran (4P): produk (barang atau jasa yang dijual), harga, tempat (di mana dan bagaimana produk sampai ke pembeli), dan promosi (cara memberi tahu dan mengajak pembeli).

Langkah:

1. Tandai hal yang dibiarkan tetap: resep dan harga.
2. Tandai hal yang berubah: gerobak pindah ke depan kantor kecamatan.
3. Perubahan lokasi agar dekat pembeli adalah unsur tempat.

Analisis setiap opsi:

• A. ✓ Resep dan harga tidak berubah. Yang berubah hanya lokasi berjualan, yaitu unsur tempat (distribusi).

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- B. ✗ Cerita menyebut resep tetap sama, sehingga produknya tidak diubah.
- C. ✗ Cerita menyebut harga tetap sama, sehingga unsur harga tidak berubah.
- D. ✗ Pak Sugeng tidak membuat iklan atau cara memperkenalkan baru; ia hanya berpindah tempat.
- E. ✗ Jumlah bubur yang dibuat tidak disebut berubah di cerita.

Jawaban: A.

No. 6 Kunci: B, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Kebutuhan adalah keadaan merasa kekurangan, keinginan adalah hasrat terhadap produk tertentu, dan permintaan adalah keinginan yang didukung kemampuan serta kesediaan membayar.

Langkah:

1. Beri label tiap angka: 90 = menyukai (keinginan), 45 = mampu, 30 = akan membeli.
2. Permintaan memenuhi tiga syarat, sehingga yang paling mendekati adalah 30.
3. Uji tiap pernyataan terhadap definisi.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✗ Jebakan: menjumlahkan dua kelompok yang bertumpang tindih. Siswa yang mampu membeli belum tentu menyukai, dan sebaliknya; keduanya tidak boleh dijumlahkan.
- Pernyataan 2 ✓ Menyukai berarti ingin. Permintaan memerlukan kemampuan dan kesediaan membayar.
- Pernyataan 3 ✗ Stok disiapkan menurut permintaan, bukan keinginan. Angka 90 jauh melebihi siswa yang akan membeli.
- Pernyataan 4 ✓ Siswa yang menyatakan akan membeli seharga Rp35.000 sudah menunjukkan keinginan, kemampuan, dan kesediaan.
- Pernyataan 5 ✓ Uang sakunya cukup baru syarat kemampuan. Siswa harus juga bersedia membayar harga itu.

Jawaban: pernyataan 2, 4, 5.

No. 7 Kunci: C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Jenis pemasaran dibaca dari tiga sudut: menurut produk (barang konsumsi, barang industri, jasa), menurut sasaran (massal, bersasaran, ceruk), menurut saluran (langsung atau tidak langsung).

Langkah:

1. Tentukan yang dijual: pemakaian alat, jadi jasa.
2. Tentukan sasaran: pendaki, kelompok kecil dan khusus, jadi ceruk.
3. Tentukan saluran: akun sendiri, jadi langsung; brosur di pos pendaftaran bukan massal.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✗ Jebakan: pemasaran langsung berarti tanpa perantara; akun milik sendiri berarti usaha berhubungan langsung dengan pembeli. Media sosial bukan perantara.
- Pernyataan 2 ✗ Pos pendaftaran pendakian hanya dilalui pendaki, sehingga sasarannya kelompok tertentu, bukan semua orang.
- Pernyataan 3 ✓ Pendaki membayar manfaat pemakaian, bukan membeli alat; itu jasa persewaan.
- Pernyataan 4 ✗ Barang industri dibeli usaha lain untuk produksi; pembeli di sini pendaki perorangan.
- Pernyataan 5 ✓ Pendaki adalah kelompok kecil dengan kebutuhan khusus, ciri pasar ceruk.

Jawaban: pernyataan 3, 5.

No. 8 Kunci: B

Konsep: Harga jual = biaya total per unit + laba. Bila laba dinyatakan persen dari biaya, laba = persen × biaya total.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah:

1. Biaya total = 6.000 + 2.000 + 1.600 = Rp9.600.
2. Laba = 25 % × 9.600 = Rp2.400.
3. Harga jual = 9.600 + 2.400 = Rp12.000.
4. Cek ulang: pendapatan Rp12.000 dikurangi biaya Rp9.600 = laba Rp2.400.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Jebakan: hanya memakai bahan dan tenaga (Rp8.000) lalu menambah 25 %, sehingga biaya kemasan terlupa.
• B. ✓ Biaya total 6.000 + 2.000 + 1.600 = Rp9.600. Laba 25 % × 9.600 = Rp2.400. Harga jual = 9.600 + 2.400 = Rp12.000.
• C. ✗ Jebakan: menganggap laba 25 % dari harga jual (9.600 ÷ 0,75), padahal soal menyebut persen dari biaya.
• D. ✗ Jebakan: menambah 25 % dua kali (9.600 × 1,25 × 1,25).
• E. ✗ Jebakan: memakai laba 20 % (9.600 × 1,2).

Jawaban: B.

No. 9 Kunci: E

Konsep: Laba total = laba per unit × jumlah terjual. Tiga ukuran yang berbeda: terlaris (jumlah), pendapatan terbesar (harga × jumlah), dan laba total terbesar (laba per unit × jumlah).

Langkah:

1. Hitung laba per unit: dodol 6.000, keripik 2.500, kopi 12.000, madu 30.000.
2. Kalikan dengan jumlah terjual: 900.000; 750.000; 1.080.000; 750.000.
3. Pilih yang terbesar: kopi bubuk.
4. Cek ulang: pendapatan kopi 3.600.000 − biaya 2.520.000 = 1.080.000.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Jebakan: keripik memang terlaris dan pendapatannya terbesar (Rp4.500.000), tetapi laba per bungkusnya hanya Rp2.500 sehingga laba totalnya Rp750.000.
• B. ✗ Jebakan: laba per botol madu (Rp30.000) memang terbesar, tetapi hanya terjual 25 botol sehingga laba totalnya Rp750.000.
• C. ✗ Pernyataan itu benar (Rp6.000 dibanding Rp2.500), tetapi tidak menjawab laba total: dodol hanya Rp900.000.
• D. ✗ Harga jual tertinggi dimiliki madu (Rp80.000), bukan kopi bubuk, sehingga alasannya salah.
• E. ✓ Laba total: dodol 6.000 × 150 = Rp900.000; keripik 2.500 × 300 = Rp750.000; kopi bubuk 12.000 × 90 = Rp1.080.000; madu 30.000 × 25 = Rp750.000. Terbesar kopi bubuk.

Jawaban: E.

No. 10 Kunci: 1B 2S 3B

Konsep: Pendapatan = harga × jumlah. Laba per unit = harga − biaya. Laba total = laba per unit × jumlah. Ketiganya berbeda dan dapat menunjuk produk berbeda.

Langkah:

1. Hitung laba per unit: casing 10.000, kaca 12.000, pengisi daya 15.000.
2. Hitung laba total: 1.200.000; 1.080.000; 450.000.
3. Hitung pendapatan: 3.000.000; 1.800.000; 1.800.000.
4. Cocokkan dengan tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 → Benar. Laba per unit kaca 20.000 − 8.000 = Rp12.000, casing 25.000 − 15.000 = Rp10.000.
• Pernyataan 2 → Salah. Jebakan: laba per unit pengisi daya Rp15.000 memang terbesar, tetapi laba

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

totalnya hanya 15.000 × 30 = Rp450.000, terkecil di antara ketiganya.
• Pernyataan 3 → Benar. Pendapatan casing 25.000 × 120 = Rp3.000.000 (terbesar); laba total 10.000 × 120 = Rp1.200.000 melebihi kaca (Rp1.080.000) dan pengisi daya (Rp450.000).

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

No. 11 Kunci: D

Konsep: Orientasi pemasaran berangkat dari kebutuhan dan keluhan pelanggan. Orientasi produksi berangkat dari kemampuan membuat banyak dan murah, orientasi produk dari mutu menurut penjual, orientasi penjualan dari dorongan menjual lewat promosi.

Langkah:
1. Tanyakan: keputusan pemilik berangkat dari apa?
2. Pemilik mendengar pertanyaan penghuni apartemen, yaitu kebutuhan tanaman tahan ruangan.
3. Produk dan layanan disesuaikan dengan kebutuhan itu, jadi orientasinya pemasaran.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Cerita tidak menyebut penambahan jumlah tanaman; yang berubah adalah jenis tanaman sesuai pertanyaan pelanggan.
• B. ✗ Jebakan: kartu perawatan tampak seperti penyempurnaan produk, tetapi arahnya dari kebutuhan pelanggan, bukan dari anggapan pemilik tentang mutu terbaik.
• C. ✗ Tidak ada potongan harga atau bujukan penjualan di cerita.
• D. ✓ Pemilik mulai dari pertanyaan penghuni apartemen, lalu menyesuaikan produk dan layanan (rak khusus dan kartu perawatan).
• E. ✗ Cerita tidak membahas penekanan biaya atau harga murah.

Jawaban: D.

No. 12 Kunci: E

Konsep: Pembeli industri mengutamakan kepastian pasokan, harga sesuai volume, dan kemudahan pembayaran. Penawaran yang tepat menjawab keluhan utamanya.

Langkah:
1. Tandai keluhan: stok kosong akhir bulan dan pembayaran tunai memberatkan.
2. Cocokkan: pasokan pasti (jadwal tetap, stok cadangan) dan pembayaran lebih ringan.
3. Coret program untuk pembeli perorangan (poin, etalase, pembelian pertama).

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Kartu poin menjaga pelanggan perorangan, tetapi tidak mengatasi stok yang kosong dan pembayaran yang memberatkan.
• B. ✗ Jebakan: potongan pembelian pertama untuk pelanggan baru, padahal peternak sudah menjadi pelanggan rutin.
• C. ✗ Etalase menarik berguna bagi pembeli eceran; peternak memesan dalam jumlah besar untuk produksi.
• D. ✗ Pengantaran kilat berbayar menambah biaya peternak dan tidak menjamin stok tersedia.
• E. ✓ Jadwal tetap dan stok cadangan menjawab keluhan stok kosong; pembayaran dua kali sebulan meringankan pembayaran tunai.

Jawaban: E.

No. 13 Kunci: A, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Menjawab kebutuhan pembeli industri berarti memperbaiki penyebab keluhan: ketepatan pesanan, kejelasan dokumen, dan kepastian pasokan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah:

1. Tandai dua keluhan: ukuran keliru dan tagihan tidak rinci.
2. Pilih tindakan yang langsung memperbaiki keduanya.
3. Coret tindakan yang hanya promosi atau hadiah.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✓ Langsung menyelesaikan keluhan ukuran yang tidak sesuai.
• Pernyataan 2 ✗ Spanduk menyasar pembeli eceran dan tidak menjawab keluhan panti.
• Pernyataan 3 ✗ Jebakan: potongan harga tidak menyentuh penyebab keluhan; ukuran keliru dan tagihan tidak rinci tetap terjadi.
• Pernyataan 4 ✓ Menjawab keluhan tagihan yang sulit dicocokkan.
• Pernyataan 5 ✗ Hadiah tidak menjawab keluhan; pembeli industri mengutamakan ketepatan dan dokumen.

Jawaban: pernyataan 1, 4.

No. 14 Kunci: A, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Persen = jumlah ÷ total × 100 %. Kesimpulan hanya berlaku bagi kelompok yang disurvei.

Langkah:

1. Total responden 80.
2. Hitung persen tiap kelompok harga: 10 %, 50 %, 30 %, 10 %.
3. Uji tiap pernyataan terhadap persen dan batas kesimpulan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✓ 40 ÷ 80 × 100 % = 50 %.
• Pernyataan 2 ✗ Jebakan: 40 adalah yang terbanyak, tetapi "semua" dan "pasti" melampaui data; ia hanya 50 % responden.
• Pernyataan 3 ✗ Hanya 8 dari 80 responden (10 %) yang sanggup membayar lebih dari Rp20.000.
• Pernyataan 4 ✗ Respondennya hanya orang tua murid di satu sekolah, belum mewakili seluruh warga kota.
• Pernyataan 5 ✓ 8 ÷ 80 × 100 % = 10 %.

Jawaban: pernyataan 1, 5.

No. 15 Kunci: D

Konsep: Permintaan turunan: permintaan bahan atau perlengkapan pasar industri bergantung pada permintaan barang akhir di pasar konsumen.

Langkah:

1. Telusuri urutan: pembeli perabot → toko perabot → bengkel mebel → toko kayu.
2. Penurunan di ujung rantai diteruskan ke pemasok bahan.
3. Pemasok perlu memantau permintaan di ujung rantai.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Jebakan: sebab dan akibat terbalik. Dalam cerita, pesanan kayu turun karena pesanan kursi turun, bukan sebaliknya.

• B. ✗ Cerita tidak menyebut perbandingan harga atau perpindahan pemasok; alasan itu tidak didukung data.

• C. ✗ Justru sebaliknya: jumlah besar tetap bergantung pada penjualan barang akhir.

• D. ✓ Pembeli perabot (konsumen) mengurangi belanja, toko perabot mengurangi pesanan kursi, lalu bengkel mengurangi pesanan kayu. Itulah permintaan turunan.

• E. ✗ Pembeli industri tetap dipengaruhi pembeli akhir; sifat rasional tidak menghilangkan hubungan itu.

Jawaban: D.

No. 16 Kunci: E

Konsep: Sampel harus mewakili populasi. Responden dari satu kelompok dan satu waktu menimbulkan bias, sehingga kesimpulan harus dibatasi pada kelompok itu atau diuji lebih lanjut.

Langkah:

1. Periksa responden: pembeli yang antre di kasir, Sabtu sore.
2. Populasi yang disimpulkan: seluruh remaja kota.
3. Keduanya tidak sama, sehingga kesimpulan melampaui data.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Hitungan 36 ÷ 40 = 90 % benar, tetapi berlaku bagi 40 responden itu saja, bukan seluruh remaja kota.

• B. ✗ Pembeli yang sedang berbelanja cenderung sudah menyukai produk toko, sehingga hasilnya condong.

• C. ✗ 36 ÷ 40 × 100 % memang 90 %, bukan 36 %; persen yang disebut pemilik benar untuk responden itu.

• D. ✗ Tidak ada aturan survei hanya pada hari kerja; masalahnya ada pada siapa respondennya.

• E. ✓ Responden hanyalah pembeli yang antre pada Sabtu sore, sehingga belum mewakili semua remaja di kota. Menyimpulkan tentang 90 % remaja kota melampaui data.

Jawaban: E.

No. 17 Kunci: C

Konsep: Pada tabel silang, bandingkan dalam satu kelompok memakai persen (jumlah ÷ ukuran kelompok × 100 %). Keputusan yang menyasar satu kelompok memakai kolom kelompok itu.

Langkah:

1. Sasaran: pemilik kucing, gunakan kolom pemilik kucing (60 orang).
2. Hitung persen: kering 40 %, basah 50 %, camilan 10 %.
3. Pilih yang terbesar: makanan basah.
4. Cek total hanya sebagai pembanding, bukan dasar keputusan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Jebakan: total kering memang terbanyak (52 orang), tetapi sasarannya pemilik kucing, dan di kelompok itu kering hanya 40 %.

• B. ✗ Angka 70 % adalah milik pemilik anjing (28 ÷ 40), bukan pemilik kucing.

• C. ✓ Untuk pemilik kucing: basah 30 ÷ 60 = 50 %, kering 24 ÷ 60 = 40 %, camilan 6 ÷ 60 = 10 %. Terbanyak: basah.

• D. ✗ Pembeli sedikit tidak membuktikan pasar yang luas; di kelompok kucing camilan hanya 10 %.

• E. ✗ Total basah 38 orang bukan yang terbanyak (kering 52 orang), dan jumlah total tidak sesuai dengan sasaran kelompok kucing.

Jawaban: C.

No. 18 Kunci: A, C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pembeli industri: pembelian besar dan rutin, keputusan melibatkan beberapa pihak, penawaran tertulis, mutu sesuai spesifikasi, dan jadwal pengiriman yang pasti.

Langkah:

1. Tandai hal yang diminta bengkel: contoh uji, penawaran tertulis, jadwal tetap, dibahas bersama bagian keuangan.
2. Cocokkan tiap pernyataan dengan ciri pembeli industri.
3. Coret pernyataan yang memakai alasan pembeli perorangan (promosi, tren).

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✓ Pemilik dan bagian keuangan membahas penawaran bersama; dokumen tertulis memudahkan keduanya menilai.

• Pernyataan 2 ✗ Potongan akhir pekan menarik pembeli perorangan. Bengkel memutuskan berdasarkan penawaran, mutu, dan jadwal.

• Pernyataan 3 ✓ Bahan yang terlambat menghentikan produksi; ketepatan jadwal merupakan kebutuhan inti pembeli industri.

• Pernyataan 4 ✗ Bengkel membeli untuk keperluan kerja; tren tidak menjadi dasar keputusan pembeli industri.

• Pernyataan 5 ✓ Pembeli industri memastikan mutu sesuai spesifikasi sebelum dan sesudah pesanan.

Jawaban: pernyataan 1, 3, 5.

No. 19 Kunci: 1S 2B 3B

Konsep: Skor rata-rata dibaca per aspek. Skor terendah menunjuk perbaikan prioritas, sedangkan skor tinggi dipertahankan. Kesimpulan terbatas pada responden.

Langkah:

1. Urutkan skor: 4,6; 4,2; 3,1.
2. Skor terendah (kecepatan) menjadi prioritas perbaikan.
3. Batasi kesimpulan pada 60 responden.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 → Salah. Skor tinggi menandakan hasil yang baik yang perlu dipertahankan; mengabaikannya dapat menurunkan skor.

• Pernyataan 2 → Benar. Skor 3,1 adalah yang terendah di antara ketiga aspek.

• Pernyataan 3 → Benar. Hasil survei dibatasi oleh siapa respondennya dan berapa jumlahnya.

Jawaban: Salah, Benar, Benar.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 20 Kunci: B

Konsep: Pembeli industri menilai penawaran dari kepastian jumlah, mutu dan ukuran seragam, dokumen resmi, dan cara bayar. Satu syarat yang tidak terpenuhi sudah menggugurkan penawaran.

Langkah:

1. Daftar syarat: 60 kotak per bulan, mutu dan ukuran sama, faktur resmi, tagihan akhir bulan.
2. Periksa tiap pilihan terhadap keempat syarat.
3. Hanya satu pilihan yang memenuhi semuanya.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Jebakan: pengiriman cepat tampak baik, tetapi ukuran campuran menurut stok bertentangan dengan syarat ukuran yang sama.
• B. ✓ Penawaran ini memenuhi semua syarat klinik: jumlah rutin, ukuran sesuai pesanan, faktur resmi, dan pembayaran akhir bulan.
• C. ✗ Diskon pembelian pertama dengan bayar tunai tidak sesuai dengan pembayaran akhir bulan oleh bagian keuangan.
• D. ✗ Paket eceran tidak menjawab kebutuhan 60 kotak rutin dan tidak menyelesaikan masalah ukuran.
• E. ✗ Kartu poin tidak menyentuh keluhan ukuran, faktur, dan tagihan.

Jawaban: B.

No. 21 Kunci: B

Konsep: Riset pasar mengumpulkan dan membaca data tentang pasar untuk mengurangi risiko keputusan. Tujuan yang paling sering adalah mengenali kebutuhan dan karakteristik calon pelanggan.

Langkah:

1. Lihat apa yang ditanyakan: kebiasaan, menu, harga yang sanggup dibayar.
2. Semua menyangkut calon pelanggan.
3. Tujuan utamanya mengenali kebutuhan dan karakteristik mereka.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Riset tidak dapat memastikan laba; laba juga tidak ditanyakan kepada calon pelanggan.
• B. ✓ Pertanyaan angket dan wawancara menyangkut kebiasaan, menu, dan kemampuan membayar calon pelanggan, jadi tujuannya mengenali kebutuhan dan karakteristik mereka.
• C. ✗ Cerita tidak menyebut pencarian data pesaing; yang ditanya adalah calon pelanggan.
• D. ✗ Jumlah karyawan menyangkut manajemen internal, bukan hal yang ditanyakan kepada calon pelanggan.
• E. ✗ Iklan baru dapat dibuat setelah kebutuhan pelanggan diketahui; ia bukan tujuan riset ini.

Jawaban: B.

No. 22 Kunci: D

Konsep: Metode dipilih menurut tujuan, waktu, dan biaya. Wawancara menggali alasan mendalam dari sedikit orang; angket menjangkau banyak orang; observasi mengamati perilaku nyata; uji coba menghasilkan data pembelian.

Langkah:

1. Tujuan: mengetahui alasan secara mendalam.
2. Respondennya sedikit dan dikenal: sepuluh pelanggan lama.
3. Metode yang cocok adalah wawancara.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Angket di dinding menjangkau pengunjung yang datang, sedangkan pelanggan yang berhenti datang tidak akan membacanya.
• B. ✗ Pengamatan jumlah pengunjung tidak menjelaskan alasan pelanggan lama berhenti.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• C. ✗ Data nasional tidak menjelaskan alasan sepuluh pelanggan salon ini.
• D. ✓ Wawancara cocok untuk menggali alasan secara mendalam dari sedikit orang yang sudah diketahui.
• E. ✗ Uji jual paket baru menghasilkan data pembelian, bukan alasan berhenti datang.

Jawaban: D.

No. 23 Kunci: B, C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Niat membeli belum sama dengan perilaku membeli. Pesanan awal berbayar memberi data permintaan yang lebih nyata, dan produksi dimulai dalam jumlah kecil untuk mengurangi risiko.

Langkah:
1. Bedakan dua angka: 300 (berminat) dan 36 (membayar uang muka).
2. Angka 36 menunjukkan perilaku nyata.
3. Pilih pernyataan yang membedakan niat dari pembelian dan menjaga risiko kecil.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 ✗ Jebakan: "berminat" hanyalah niat; hanya 36 orang yang membayar uang muka.
• Pernyataan 2 ✓ Pembayaran uang muka adalah tindakan membeli, sedangkan mengisi formulir minat belum.
• Pernyataan 3 ✓ Niat dan perilaku membeli berbeda; pembayaran menunjukkan perilaku.
• Pernyataan 4 ✗ Justru jumlah kecil itulah bukti pembelian nyata yang dapat dipercaya.
• Pernyataan 5 ✓ Keputusan produksi bertumpu pada permintaan nyata dengan risiko kecil, lalu diperbarui sesuai penjualan.

Jawaban: pernyataan 2, 3, 5.

No. 24 Kunci: B, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Riset berjalan berurutan: rumuskan masalah, tentukan tujuan, rancang riset, kumpulkan, olah, simpulkan, dan pakai. Melompat ke pengumpulan data sebelum tujuan jelas menghasilkan data yang tidak terpakai.

Langkah:
1. Cari langkah yang terlewat: tidak ada rumusan masalah dan tujuan.
2. Akibatnya angket tidak terarah dan datanya tidak terpakai.
3. Perbaikannya merumuskan tujuan dan memangkas pertanyaan.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 ✗ Jumlah yang lebih banyak tidak memperbaiki angket yang tidak terarah; datanya akan sama-sama tidak terpakai.
• Pernyataan 2 ✓ Tanpa tujuan, pertanyaan tidak terarah pada keputusan tas mini.
• Pernyataan 3 ✗ Data banyak belum berguna bila tidak menjawab keputusan yang hendak diambil.
• Pernyataan 4 ✗ Tujuan harus ditentukan sebelum merancang angket, bukan setelah data diolah.
• Pernyataan 5 ✓ Pertanyaan yang relevan dengan tujuan membuat data dapat dipakai.

Jawaban: pernyataan 2, 5.

No. 25 Kunci: A

Konsep: Pilihan jawaban angket harus lengkap dan tidak saling tumpang tindih. Pertanyaan harus netral, jelas, dan memuat satu hal.

Langkah:
1. Cari pertanyaan yang memuat rentang angka: nomor 1 (usia) dan nomor 3 (frekuensi).

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Nomor 1: 15–20 dan 20–30 bertumpuk di angka 20; 20–30 dan 30–40 bertumpuk di 30.
3. Nomor 3 tidak bertumpuk. Jadi perbaikan ada pada nomor 1.

Analisis setiap opsi:

• A. ✓ Pada nomor 1, usia 20 masuk ke dua pilihan (15–20 dan 20–30), demikian juga 30. Rentang harus dibuat terpisah.
• B. ✗ Jebakan: nomor 2 memang bermasalah, tetapi masalahnya kalimat mengarahkan dan memuat dua hal, bukan pilihan jawaban yang tumpang tindih.
• C. ✗ Pilihan "belum pernah" justru perlu ada agar pilihan lengkap; menghapusnya membuat responden bukan pembeli tidak punya jawaban.
• D. ✗ Nomor 4 masalahnya terlalu luas; skala 1–5 tidak menjawab pertanyaan "apa pendapat Anda" tanpa objek yang jelas.
• E. ✗ Perubahan ini justru menciptakan tumpang tindih baru di angka 3.

Jawaban: A.

Latihan sub bab 2.1

No. 1 Kunci: A, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Transisi digital bukan sekadar membuka akun toko daring. Toko perlu menyesuaikan cara kerja: stok daring dan luring tercatat sama, ada petugas dan jam layanan chat, dan saluran lama tetap dijaga selama saluran baru belum stabil.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Pembatalan terjadi karena stok di marketplace tidak sama dengan stok toko; pencocokan harian mengatasinya.
• **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: tenaga memang lebih fokus, tetapi pelanggan toko fisik hilang, dan masalah stok serta chat tidak otomatis selesai.
• **Pernyataan 3** ✗ Jebakan: voucher memang meredakan kekecewaan pembeli, tetapi penyebabnya (stok tidak dicocokkan) tetap ada, sehingga pembatalan akan terulang.
• **Pernyataan 4** ✓ Pembagian tugas dan jam layanan yang jelas mempercepat balasan chat pembeli.
• **Pernyataan 5** ✗ Jebakan: balasan otomatis memang memberi kabar, tetapi pertanyaan pembeli tetap baru dijawab keesokan harinya, dan itulah yang dikeluhkan.

Jawaban: pernyataan 1, 4.

No. 2 Kunci: C

Konsep: Transisi digital sebaiknya bertahap dan sesuai kemampuan usaha. Fitur aplikasi bisnis (katalog, balasan cepat, label pesanan, format pemesanan) dapat merapikan pesanan tanpa biaya besar.

Langkah:

1. Masalah: pesanan bercampur dengan pesan pribadi, alamat salah catat, pertanyaan berulang.
2. Batasan: modal kecil, satu karyawan.
3. WhatsApp Business memisahkan akun usaha, katalog menjawab harga dan varian, balasan cepat menghemat waktu, label merapikan pesanan.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Berpindah total membuat pelanggan WhatsApp yang sudah ada kehilangan saluran yang biasa mereka pakai.
• **B.** ✗ Jebakan: tenaga tambahan memang mempercepat balasan, tetapi biayanya besar dan pertanyaan yang sama tetap berulang.
• **C.** ✓ Murah, cepat diterapkan, dan menjawab ketiga masalah sekaligus.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• **D.** ✗ Situs web dengan pembayaran otomatis membutuhkan biaya dan keahlian yang belum dimiliki.
• **E.** ✗ Membatasi pembeli baru justru menghambat pertumbuhan penjualan.

Jawaban: C.

No. 3 Kunci: 1S 2S 3B

Konsep: Pemasaran konvensional ditandai transaksi dan promosi tatap muka, tawar-menawar, hubungan pribadi dengan langganan, serta jangkauan yang terbatas dan sulit diukur. Memakai alat bayar digital tidak otomatis menjadikan pemasaran itu digital.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1 → Salah.** Jebakan: kode QR hanya alat pembayaran; promosi dan transaksi Pak Udin tetap dilakukan tatap muka di pasar.
• **Pernyataan 2 → Salah.** Promosi lisan di pasar sulit diukur; pengukuran jangkauan yang tepat adalah ciri promosi digital.
• **Pernyataan 3 → Benar.** Interaksi tatap muka adalah keunggulan pemasaran konvensional.

Jawaban: Salah, Salah, Benar.

No. 4 Kunci: B, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Transisi digital membutuhkan informasi usaha yang benar dan selalu diperbarui (jam buka, kontak, lokasi), pengelolaan ulasan secara jujur, dan pembagian tugas yang jelas untuk saluran digital.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: ulasan buruk memang hilang, tetapi calon pelanggan juga tidak dapat menemukan bengkel.
• **Pernyataan 2** ✓ Informasi yang salah membuat pelanggan datang di waktu yang keliru dan gagal menghubungi bengkel.
• **Pernyataan 3** ✗ Membalas ulasan memang perlu, tetapi menyalahkan pelanggan membuat calon pelanggan lain enggan datang; balasan yang baik meminta maaf dan menjelaskan perbaikan.
• **Pernyataan 4** ✗ Ulasan palsu tidak jujur dan menyesatkan calon pelanggan.
• **Pernyataan 5** ✓ Tanpa petugas yang jelas, pesan dan ulasan kembali terabaikan.

Jawaban: pernyataan 2, 5.

No. 5 Kunci: B

Konsep: Kelemahan pemasaran konvensional: jangkauan terbatas pada wilayah yang didatangi dan hasil promosi (misalnya brosur) sulit diukur. Kelebihannya: pembeli dapat mencoba barang dan berinteraksi langsung dengan penjual.

Langkah:
1. Masalah 1: tidak tahu brosur mana yang berhasil → sulit diukur.
2. Masalah 2: hanya menjangkau kecamatan yang dikunjungi → jangkauan terbatas.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Di pameran pembeli justru dapat mencoba kasur; ini kelebihan pemasaran konvensional.
• **B.** ✓ Kedua masalah yang dialami Pak Rudi adalah kelemahan khas pemasaran konvensional.
• **C.** ✗ Pak Rudi bertemu langsung dengan pembeli di pameran.
• **D.** ✗ Kasus tidak menyebut cara pembayaran; transfer juga bukan ciri pemasaran konvensional.
• **E.** ✗ Jebakan: brosur memang murah per lembar, tetapi tetap ada biaya cetak dan pameran.

Jawaban: B.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Latihan sub bab 2.2

No. 1 Kunci: E

Konsep: Siaran langsung belanja efektif bila ada interaksi: penjual menjawab pertanyaan penonton secara langsung dan memperagakan produk, sehingga pembeli daring memperoleh informasi yang biasanya didapat saat melihat barang di toko.

Langkah:

1. Penonton banyak (800) → masalahnya bukan jangkauan.
2. Komentar menanyakan bahan, ukuran, dan warna → informasi yang dibutuhkan untuk memutuskan tidak diberikan host.
3. Perbaikan: host menjawab komentar dan memperagakan produk.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Jebakan: siaran lebih sering memang menambah penonton, tetapi pertanyaan penonton tetap tidak terjawab.
- **B.** ✗ Jebakan: potongan harga memang mendorong pembelian, tetapi penonton tidak mengeluhkan harga; mereka belum tahu bahan, ukuran, dan warna asli.
- **C.** ✗ Penonton sudah 800 orang; menambah penonton tidak menjawab pertanyaan tentang produk.
- **D.** ✗ Jebakan: tautan memudahkan checkout, tetapi host sudah berulang kali mengajak checkout; penonton belum membeli karena pertanyaannya belum terjawab.
- **E.** ✓ Menjawab pertanyaan dan memperagakan produk memberi informasi yang dibutuhkan penonton untuk membeli.

Jawaban: E.

No. 2 Kunci: C

Konsep: Pemasaran lewat media sosial harus memudahkan calon pembeli bertindak. Unggahan yang menarik perhatian perlu dilengkapi informasi untuk membeli: harga, cara pesan, kontak, dan jangkauan pengiriman.

Langkah:

1. Unggahan disukai 1.284 orang → menarik perhatian sudah berhasil.
2. Komentar menanyakan harga, cara pesan, nomor WA, dan pengiriman.
3. Keterangan unggahan tidak memuat informasi itu → calon pembeli tidak dapat langsung memesan.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Jumlah suka sudah tinggi; masalahnya bukan daya tarik foto.
- **B.** ✗ Jebakan: unggahan lebih sering menambah tayangan, tetapi informasi pemesanan tetap tidak ada.
- **C.** ✓ Menjawab semua pertanyaan yang berulang di komentar sehingga calon pembeli dapat langsung memesan.
- **D.** ✗ Undian menambah jangkauan, tetapi calon pembeli tetap tidak tahu harga dan cara pesan.
- **E.** ✗ Klaim superlatif tidak menjawab pertanyaan calon pembeli dan sulit dibuktikan.

Jawaban: C.

Latihan sub bab 2.3

No. 1 Kunci: A, B, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Perencanaan karier dimulai dari mengenali minat dan kompetensi diri, lalu memilih jalur kerja yang sesuai, mengembangkan bukti kemampuan (sertifikat, portofolio), dan menetapkan target jangka pendek serta jangka panjang.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Sesuai kekuatan Nadia dalam melayani pelanggan dan berkomunikasi.

• **Pernyataan 2** ✓ Sertifikat kompetensi membuktikan keterampilan dan menambah daya saing saat melamar kerja.

• **Pernyataan 3** ✗ Jebakan: lowongan memang banyak, tetapi bagian itu bukan minat dan kekuatan utama Nadia.

• **Pernyataan 4** ✓ Portofolio menunjukkan keterampilan konten yang dapat menjadi nilai tambah di ritel.

• **Pernyataan 5** ✓ Target bertahap membuat tujuan lima tahun lebih terarah dan dapat dicapai.

Jawaban: pernyataan 1, 2, 4, 5.

No. 2 Kunci: A, C, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Profesi pemasaran di ritel dan UMKM antara lain admin toko daring, tenaga penjual lapangan (salesman/canvasser), merchandiser, tenaga promosi (SPG/SPB), pramuniaga, dan kasir. Setiap profesi memiliki tugas yang berbeda.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Tugas-tugas itu adalah pekerjaan admin toko daring.

• **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: tenaga penjual lapangan memang mengunjungi toko, tetapi menata produk di rak sesuai denah adalah tugas merchandiser.

• **Pernyataan 3** ✓ Tenaga penjual lapangan (salesman) mendatangi pelanggan, menerima pesanan, dan menagih.

• **Pernyataan 4** ✓ Tenaga promosi bertugas menarik pengunjung dan memperkenalkan produk secara langsung.

• **Pernyataan 5** ✗ Saat pameran, tenaga promosi melayani pengunjung terus-menerus, sehingga chat dan stok toko daring akan terabaikan; tugas dan keahlian kedua profesi juga berbeda.

Jawaban: pernyataan 1, 3, 4.

No. 3 Kunci: B

Konsep: Perencanaan karier mencocokkan minat dan kompetensi diri dengan tuntutan pekerjaan. Bidang pemasaran juga memiliki pekerjaan administratif dan pengolahan data, tidak hanya pekerjaan menawarkan langsung.

Langkah:

1. Kekuatan Fajar: teliti, mengolah angka, mencatat dan merekap data.
2. Hal yang membuatnya tidak nyaman: berbicara di depan umum dan menawarkan kepada orang asing.
3. Pekerjaan yang sesuai: administrasi penjualan.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Menuntut berbicara dan menawarkan kepada orang asing, yang membuat Fajar gugup.

• **B.** ✓ Sesuai minat dan kekuatan Fajar mengolah data penjualan.

• **C.** ✗ Menuntut menawarkan langsung kepada pemilik toko yang belum dikenal.

• **D.** ✗ Menuntut tampil berbicara di depan banyak penonton.

• **E.** ✗ Jebakan: tidak bertatap muka, tetapi tetap menawarkan produk kepada orang yang belum dikenal.

Jawaban: B.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 4 Kunci: A, C, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Perencanaan karier wirausaha memperhatikan minat, kekuatan, kelemahan yang perlu diperbaiki, sumber daya (modal, dukungan keluarga), dan target bertahap yang terukur.

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1** ✓ Penghasilan tetap berjalan sesuai syarat orang tua, sementara usaha dirintis bertahap.
- **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: stok besar memang tampak cepat berkembang, tetapi risikonya besar bagi pemula yang belum bisa menghitung laba.
- **Pernyataan 3** ✓ Menutup kelemahan Bima dalam menghitung laba.
- **Pernyataan 4** ✓ Kekuatan Bima langsung mendukung penjualan daring.
- **Pernyataan 5** ✓ Target yang terukur membuat rencana usaha dapat dievaluasi.

Jawaban: pernyataan 1, 3, 4, 5.

No. 5 Kunci: A

Konsep: Customer service (layanan pelanggan) menjawab pertanyaan, menangani keluhan dan penukaran barang, serta menyampaikan masukan pelanggan kepada pemilik usaha.

Langkah:

1. Tugas Sari: menjawab pertanyaan dan keluhan, memproses penukaran, mencatat keluhan.
2. Ia tidak mengemas dan tidak mengunggah produk.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✓ Seluruh tugas Sari adalah tugas layanan pelanggan.
- **B.** ✗ Mengemas pesanan tidak termasuk tugas Sari.
- **C.** ✗ Jebakan: admin produk juga bekerja di toko daring, tetapi tugasnya mengunggah dan memperbarui katalog, yang tidak dilakukan Sari.
- **D.** ✗ Sari bekerja lewat chat, tidak mengunjungi toko-toko.
- **E.** ✗ Toko berjualan daring dan Sari tidak menerima pembayaran.

Jawaban: A.

Latihan sub bab 2.4

No. 1 Kunci: A

Konsep: Peluang usaha muncul dari kebutuhan pasar yang belum terlayani. Peluang itu harus sesuai dengan kondisi pasar (aturan, waktu, kebiasaan) dan kemampuan pelaku usaha.

Langkah:

1. Kebutuhan yang dikeluhkan: berbelanja kebutuhan rumah tangga setelah pulang kerja.
2. Hambatan: pasar sudah tutup saat karyawan pulang.
3. Usaha yang menjawabnya dengan modal kecil: jasa titip belanja yang diambil di gerbang saat pulang.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✓ Menjawab keluhan belanja kebutuhan rumah tangga, sesuai jam pulang, dan bermodal kecil.
- **B.** ✗ Jebakan: jumlah karyawan besar, tetapi makan siang sudah gratis dan makanan dari luar dilarang masuk.
- **C.** ✗ Kebutuhan kopi tidak muncul dalam keluhan karyawan.
- **D.** ✗ Karyawan masih bekerja pada siang hari, dan pakaian kerja bukan kebutuhan yang dikeluhkan.
- **E.** ✗ Laundry tidak disebut sebagai kebutuhan, dan mesin serta antar-jemput membutuhkan modal yang tidak kecil.

Jawaban: A.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 2 Kunci: D

Konsep: Peluang usaha dinilai dari kebutuhan pasar (peminat) dan kelayakan laba. Harga jual dengan laba x % dari harga beli = harga beli × (100 % + x %).

Langkah:

1. Kaos kaki: 9.000 × 1,2 = Rp10.800 > Rp10.000 → melebihi harga pasaran ✗.
2. Gantungan kunci: 6.000 × 1,2 = Rp7.200 ≤ Rp8.000 ✓, tetapi peminat hanya 5.
3. Tumbler: 20.000 × 1,2 = Rp24.000 ≤ Rp25.000 ✓, peminat 30 → laba ±30 × Rp4.000 = Rp120.000/minggu.
4. Pulpen gel: 2.500 × 1,2 = Rp3.000 ≤ Rp3.500 ✓, peminat 15 → laba ±15 × Rp500 = Rp7.500/minggu.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Jebakan: peminatnya memang terbanyak, tetapi harga jual minimal Rp10.800 melebihi harga pasaran Rp10.000.
- **B.** ✗ Laba per barang memenuhi syarat, tetapi peminatnya hanya 5 per minggu.
- **C.** ✗ Harga murah tidak berarti peluang terbaik; laba mingguannya hanya sekitar Rp7.500.
- **D.** ✓ Memenuhi syarat harga dan laba, peminatnya banyak, dan laba mingguannya paling besar.
- **E.** ✗ Laba persen pulpen bila dijual Rp3.500 memang 40 %, tetapi jumlah labanya sangat kecil karena harga per barang rendah.

Jawaban: D.

Kuis Akhir Bab 2

No. 1 Kunci: B, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Selama transisi digital, usaha menjaga informasi yang benar dan seragam di semua saluran (jadwal, stok, alamat), menunjuk penanggung jawab, dan mempertahankan saluran lama selama saluran baru belum stabil.

Langkah:

1. Cari penyebab: dua catatan jadwal dan alamat lama.
2. Pilih tindakan yang menyatukan catatan, memperbarui alamat, dan menunjuk penanggung jawab.
3. Coret tindakan menghapus keluhan atau menutup saluran lama.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✗ Menghapus komentar menghilangkan kepercayaan dan tidak memperbaiki penyebab.
- Pernyataan 2 ✓ Dua catatan menyebabkan jadwal bentrok; satu catatan menyamakan informasi.
- Pernyataan 3 ✗ Menutup saluran lama berisiko kehilangan pelanggan setia dan tidak diperlukan untuk menyatukan jadwal.
- Pernyataan 4 ✓ Informasi usaha harus benar dan terbaru agar pelanggan tidak tersasar.
- Pernyataan 5 ✓ Penanggung jawab yang jelas mencegah catatan terlewat atau saling menimpa.

Jawaban: pernyataan 2, 4, 5.

No. 2 Kunci: B

Konsep: Pemasaran konvensional bertumpu pada pertemuan langsung penjual dan pembeli, pemeriksaan barang secara fisik, tawar-menawar atau permintaan lisan, serta promosi tatap muka atau dari mulut ke mulut.

Langkah:

1. Tandai cara pembeli menemukan dan membeli: datang ke gerobak, melihat langsung, membayar tunai.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Tandai cara promosi: mulut ke mulut, tanpa akun daring.
3. Cocokkan dengan ciri konvensional.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Pak Dadi tidak memakai aplikasi; pesanan dan pembayaran dilakukan di tempat.
• B. ✓ Transaksi tatap muka, barang dilihat langsung, dan selera disampaikan lisan adalah ciri konvensional.
• C. ✗ Cerita menyebut promosi hanya dari mulut ke mulut, bukan iklan berbayar.
• D. ✗ Ulasan dan peringkat memerlukan akun daring, padahal Pak Dadi tidak memilikinya.
• E. ✗ Pencatatan otomatis adalah ciri sistem digital; cerita tidak menyebut sistem apa pun.

Jawaban: B.

No. 3 Kunci: E

Konsep: Tahap pemasaran dinilai dari cara memasarkan dan bertransaksi. Alat bayar digital tidak otomatis menjadikan pemasaran digital.

Langkah:

1. Pisahkan alat bayar (QR) dari cara memasarkan (tatap muka, tawar-menawar, mulut ke mulut).
2. Tidak ada akun, katalog, atau pesan daring untuk memasarkan.
3. Jadi masih konvensional.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Jebakan: kode QR hanya alat bayar; pemasaran modern menuntut saluran digital untuk memasarkan.
• B. ✗ Alat bayar saja belum membuat pemasaran masuk transisi digital karena belum ada alat digital untuk memasarkan.
• C. ✗ Dikenal dari cerita sesama pengunjung adalah promosi mulut ke mulut, ciri konvensional.
• D. ✗ Menggunakan alat bayar yang sama dengan toko besar tidak mengubah cara memasarkan.
• E. ✓ Yang digital hanya cara membayar. Cara menawarkan, melihat barang, dan menawar harga masih tatap muka, dan tidak ada akun atau katalog daring.

Jawaban: E.

No. 4 Kunci: A, C

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Transisi digital: usaha mulai memakai alat digital untuk memasarkan sambil mempertahankan cara lama. Usaha yang memadukan keduanya tidak otomatis modern sepenuhnya.

Langkah:

1. Pisahkan cara lama (lapak, pemeriksaan fisik) dari cara baru (pesan, akun, kurir).
2. Keduanya berjalan bersamaan: tahap transisi.
3. Nilai tiap pernyataan terhadap pemisahan itu.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✓ Pemeriksaan fisik oleh pembeli adalah ciri konvensional.
• Pernyataan 2 ✗ Lapak pasar dan pemeriksaan buku secara fisik masih berjalan, sehingga usaha ini campuran, bukan sepenuhnya digital.
• Pernyataan 3 ✓ Alat digital sudah dipakai untuk memasarkan, tetapi cara lama tetap berjalan.
• Pernyataan 4 ✗ Lapak masih menghasilkan pembeli; menutup saluran lama terlalu cepat berisiko.
• Pernyataan 5 ✗ Daftar judul daring adalah alat digital untuk memasarkan, bukan ciri konvensional.

Jawaban: pernyataan 1, 3.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 5 Kunci: C

Konsep: Transisi digital bertahap dan sesuai kemampuan: rapikan produk dan informasi, pakai alat pesan sederhana, terima pembayaran digital, hadir di peta dan media sosial, buka saluran penjualan, lalu ukur hasil.

Langkah:

1. Tandai masalah: harga tidak jelas, tanpa foto, nomor tidak aktif.
2. Tandai batas: dua karyawan dan modal terbatas.
3. Langkah pertama yang murah dan menyentuh masalah adalah merapikan informasi.

Analisis setiap opsi:

- A. ✗ Saluran besar sebelum harga dan foto rapi membuat pembeli bingung dan modal tidak sanggup mengelolanya.
- B. ✗ Iklan mengantar orang ke informasi yang belum rapi dan menghabiskan modal yang terbatas.
- C. ✓ Informasi usaha harus rapi lebih dulu: harga jelas, foto produk, dan nomor yang aktif. Tanpa itu, alat digital apa pun memperbesar kekacauan.
- D. ✗ Aplikasi mahal tidak sesuai modal terbatas dan tidak memperbaiki informasi yang berantakan.
- E. ✗ Merekrut admin menambah biaya tetap sebelum ada pesanan yang perlu dibalas.

Jawaban: C.

No. 6 Kunci: D

Konsep: Dengan corong penjualan, masalah dicari pada tahap yang paling bocor. Pesanan yang batal di halaman pembayaran biasanya terkait ongkos kirim, cara bayar, atau waktu kirim.

Langkah:

1. Tentukan tahap yang bocor: keranjang → pembayaran.
2. Baca penyebab dari komentar: ongkir tidak tertulis.
3. Pilih perbaikan paling murah yang menyentuh penyebab itu.

Analisis setiap opsi:

- A. ✗ Diskon barang mengurangi laba dan tidak menjawab keluhan ongkos kirim yang tidak tertulis.
- B. ✗ Iklan menambah pengunjung, padahal masalah ada pada tahap pembayaran.
- C. ✗ Foto bukan sumber keluhan; mengganti foto mahal dan tidak menyentuh penyebab.
- D. ✓ Pembatalan terjadi karena ongkos kirim tidak diketahui sebelum membayar. Mencantumkan perkiraan ongkos kirim menyentuh penyebab itu dan hampir tanpa biaya.
- E. ✗ Menutup toko menghilangkan penjualan dan tidak memperbaiki informasi yang kurang.

Jawaban: D.

No. 7 Kunci: A

Konsep: Salah satu kelebihan pemasaran digital adalah hasil promosinya terukur: tayangan, klik, dan pesanan tercatat sehingga biaya per pesanan dapat dihitung. Pemasaran konvensional sulit diukur.

Langkah:

1. Hitung biaya per pesanan iklan: 240.000 ÷ 24 = Rp10.000.
2. Pada brosur tidak ada pesanan tercatat sehingga tidak dapat dihitung.
3. Pilih pernyataan yang menyatakan perbedaan terukur dan tidak terukur.

Analisis setiap opsi:

- A. ✓ Biaya per pesanan iklan = 240.000 ÷ 24 = Rp10.000. Pada brosur tidak ada pesanan tercatat, sehingga biaya per pesanannya tidak dapat dihitung.
- B. ✗ Jebakan: tidak ada catatan bukan berarti tidak ada pesanan; efektivitasnya hanya tidak dapat diukur.
- C. ✗ Jumlah penonton tidak menentukan mahal atau murah; yang dihitung adalah biaya per pesanan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• D. ✗ Biaya yang sama tidak berarti hasil yang sama; hasilnya hanya terukur pada iklan.
• E. ✗ Selisih klik dengan tayangan wajar dan tidak menjadi ukuran efektif; hasil akhirnya 24 pesanan.

Jawaban: A.

No. 8 Kunci: 1S 2B 3B

Konsep: Pemasaran konvensional unggul pada pemeriksaan barang secara fisik dan hubungan pribadi, tetapi jangkauannya terbatas pada pengunjung dan hasil promosinya sulit diukur.

Langkah:
1. Tandai ciri berjualan: pembeli datang, mencium, memilih, menawar; tanpa akun daring.
2. Pisahkan kelebihan (pemeriksaan langsung) dari kelemahan (jangkauan).
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 → Salah. Tanpa akun atau katalog daring, calon pembeli luar kota tidak tahu dan tidak dapat memesan; jangkauan terbatas.
• Pernyataan 2 → Benar. Memeriksa barang secara fisik, terutama barang yang harus dicium dan dilihat, adalah kelebihan pemasaran konvensional.
• Pernyataan 3 → Benar. Tanpa saluran daring, usaha hanya menjangkau pengunjung pasar, ciri keterbatasan konvensional.

Jawaban: Salah, Benar, Benar.

No. 9 Kunci: A

Konsep: Pilih profesi dengan mencocokkan kekuatan dan kompetensi dengan tugas utama, serta menghindari tuntutan terus-menerus pada hal yang kurang disukai.

Langkah:
1. Kekuatan Yoga: teliti, rapi, penataan barang.
2. Kelemahan: kurang nyaman berbicara dengan orang baru.
3. Cari profesi yang banyak menata dan memeriksa, sedikit berbicara dengan orang baru.

Analisis setiap opsi:
• A. ✓ Merchandiser bekerja menata dan memeriksa rak, sesuai ketelitian dan kerapian Yoga, dengan sedikit berbicara dengan orang baru.
• B. ✗ Tenaga promosi menuntut sering berbicara dengan banyak orang baru, hal yang kurang dinyamani Yoga.
• C. ✗ Telemarketer menuntut berbicara dengan orang yang belum dikenal lewat telepon terus-menerus.
• D. ✗ Host siaran langsung menuntut tampil di depan banyak orang, tidak sesuai dengan Yoga.
• E. ✗ Penjual lapangan menuntut menawarkan dan menagih kepada orang lain, bertentangan dengan kenyamanannya.

Jawaban: A.

No. 10 Kunci: E

Konsep: Tenaga promosi (SPG/SPB, promotor) berpromosi di stan, pameran, atau pusat belanja dengan memperagakan, membagikan contoh, dan menawarkan produk kepada pengunjung.

Langkah:
1. Tandai tempat kerja: lorong mal.
2. Tandai kegiatan: membagikan contoh dan menjelaskan manfaat.
3. Itu tugas tenaga promosi.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Merchandiser menata rak di toko pelanggan; Lia membagikan contoh kepada pengunjung mal.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• B. ✗ Penjual lapangan menerima pesanan dan menagih di toko; Lia tidak melakukannya.
• C. ✗ Admin toko daring bekerja di platform daring; Lia bekerja di mal.
• D. ✗ Customer service menangani keluhan; Lia memperkenalkan produk.
• E. ✓ Berdiri di mal, membagikan contoh, dan menjelaskan manfaat produk adalah tugas tenaga promosi.

Jawaban: E.

No. 11 Kunci: D

Konsep: Menilai peluang: saring syarat batas (modal, waktu, aturan) lebih dulu, lalu bandingkan kebutuhan dan persaingan pada pilihan yang tersisa.

Langkah:
1. Syarat batas: modal ≤ Rp5 juta dan dapat dijalankan pagi. Katering dan toko perlengkapan gugur.
2. Sisa: nasi bungkus (76; 6 pesaing), gorengan dan kopi (52; 4 pesaing), jasa antar (38; 0 pesaing).
3. Pilih kebutuhan cukup dan tanpa pesaing: jasa antar sarapan.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Jebakan: kebutuhan terbanyak (76), tetapi sudah ada 6 usaha sejenis yang membagi pembeli.
• B. ✗ Katering melanggar syarat batas: modal Rp15 juta dan tidak dapat dijalankan pagi.
• C. ✗ Modal Rp2 juta memang kecil, tetapi Rp1,5 juta pada jasa antar lebih kecil, dan ada 4 pesaing.
• D. ✓ Setelah menyaring modal ≤ Rp5 juta dan dapat dijalankan pagi, tersisa nasi bungkus, gorengan dan kopi, serta jasa antar sarapan. Jasa antar memiliki kebutuhan 38 pekerja dan tanpa pesaing, sedangkan dua lainnya memiliki 6 dan 4 pesaing.
• E. ✗ Toko perlengkapan melanggar syarat modal (Rp20 juta) dan waktu.

Jawaban: D.

No. 12 Kunci: E

Konsep: Laba bulanan = pendapatan − biaya tetap − biaya variabel. Waktu balik modal = modal awal ÷ laba bulanan.

Langkah:
1. Laba bulanan = 2.400.000 − 400.000 − 800.000 = Rp1.200.000.
2. Balik modal = 6.000.000 ÷ 1.200.000 = 5 bulan.
3. Cek: 5 × 1.200.000 = 6.000.000.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Jebakan: membagi modal dengan pendapatan (6.000.000 ÷ 2.400.000), padahal harus dengan laba.
• B. ✗ Jebakan: memakai laba Rp800.000 karena hanya mengurangi biaya tetap dari laba kotor yang keliru.
• C. ✗ Jebakan: memakai laba Rp2.000.000 karena hanya mengurangi biaya variabel dan lupa biaya tetap.
• D. ✗ Memakai laba Rp600.000 yang tidak sesuai dengan data.
• E. ✓ Laba bulanan = 2.400.000 − 400.000 − 800.000 = Rp1.200.000. Balik modal = 6.000.000 ÷ 1.200.000 = 5 bulan.

Jawaban: E.

No. 13 Kunci: D

Konsep: Suka dan komentar menunjukkan perhatian, bukan pembelian. Konten yang mengantar pembeli memuat harga, cara memesan, nomor atau tautan, dan wilayah kirim.

Langkah:
1. Bandingkan: suka banyak, pesanan sedikit.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Periksa isi unggahan: tidak ada harga dan cara pesan.
3. Perbaikan paling tepat menambahkan unsur itu.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Mengulang foto menambah suka, bukan pesanan.
• B. ✗ Video bisa menambah komentar, tetapi tetap tidak memuat cara memesan.
• C. ✗ Klaim "paling murah se-kota" tidak terbukti dan tidak membantu pembeli memesan.
• D. ✓ Unggahan sudah menarik perhatian (banyak suka), tetapi belum memberi jalan menuju pembelian: tidak ada harga, cara pesan, nomor, atau wilayah antar.
• E. ✗ Undian menambah pengikut, tetapi tidak menunjukkan jalan memesan.

Jawaban: D.

No. 14 Kunci: B, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Jenjang karier di ritel naik bertahap: staf, staf andalan, supervisor, kepala toko. Naik jenjang memerlukan bukti kemampuan dan tambahan kompetensi.

Langkah:

1. Tujuan: supervisor dalam tiga tahun.
2. Pilih langkah yang menunjukkan kemampuan memimpin dan menambah kompetensi.
3. Coret langkah yang hanya meminta, menunggu, atau berpindah tanpa arah.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✗ Lama bekerja belum cukup tanpa bukti kemampuan memimpin dan mengatur.
• Pernyataan 2 ✓ Menunjukkan kemampuan membimbing dan mengatur, kompetensi yang dibutuhkan supervisor.
• Pernyataan 3 ✗ Berpindah tanpa tujuan tidak membangun kompetensi mengatur tim.
• Pernyataan 4 ✗ Menunggu tanpa langkah nyata tidak menambah bukti kemampuan.
• Pernyataan 5 ✓ Menambah kompetensi yang diperlukan untuk jenjang berikutnya.

Jawaban: pernyataan 2, 5.

No. 15 Kunci: C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Rencana karier bertahap menggabungkan pemanfaatan kekuatan, penutupan kelemahan melalui pelatihan atau pengalaman, dan tujuan jangka panjang.

Langkah:

1. Kekuatan: berhitung. Kelemahan: pembukuan belum dikuasai dan gugup berbicara. Tujuan: membesarkan toko ayah.
2. Pilih langkah yang menambah kompetensi pembukuan secara nyata.
3. Coret langkah muluk, menunda, atau yang tidak menuju tujuan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✗ Terlalu muluk karena kompetensi pembukuan belum dimiliki.
• Pernyataan 2 ✗ Menuntut hal yang menjadi kelemahan secara terus-menerus tanpa persiapan, dan menjauh dari tujuan membesarkan toko.
• Pernyataan 3 ✓ Memanfaatkan kekuatan berhitung sambil menambah pengalaman nyata.
• Pernyataan 4 ✗ Menunda tanpa langkah nyata tidak menambah kompetensi.
• Pernyataan 5 ✓ Langkah nyata menutup kelemahan pembukuan dan mempersiapkan tujuan jangka panjang.

Jawaban: pernyataan 3, 5.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 16 Kunci: 1B 2S 3B

Konsep: Rencana karier yang baik realistis dan bertahap. Rencana langsung besar tanpa perhitungan dan tanpa langkah antara berisiko.

Langkah:

1. Tandai langkah Mira: berhenti kerja, pinjam Rp40 juta, toko besar, belum pernah menghitung laba.
2. Uji dengan ciri rencana baik: realistis, bertahap.
3. Tentukan perbaikan: langkah antara yang kecil.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 → Benar. Pinjaman besar, berhenti bekerja sekaligus, dan keyakinan "pasti laris" tanpa hitungan adalah ciri rencana muluk.
• Pernyataan 2 → Salah. Bekerja sebagai staf memang pengalaman, tetapi langsung membuka toko besar bukan tahapan bertahap.
• Pernyataan 3 → Benar. Langkah antara menjaga penghasilan dan menambah kompetensi sebelum memperbesar usaha.

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

No. 17 Kunci: B

Konsep: Membaca lowongan berarti memeriksa tugas, syarat, jadwal, dan imbalan. Kecocokan bidang kerja harus diuji terhadap semua syarat, dan syarat yang belum terpenuhi perlu diatasi atau dipertimbangkan.

Langkah:

1. Baca tugas pada pamflet: periksa stok rak, tata produk, pasang materi promosi, lapor rak kosong.
2. Baca syarat: motor sendiri, kerja Senin–Sabtu.
3. Bandingkan dengan Dino: tugas cocok, motor dan hari Sabtu tidak terpenuhi.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Jebakan: kompetensi cocok tidak berarti seluruh syarat terpenuhi; kendaraan dan hari Sabtu tidak terpenuhi.
• B. ✓ Tugas merchandiser sesuai kompetensi Dino. Namun pamflet mensyaratkan kendaraan sendiri dan kerja Senin–Sabtu, sedangkan Dino tidak punya motor dan tidak dapat bekerja pada hari Sabtu.
• C. ✗ Pamflet menyebut posisi ini tidak menerima pesanan dan tidak menagih pembayaran.
• D. ✗ Tugasnya memeriksa stok dan menata rak, bukan berbicara dengan banyak pembeli baru.
• E. ✗ Pamflet menyebut tunjangan bensin sebesar Rp300.000, bukan motor kerja.

Jawaban: B.

No. 18 Kunci: A, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Profesi dibedakan dari tugas utamanya: penjual lapangan (pesanan dan tagihan), merchandiser (penataan rak), kasir (pembayaran), customer service (keluhan), admin marketplace (platform daring).

Langkah:

1. Tulis tugas utama tiap posisi.
2. Cocokkan tiap pernyataan.
3. Perhatikan pembeda: menerima pesanan dan menagih bukan tugas merchandiser.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✓ Seluruh pekerjaan admin marketplace berlangsung di platform daring.
• Pernyataan 2 ✗ Merchandiser hanya menata dan memeriksa rak; menerima pesanan adalah tugas penjual lapangan.
• Pernyataan 3 ✗ Menghitung belanjaan dan memberi kembalian adalah tugas kasir.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• Pernyataan 4 ✓ Penjual lapangan berkunjung, menerima pesanan, dan menagih pembayaran.
• Pernyataan 5 ✗ Menangani keluhan adalah tugas customer service.

Jawaban: pernyataan 1, 4.

No. 19 Kunci: B

Konsep: Profesi pemasaran dikenali dari tugas utama dan pembedanya. Admin penjualan bekerja dengan data dan dokumen: pesanan, rekap, stok, laporan.

Langkah:
1. Daftar kegiatan: catat pesanan, rekap, cocokkan stok, laporan.
2. Semua berupa data dan dokumen, jarang bertemu pembeli.
3. Itu ciri admin penjualan.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Pramuniaga melayani pembeli secara langsung di toko; Dika hampir tidak bertemu pembeli.
• B. ✓ Mencatat pesanan, merekap penjualan, mencocokkan stok, dan menyusun laporan adalah pekerjaan data dan dokumen, ciri admin penjualan.
• C. ✗ Penjual lapangan berkeliling menawarkan dan menagih; Dika tidak menawarkan produk.
• D. ✗ Merchandiser menata rak toko pelanggan; Dika bekerja dengan catatan dan laporan.
• E. ✗ Kasir menerima pembayaran dan memberi kembalian; Dika tidak melakukan transaksi pembayaran.

Jawaban: B.

No. 20 Kunci: A

Konsep: Pada pemasaran digital, foto, deskripsi, dan ulasan menggantikan pemeriksaan langsung. Keluhan berulang pada ulasan dan pertanyaan pembeli menunjuk informasi yang kurang.

Langkah:
1. Baca ulasan terburuk pada gambar: warna tidak sesuai, bahan transparan, ukuran.
2. Baca deskripsi: hanya satu kalimat pendek.
3. Pilih perbaikan paling murah yang melengkapi informasi itu.

Analisis setiap opsi:
• A. ✓ Ulasan mengeluhkan warna berbeda dari foto, bahan transparan, dan ukuran; pembeli juga bertanya ukuran. Deskripsi yang hanya "Jilbab voal premium" belum memberi informasi itu. Melengkapinya murah dan menyentuh penyebab.
• B. ✗ Harga tidak disebut dalam keluhan; menurunkan harga mengurangi laba dan tidak memperbaiki informasi.
• C. ✗ Foto bukan sumber keluhan utama; foto model tidak menjawab pertanyaan ukuran dan bahan.
• D. ✗ Video panjang mahal dan tidak menjawab pertanyaan pembeli yang spesifik.
• E. ✗ Iklan menambah pengunjung ke halaman yang informasinya masih kurang sehingga pengembalian ikut bertambah.

Jawaban: A.

No. 21 Kunci: B, C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Ukuran efektivitas konten digital adalah pesanan dan pesanan per klik, bukan suka atau jangkauan saja.

Langkah:
1. Hitung pesanan per klik: foto 4 ÷ 80 = 5 %; video 10 ÷ 100 = 10 %; cerita 10 ÷ 50 = 20 %.
2. Bandingkan pesanan: foto 4, video 10, cerita 10.
3. Uji tiap pernyataan terhadap angka itu.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✗ Jebakan: suka terbanyak (360) hanya menghasilkan 4 pesanan; suka bukan pesanan.
• Pernyataan 2 ✓ Tabel menunjukkan 10 pesanan pada keduanya.
• Pernyataan 3 ✓ 10 ÷ 50 × 100 % = 20 %, lebih tinggi daripada video (10 %) dan foto (5 %).
• Pernyataan 4 ✗ Jangkauan besar tidak sama dengan efisien; foto hanya menghasilkan 4 pesanan.
• Pernyataan 5 ✓ Video menghasilkan pesanan yang sama dengan cerita pada jangkauan 2.500 dibanding 800, sehingga lebih mudah diperluas.

Jawaban: pernyataan 2, 3, 5.

No. 22 Kunci: C

Konsep: Rencana karier yang baik: sesuai minat dan kompetensi, realistis terhadap modal dan penghasilan yang dibutuhkan, bertahap, dan memuat langkah nyata.

Langkah:

1. Tandai kondisi: modal Rp2 juta, butuh penghasilan tetap, bercita-cita kedai sendiri lima tahun lagi.
2. Pilih rencana yang menghasilkan uang sekarang dan membangun kemampuan.
3. Coret rencana muluk atau yang menghilangkan penghasilan.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Pinjaman besar tanpa pengalaman terlalu muluk, tidak realistis dengan modal Rp2 juta.
• B. ✗ Gina membutuhkan penghasilan bulanan; menunda bekerja selama lima tahun mengabaikan kebutuhan itu.
• C. ✓ Bekerja memberi penghasilan tetap, menabung menambah modal, dan mempelajari kedai menambah kompetensi. Rencana bertahap menuju kedai sendiri.
• D. ✗ Kuliah penuh waktu tanpa bekerja menghilangkan penghasilan yang dibutuhkan ibunya.
• E. ✗ Usaha tanpa catatan menyulitkan perhitungan laba dan tidak melatih kompetensi usaha.

Jawaban: C.

No. 23 Kunci: C

Konsep: Pada corong tayangan → klik → keranjang → bayar, bandingkan persen yang lanjut. Penurunan terbesar di dalam halaman (klik ke keranjang) menunjuk informasi yang kurang meyakinkan.

Langkah:

1. Hitung: 500 ÷ 10.000 = 5 %; 150 ÷ 500 = 30 %; 120 ÷ 150 = 80 %.
2. Tayangan→klik wajar rendah; masalah ada di dalam halaman: klik→keranjang 30 %.
3. Perbaikan yang menyentuh: informasi, foto, ulasan.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Jebakan: 5 % memang angka terkecil, tetapi tahap ini normalnya rendah dan bukan penyebab masalah di dalam halaman; menambah iklan tidak menolong pembeli yang ragu setelah membuka halaman.
• B. ✗ Tahap pembayaran justru yang terbaik (80 % lanjut); perbaikan di sini bukan prioritas.
• C. ✓ Persen lanjut: tayangan→klik 500 ÷ 10.000 = 5 %; klik→keranjang 150 ÷ 500 = 30 %; keranjang→bayar 120 ÷ 150 = 80 %. Tayangan→klik memang terendah secara angka, tetapi 5 % wajar untuk iklan; pembeli yang sudah membuka halaman dan tidak memasukkan ke keranjang menunjukkan informasi di dalam halaman belum meyakinkan.
• D. ✗ Persennya tepat (5 %), tetapi perbaikan di halaman produk menyentuh tahap klik ke keranjang, bukan tayangan ke klik.
• E. ✗ Tahap benar, tetapi menambah iklan hanya menambah pengunjung, bukan meyakinkan pembeli yang sudah masuk halaman.

Jawaban: C.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 24 Kunci: 1B 2S 3B

Konsep: Peluang yang baik lolos semua saringan: pasar, persaingan, kemampuan (modal), laba, dan risiko. Syarat batas disaring lebih dulu.

Langkah:

1. Saring modal: Rp5 juta. Warung kopi (Rp11 juta) gugur.
2. Periksa penitipan motor: Rp3 juta, 80 orang, tanpa pesaing.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 → Benar. Modal Rp11 juta melebihi Rp5 juta, sehingga gugur pada saringan modal.
• Pernyataan 2 → Salah. Jebakan: kebutuhan lebih besar tidak menolong bila modal tidak cukup dan ada 4 pesaing.
• Pernyataan 3 → Benar. Modal Rp3 juta di bawah Rp5 juta dan tidak ada pesaing dalam 1 km.

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

No. 25 Kunci: A, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Titik impas adalah jumlah terjual minimal agar tidak rugi: biaya tetap ÷ (harga − biaya variabel per unit).

Langkah:

1. Laba per gelas = 12.000 − 7.000 = 5.000.
2. Titik impas = 900.000 ÷ 5.000 = 180 gelas.
3. Laba pada 200 gelas = 200 × 5.000 − 900.000 = 100.000.
4. Uji tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✓ Laba per gelas 12.000 − 7.000 = Rp5.000; titik impas 900.000 ÷ 5.000 = 180 gelas.
• Pernyataan 2 ✗ 150 gelas berada di bawah titik impas (180 gelas); laba = 150 × 5.000 − 900.000 = −Rp150.000 (rugi).
• Pernyataan 3 ✗ Laba per gelas Rp5.000, bukan Rp3.000; 900.000 ÷ 5.000 = 180 gelas.
• Pernyataan 4 ✗ Laba per gelas = harga − biaya variabel = Rp5.000; Rp12.000 adalah pendapatan per gelas.
• Pernyataan 5 ✓ 200 × 5.000 − 900.000 = 1.000.000 − 900.000 = Rp100.000.

Jawaban: pernyataan 1, 5.

Latihan sub bab 3.1

No. 1 Kunci: B, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: K3 gudang ritel: barang berat di rak bawah, bahan kimia dipisahkan dari makanan, kabel tidak melintang di jalur jalan, APAR mudah dilihat dan dijangkau, serta pintu dan jalur evakuasi bebas hambatan.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: letaknya memang dekat pintu, tetapi gambar menunjukkan APAR terhalang tumpukan kardus sehingga sulit dijangkau saat darurat.
• **Pernyataan 2** ✓ Barang berat di rak atas dapat jatuh menimpa pekerja saat diturunkan.
• **Pernyataan 3** ✗ Di gambar, depan pintu darurat kosong; yang terhalang adalah APAR.
• **Pernyataan 4** ✓ Kabel di jalur lalu lalang adalah bahaya tersandung.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• **Pernyataan 5** ✓ Bahan kimia pembersih yang bocor dapat mencemari bahan makanan; keduanya disimpan terpisah.

Jawaban: pernyataan 2, 4, 5.

No. 2 Kunci: B, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Keselamatan kerja mencegah kecelakaan, kesehatan kerja menjaga kondisi fisik dan mental pekerja, dan keamanan kerja melindungi orang, uang, serta barang dari pencurian dan tindak kejahatan.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: sepatu bersol karet mencegah kecelakaan terpeleset, sehingga termasuk keselamatan.

• **Pernyataan 2** ✓ Melindungi barang dari pencurian.

• **Pernyataan 3** ✗ Menjaga kondisi tubuh karyawan termasuk kesehatan kerja.

• **Pernyataan 4** ✓ Mengurangi risiko kehilangan atau perampokan uang kas.

• **Pernyataan 5** ✗ Mencegah rak roboh menimpa orang adalah tindakan keselamatan, bukan keamanan.

Jawaban: pernyataan 2, 4.

Latihan sub bab 3.2

No. 1 Kunci: D

Konsep: Pertolongan pertama dasar pada orang pingsan yang masih bernapas: pastikan lingkungan aman, minta bantuan dan hubungi layanan darurat (119), baringkan dalam posisi pemulihan, lalu pantau napasnya sampai bantuan datang. Orang yang tidak sadar tidak boleh diberi minum karena dapat tersedak.

Langkah:

1. Kondisi: tidak sadar, masih bernapas, tidak berdarah.
2. Prioritas: meminta bantuan (rekan dan 119) dan menjaga jalan napas.
3. Jangan memberi minum, jangan memindahkan dengan posisi duduk, jangan menunda.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: teh manis sering diberikan setelah orang sadar, tetapi orang yang belum sadar dapat tersedak.

• **B.** ✗ Orang yang tidak sadar dapat terjatuh lagi dari kursi, dan posisi duduk tidak menjaga jalan napasnya.

• **C.** ✗ Menepuk keras dapat mencederai, dan tidak menggantikan permintaan bantuan medis.

• **D.** ✓ Meminta bantuan, menghubungi layanan darurat, dan memantau napas adalah langkah dasar yang tepat.

• **E.** ✗ Menunggu keluarga menunda pertolongan yang dibutuhkan segera.

Jawaban: D.

No. 2 Kunci: B

Konsep: Saat gempa berlangsung: menjauh dari benda yang dapat jatuh atau pecah (rak tinggi, kaca), berlindung (misalnya di bawah meja kokoh), dan melindungi kepala sampai guncangan berhenti. Setelah guncangan berhenti, barulah evakuasi ke titik kumpul.

Langkah:

1. Bahaya saat guncangan: rak tinggi roboh, kaca pecah, terjatuh saat berlari.
2. Pintu 15 meter → berlari jauh di tengah guncangan berbahaya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Tindakan tepat: menjauhi rak dan kaca, berlindung, melindungi kepala; evakuasi setelah guncangan berhenti.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: keluar gedung memang dilakukan, tetapi setelah guncangan berhenti; berlari 15 meter melewati rak yang bergoyang berbahaya.

• **B.** ✓ Menghindari benda yang jatuh dan pecah serta melindungi kepala adalah tindakan saat guncangan.

• **C.** ✗ Jebakan: menjauh dari rak memang benar, tetapi dinding kaca dapat pecah dan melukai.

• **D.** ✗ Berpegangan pada rak yang bergoyang justru membuat orang ikut tertimpa bila rak roboh.

• **E.** ✗ Jebakan: memutus listrik memang langkah keselamatan, tetapi dilakukan setelah guncangan berhenti; saat guncangan, berlindung lebih dulu.

Jawaban: B.

Latihan sub bab 3.3

No. 1 Kunci: E

Konsep: Budaya kerja jujur (integritas) berarti mencatat keadaan apa adanya dan melaporkannya sesuai prosedur. Selisih lebih juga dilaporkan, karena dapat berasal dari kesalahan memberi kembalian kepada pelanggan yang nantinya perlu ditelusuri.

Langkah:

1. Kelebihan kas bukan milik kasir maupun toko secara pasti; asalnya belum diketahui.
2. Catatan harus jujur agar dapat ditelusuri bila ada pelanggan yang melapor.
3. Prosedur: catat, setor bersama kas, laporkan kepada supervisor.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: tampak berjaga-jaga, tetapi uang tanpa catatan menyembunyikan selisih dan membuka peluang penyalahgunaan.

• **B.** ✗ Jebakan: uangnya memang disetor, tetapi selisih tidak tercatat sehingga laporan kas tidak sesuai dengan uang yang disetor dan tidak dapat ditelusuri.

• **C.** ✗ Jebakan: selisih memang dicatat, tetapi uang toko tidak boleh disimpan pribadi oleh kasir; uang itu harus disetor dan supervisor yang memutuskan penyelesaiannya.

• **D.** ✗ Mengubah catatan transaksi adalah pemalsuan data, walaupun membuat angkanya sama.

• **E.** ✓ Mencatat, menyetor, dan melapor membuat selisih tercatat jujur dan dapat ditelusuri.

Jawaban: E.

No. 2 Kunci: 1S 2B 3S

Konsep: Budaya kerja profesional meliputi kejujuran, tanggung jawab terhadap janji kepada pelanggan, dan komunikasi yang cepat ketika terjadi masalah.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1 → Salah.** Menunggu membuat pelanggan kecewa tanpa sempat menyesuaikan rencananya; kabar harus disampaikan segera.

• **Pernyataan 2 → Benar.** Komunikasi yang jujur dan cepat adalah budaya kerja yang bertanggung jawab.

• **Pernyataan 3 → Salah.** Berbohong kepada pelanggan bertentangan dengan budaya kerja jujur, walaupun tujuannya menghindari keluhan.

Jawaban: Salah, Benar, Salah.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Latihan sub bab 3.4

No. 1 Kunci: 1S 2B 3B

Konsep: Kerja sama tim menuntut anggota menghormati kesepakatan, menyampaikan keberatan lewat musyawarah, dan saling membantu demi tujuan bersama tanpa meninggalkan tanggung jawab sendiri.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1 → Salah.** Jebakan: Andre memang boleh berpendapat, tetapi keputusan rapat yang sudah disepakati tidak diubah sepihak.

• **Pernyataan 2 → Benar.** Dina membantu tanpa meninggalkan tugasnya (antrean kasir sedang sepi), sehingga pelayanan tim tetap lancar.

• **Pernyataan 3 → Benar.** Keberatan disampaikan lewat musyawarah tanpa menghambat pekerjaan tim.

Jawaban: Salah, Benar, Benar.

No. 2 Kunci: E

Konsep: Kerja sama tim yang efektif membagi tugas sesuai kemampuan anggota, sehingga setiap pekerjaan dikerjakan oleh orang yang paling siap dan tujuan bersama lebih mudah dicapai.

Langkah:

1. Teliti menghitung → kasir (Rani).
2. Pandai berbicara → menawarkan produk (Tegar).
3. Terampil menata → menata stan (Wulan).
4. Suka mengolah foto → konten promosi (Fikri).

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Tugas tertukar dengan kekuatan masing-masing anggota.

• **B.** ✗ Jebakan: bergantian tampak adil, tetapi kekuatan anggota tidak dimanfaatkan dan pekerjaan kasir rawan salah bila sering berganti orang.

• **C.** ✗ Tidak ada tugas yang sesuai dengan kekuatan anggotanya.

• **D.** ✗ Beban tertumpuk pada ketua dan anggota tidak terlibat.

• **E.** ✓ Setiap tugas dikerjakan anggota yang paling sesuai kemampuannya.

Jawaban: E.

Kuis Akhir Bab 3

No. 1 Kunci: 1S 2B 3B

Konsep: Ergonomi mengangkat: lutut menekuk, punggung tegak, beban didekatkan ke badan, tidak memutar pinggang, dan memakai alat bantu bila beban berat.

Langkah:

1. Tandai cara Wulan: membungkuk, lutut lurus, menyentak, memutar pinggang.
2. Bandingkan dengan cara benar: lutut menekuk, punggung tegak, beban dekat.
3. Nilai tiap pernyataan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 → Salah. Gerakan menyentak justru menambah beban mendadak pada punggung. Cepat bukan ciri ergonomis.

• Pernyataan 2 → Benar. Membungkuk dengan lutut lurus dan memutar pinggang saat membawa beban memberi tekanan besar pada punggung bawah.

• Pernyataan 3 → Benar. Itu cara mengangkat yang benar: tenaga dari kaki, punggung tegak, beban dekat, dan badan berputar bersama kaki.

Jawaban: Salah, Benar, Benar.

No. 2 Kunci: E

Konsep: Rambu K3 dibedakan dari bentuk dan warna: larangan (lingkaran merah dicoret), peringatan (segitiga kuning), wajib (lingkaran biru), aman (persegi hijau), alat pemadam (persegi merah).

Langkah:

1. Lihat bentuk dan warna: segitiga kuning.
2. Cocokkan dengan pola rambu: segitiga kuning = peringatan.
3. Cek isi: tanda seru memperkuat peringatan bahaya.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Larangan berbentuk lingkaran merah dengan garis coret, bukan segitiga kuning.

• B. ✗ Rambu wajib berbentuk lingkaran biru dengan gambar perintah.

• C. ✗ Kondisi aman berbentuk persegi hijau, misalnya jalur evakuasi.

• D. ✗ Alat pemadam berbentuk persegi merah dengan gambar alat pemadam.

• E. ✓ Segitiga kuning dengan tanda seru adalah rambu peringatan: ada bahaya, di sini lantai licin.

Jawaban: E.

No. 3 Kunci: C

Konsep: Luka bakar ringan ditolong dengan air mengalir 10–20 menit, lalu ditutup longgar dengan kain bersih. Jangan mengoleskan bahan lain.

Langkah:

1. Tandai jenis cedera: luka bakar ringan.
2. Ingat tindakan standar: air mengalir 10–20 menit.
3. Coret odol, es langsung, dan memecahkan lepuhan.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Odol dapat menahan panas dan menimbulkan infeksi; luka bakar tidak boleh diolesi bahan rumah tangga.

• B. ✗ Es langsung dapat merusak jaringan; yang dianjurkan air mengalir, bukan es batu.

• C. ✓ Air mengalir membuang panas dari kulit dan mengurangi kerusakan jaringan.

• D. ✗ Lepuhan melindungi kulit di bawahnya; memecahkannya menambah risiko infeksi.

• E. ✗ Luka perlu dialiri air dan ditutup longgar dengan kain bersih, bukan dibiarkan.

Jawaban: C.

No. 4 Kunci: D

Konsep: Hierarki pengendalian: hilangkan sumber bahaya lebih dulu. Pada denah, pilih bahaya yang berada di jalur yang ditanyakan.

Langkah:

1. Ikuti panah dari pintu belakang ke meja pengepakan.
2. Catat bahaya yang dilewati: kabel perpanjangan melintang lorong.
3. Pilih pengendalian paling kuat: hilangkan kabel dengan menggeser mesin ke dekat stopkontak.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Rak tinggi memang berbahaya, tetapi berada di sisi gudang dan tidak dilalui jalur panah.
• B. ✗ Bahaya benar, tetapi rambu adalah pengendalian administratif yang lebih lemah daripada menghilangkan kabel.
• C. ✗ Bahaya benar, tetapi sepatu pelindung adalah alat pelindung diri, lapisan terakhir, dan kabel tetap ada.
• D. ✓ Pada jalur panah hanya ada kabel perpanjangan yang melintang. Menggeser mesin ke dekat stopkontak menghilangkan kabel dari lorong, sehingga lebih kuat daripada rambu atau sepatu.
• E. ✗ Alat pemadam yang terhalang adalah temuan nyata, tetapi letaknya jauh dari jalur panah.

Jawaban: D.

No. 5 Kunci: D

Konsep: Syarat memadamkan sendiri: api kecil, alat sesuai jenis api, dan jalan keluar di belakang. Bila salah satu tidak terpenuhi, evakuasi dan lapor.

Langkah:

1. Periksa tiap kasus terhadap tiga syarat.
2. Kasus 1: air + listrik, gugur. Kasus 3 dan 4: api sudah besar, gugur.
3. Kasus 2 memenuhi semua syarat.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Kasus 1 memakai air pada api listrik yang masih tersambung, sangat berbahaya dan tidak boleh.
• B. ✗ Kasus 3 tidak boleh dipadamkan sendiri karena api setinggi 1 meter dan sudah menjalar ke tirai.
• C. ✗ Kasus 4 terlalu besar untuk APAR kecil, dan kasus 1 memakai air pada listrik.
• D. ✓ Hanya kasus 2 yang memenuhi tiga syarat: api masih kecil (30 cm), APAR serbuk cocok untuk benda padat, dan jalan keluar ada di belakang pemadam.
• E. ✗ Kasus 1, 3, dan 4 tidak memenuhi syarat, sehingga tidak semua kasus boleh dipadamkan.

Jawaban: D.

No. 6 Kunci: B

Konsep: K3 mencakup keselamatan (cedera akibat kecelakaan), kesehatan (sakit atau kelelahan), dan keamanan (pencurian dan kejahatan). Ketiganya dibedakan dari apa yang dilindungi.

Langkah:

1. Tandai tindakan: kamera pengawas dan kunci etalase.
2. Tanyakan apa yang dilindungi: barang berharga dari pencuri.
3. Cocokkan dengan keamanan kerja.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Keselamatan berkaitan dengan cedera akibat kecelakaan; kamera dan kunci tidak mencegah cedera.
• B. ✓ Kamera dan kunci etalase mencegah kehilangan barang dan kejahatan. Itu ciri keamanan kerja.
• C. ✗ Kesehatan berkaitan dengan penyakit dan kelelahan; tindakan ini tidak menyentuh keduanya.
• D. ✗ Ergonomi menyangkut kesesuaian pekerjaan dengan tubuh; kamera dan kunci tidak mengubah postur kerja.
• E. ✗ Pengendalian darurat menyangkut kebakaran atau kecelakaan; kamera dan kunci tidak untuk itu.

Jawaban: B.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 7 Kunci: C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pengendalian pada sumber (rekayasa) lebih kuat daripada aturan dan APD. APD tetap dipakai sebagai lapisan terakhir sampai bahaya benar-benar terkendali.

Langkah:

1. Tandai sumber bahaya: serbuk gergaji dari mesin potong.
2. Urutkan pengendalian: rekayasa lebih kuat daripada aturan dan APD.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✗ APD adalah lapisan terakhir dan terlemah, bukan yang paling kuat.
- Pernyataan 2 ✗ Rambu hanya memerintah; debu tetap ada di udara.
- Pernyataan 3 ✓ Penyedot debu adalah pengendalian rekayasa pada sumber bahaya.
- Pernyataan 4 ✗ Pengaturan jadwal adalah pengendalian administratif; debu tetap dihasilkan.
- Pernyataan 5 ✓ Pengendalian pada sumber jarang menghilangkan semua debu, sehingga APD tetap dipakai.

Jawaban: pernyataan 3, 5.

No. 8 Kunci: A

Konsep: Hierarki pengendalian bahaya dari kuat ke lemah: hilangkan, ganti, rekayasa, aturan dan rambu, alat pelindung diri.

Langkah:

1. Tandai sumber bahaya: troli yang menetes oli.
2. Urutkan pilihan dari kuat ke lemah.
3. Pilih yang menghilangkan sumber: memperbaiki troli.

Analisis setiap opsi:

- A. ✓ Memperbaiki troli menghilangkan sumber bahayanya, sehingga oli tidak lagi menetes. Itu pengendalian paling kuat.
- B. ✗ Rambu hanya mengingatkan; oli tetap menetes. Pengendalian administratif lebih lemah.
- C. ✗ Sepatu antiselip adalah alat pelindung diri, lapisan terakhir. Oli tetap menetes.
- D. ✗ Mengepel berkala mengurangi paparan, tetapi sumber bahaya tidak hilang dan lantai tetap licin di antara jam.
- E. ✗ Pelatihan bergantung pada perilaku pegawai dan tidak menghentikan tetesan oli.

Jawaban: A.

No. 9 Kunci: A, C

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Risiko adalah gabungan peluang dan akibat: skor risiko = peluang × akibat. Bahaya dengan skor lebih tinggi ditangani lebih dulu.

Langkah:

1. Hitung tiap skor: 3×2=6, 1×3=3, 2×3=6, 3×1=3.
2. Bandingkan skor.
3. Uji tiap pernyataan terhadap skor.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✓ Lantai licin 3 × 2 = 6 dan kabel 2 × 3 = 6.
- Pernyataan 2 ✗ Skor rak = 1 × 3 = 3, lebih rendah daripada lantai licin (6) dan kabel (6). Akibat berat saja tidak menentukan skor tertinggi.
- Pernyataan 3 ✓ Rak 1 × 3 = 3 dan kardus 3 × 1 = 3.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• Pernyataan 4 ✗ Skor risiko dihitung dengan mengalikan peluang dengan akibat, bukan menjumlahkan.
• Pernyataan 5 ✗ Kardus bernilai 3, sedangkan kabel 6. Peluang besar tidak cukup bila akibatnya ringan.

Jawaban: pernyataan 1, 3.

No. 10 Kunci: A

Konsep: Pada cedera akibat listrik, putuskan sumber listrik lebih dulu, lalu periksa kesadaran dan napas korban serta hubungi bantuan.

Langkah:
1. Tandai bahaya: Beni masih terhubung dengan arus.
2. Aturan: jangan menyentuh korban sebelum arus diputus.
3. Pilih memutus aliran listrik.

Analisis setiap opsi:
• A. ✓ Selama listrik mengalir, menyentuh korban membuat penolong ikut tersengat. Memutus aliran lebih dulu membuat pertolongan aman.
• B. ✗ Menarik dengan tangan kosong membuat Tika ikut dialiri listrik melalui tubuh Beni.
• C. ✗ Air menghantarkan listrik dan memperbesar bahaya.
• D. ✗ Memindahkan korban sebelum aliran terputus berbahaya, dan memberi minum belum tepat.
• E. ✗ Memotong kabel hidup dengan gunting biasa berbahaya dan dapat menyetrum penolong.

Jawaban: A.

No. 11 Kunci: B, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Saat gempa: tunduk, lindungi kepala, bertahan di tempat aman jauh dari kaca. Setelah guncangan berhenti: keluar lewat tangga menuju tempat terbuka.

Langkah:
1. Pisahkan tindakan selama guncangan dan sesudahnya.
2. Selama: berlindung, lindungi kepala, jauhi kaca.
3. Sesudah: tangga, tempat terbuka, waspada susulan.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 ✗ Berlari saat guncangan kuat berisiko terjatuh dan terkena pecahan kaca.
• Pernyataan 2 ✓ Tunduk, lindungi kepala, dan bertahan mengurangi risiko tertimpa benda jatuh.
• Pernyataan 3 ✗ Kaca mudah pecah; menjaga barang tidak boleh mengalahkan keselamatan.
• Pernyataan 4 ✗ Lift dapat berhenti akibat gempa dan tidak boleh dipakai.
• Pernyataan 5 ✓ Evakuasi dilakukan setelah guncangan berhenti, lewat tangga, ke tempat terbuka.

Jawaban: pernyataan 2, 5.

No. 12 Kunci: D

Konsep: Menyelesaikan konflik tim: pertemukan pihak yang berselisih, bahas fakta, cari penyebab, sepakati perbaikan, dan tetapkan penanggung jawab.

Langkah:
1. Cari penyebab: serah terima tidak tercatat.
2. Pilih langkah yang membahas fakta bersama.
3. Pastikan ada kesepakatan dan penanggung jawab.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Menegur di depan rekan mempermalukan dan tidak memperbaiki sistem serah terima.
• B. ✗ Memisahkan jadwal menghindari konflik dan memperburuk komunikasi.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• C. ✗ Memutuskan sepihak tanpa mendengar menimbulkan rasa tidak adil.
• D. ✓ Akar masalahnya adalah serah terima yang tidak tertata. Membahas fakta bersama dan menyepakati format serah terima menyelesaikan penyebab, bukan hanya gejala.
• E. ✗ Memindahkan pegawai tidak menyelesaikan penyebab dan masalah akan berulang.

Jawaban: D.

No. 13 Kunci: 1B 2S 3B

Konsep: Alur darurat: tenang, aktifkan alarm dan beri tahu, hentikan kegiatan, evakuasi lewat jalur aman, kumpul di titik kumpul, hitung orang, dan lapor.

Langkah:
1. Tandai tanda bahaya: bau gosong dan asap dari ruang panel.
2. Urutan tindakan: alarm dan beri tahu, evakuasi, kumpul, hitung, lapor.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 → Benar. Penghitungan orang di titik kumpul bagian dari prosedur evakuasi.
• Pernyataan 2 → Salah. Membuka pintu memberi oksigen pada api dan dapat memicu kobaran; sumber tidak boleh diperiksa tanpa persiapan.
• Pernyataan 3 → Benar. Peringatan dini menyelamatkan lebih banyak orang daripada tindakan sendirian.

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

No. 14 Kunci: E

Konsep: Integritas: keputusan diambil atas dasar harga dan mutu. Hadiah pribadi yang berpotensi memengaruhi keputusan ditolak dan dilaporkan.

Langkah:
1. Bandingkan tabel: A lebih murah dan lebih sedikit cacat.
2. Nilai voucher: hadiah yang memengaruhi keputusan.
3. Pilih A, tolak voucher, dan laporkan.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Hadiah yang memengaruhi keputusan pembelian bukan hak pribadi; itu konflik kepentingan.
• B. ✗ Memberikan voucher secara diam-diam tetap menerima hadiah dan menutupi tawaran.
• C. ✗ Meminta imbalan dari pemasok adalah penyalahgunaan jabatan.
• D. ✗ Menyimpan tawaran tanpa melapor membuat atasan tidak tahu adanya upaya memengaruhi pembelian.
• E. ✓ Pemasok A lebih murah dan cacatnya lebih sedikit. Voucher untuk pribadi memengaruhi keputusan, sehingga harus ditolak dan dilaporkan.

Jawaban: E.

No. 15 Kunci: 1S 2B 3B

Konsep: Dalam tim, keputusan diambil bersama: setiap anggota diberi kesempatan, pendapat dirangkum, dan kesepakatan dicatat.

Langkah:
1. Tandai masalah: satu orang menguasai keputusan.
2. Pikirkan cara membuka suara semua anggota.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 → Salah. Diam dapat berarti segan atau tidak berani. Persetujuan perlu dipastikan.
• Pernyataan 2 → Benar. Cara ini memberi kesempatan semua anggota dan menghasilkan keputusan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

bersama.

• Pernyataan 3 → Benar. Keterbukaan mencegah keputusan sepihak dan keluhan setelah rapat.

Jawaban: Salah, Benar, Benar.

No. 16 Kunci: B

Konsep: Evakuasi: orang lebih dulu, tangga darurat (bukan lift atau eskalator), hindari jalur berasap, menuju titik kumpul, lalu menghitung orang.

Langkah:

1. Baca denah: dua tangga darurat, lift, eskalator, dan titik kumpul di parkir.
2. Coret tangga kiri (asap), lift, dan eskalator.
3. Pilih tangga darurat kanan menuju titik kumpul.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Eskalator terbuka terhadap asap dan tidak dipakai saat kebakaran, walaupun paling dekat.

• B. ✓ Tangga darurat kiri berasap sehingga tidak aman; tangga darurat kanan tersedia dan menuju titik kumpul. Lift dan eskalator tidak dipakai saat kebakaran.

• C. ✗ Mengunci laci kasir membuang waktu; orang lebih penting daripada barang.

• D. ✗ Lift dapat mati atau berhenti di lantai yang terbakar, sehingga tidak boleh dipakai.

• E. ✗ Jalur berasap tebal berbahaya; menutup hidung tidak membuatnya aman.

Jawaban: B.

No. 17 Kunci: B

Konsep: Tim: tujuan bersama, peran jelas, saling bergantung, komunikasi, dan evaluasi bersama. Kelompok hanya berkumpul dan bekerja sendiri-sendiri.

Langkah:

1. Daftar ciri tim.
2. Periksa Kelompok P dan Q terhadap ciri tersebut.
3. Pilih kelompok yang memenuhinya.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Berada satu ruangan belum membuat sekumpulan orang menjadi tim.

• B. ✓ Kelompok Q memiliki peran jelas, saling melengkapi, dan berkomunikasi, yaitu ciri tim.

• C. ✗ Menjumlahkan hasil tanpa koordinasi tidak membuat kelompok menjadi tim.

• D. ✗ Tugas berbeda justru normal dalam tim dan saling melengkapi.

• E. ✗ Bekerja untuk toko yang sama tidak otomatis berarti bekerja sebagai tim.

Jawaban: B.

No. 18 Kunci: D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: 5R: ringkas (memilah), rapi (menata dan melabeli), resik (membersihkan), rawat (mempertahankan dengan aturan), rajin (disiplin menjalankan).

Langkah:

1. Tentukan makna tiap R.
2. Cocokkan tiap kegiatan.
3. Waspadai tukar-menukar resik dan rawat.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✗ Membersihkan adalah unsur resik; rawat adalah mempertahankan keadaan dengan aturan.

• Pernyataan 2 ✗ Menjaga keadaan lewat aturan adalah unsur rawat, bukan resik.

• Pernyataan 3 ✗ Rajin berarti disiplin menjalankannya terus-menerus, bukan hanya saat diperiksa.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• Pernyataan 4 ✓ Ringkas berarti memilah barang yang diperlukan dan yang tidak, lalu menyingkirkan yang tidak perlu.
• Pernyataan 5 ✓ Rapi berarti menata barang pada tempatnya dan memberi label supaya mudah dicari.

Jawaban: pernyataan 4, 5.

No. 19 Kunci: B, C

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Komunikasi tim: pesan penting ditulis, lengkap, dan sampai kepada yang membutuhkannya, termasuk catatan stok, kas, dan masalah yang belum selesai.

Langkah:
1. Tanyakan siapa yang membutuhkan informasi.
2. Pilih cara yang utuh dan tertulis.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 ✗ Ucapan lisan umum tidak memuat rincian dan mudah terlupa.
• Pernyataan 2 ✓ Ketiganya informasi yang dibutuhkan shift berikutnya.
• Pernyataan 3 ✓ Tulisan menjaga isi pesan tetap utuh.
• Pernyataan 4 ✗ Masalah yang belum selesai harus disampaikan agar ditangani.
• Pernyataan 5 ✗ Rekan shift berikutnya yang menghadapi pelanggan sehingga harus tahu.

Jawaban: pernyataan 2, 3.

No. 20 Kunci: C

Konsep: Pembagian tugas yang baik memadukan kekuatan anggota dengan kebutuhan pekerjaan dan menghindari kelemahan utama.

Langkah:
1. Pasangkan tugas dengan kekuatan: hitung → Hana, bicara → Ivan, angkat → Joko, desain → Kiki.
2. Periksa kekurangan tiap anggota agar tidak bertabrakan.
3. Cocokkan dengan opsi.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Hana gugup berbicara tetapi ditugaskan melayani, dan Ivan yang sering lupa mencatat ditugaskan kasir.
• B. ✗ Ivan ditugaskan membuat poster, padahal kekuatannya berbicara, dan Joko yang kurang sabar ditugaskan kasir.
• C. ✓ Hana teliti berhitung sehingga cocok sebagai kasir, Ivan ramah sehingga melayani, Joko kuat dan disiplin sehingga mengatur stok, dan Kiki mendesain poster.
• D. ✗ Kiki yang lambat menghitung ditugaskan sebagai kasir, dan Joko yang kurang sabar ditugaskan melayani.
• E. ✗ Hana gugup berbicara tetapi melayani, dan Joko yang kurang sabar ditugaskan kasir.

Jawaban: C.

No. 21 Kunci: E

Konsep: Standar penampilan: seragam bersih dan rapi, tanda pengenal terlihat, rambut dan kuku rapi, aroma sopan, serta alas kaki aman.

Langkah:
1. Daftar unsur standar penampilan.
2. Periksa tiap pramuniaga satu per satu.
3. Pilih yang memenuhi seluruh unsur.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Seragam kusut dan tanda pengenal tidak dipasang belum memenuhi standar.
• B. ✗ Alas kaki seperti sandal jepit kurang aman dan kurang pantas, walaupun seragam bersih.
• C. ✗ Aroma yang menyengat mengganggu pelanggan; standar meminta aroma yang sopan.
• D. ✗ Memenuhi sebagian ketentuan belum berarti memenuhi standar.
• E. ✓ Sari memenuhi seluruh unsur: seragam bersih dan rapi, tanda pengenal terlihat, rambut rapi, dan alas kaki yang aman.

Jawaban: E.

No. 22 Kunci: C

Konsep: Kejujuran dalam melayani: informasi penting tentang barang disampaikan tanpa menunggu ditanya, dan pelanggan diberi pilihan.

Langkah:

1. Tandai dilema: cacat kecil, pelanggan tidak tahu, supervisor tidak ada.
2. Tanyakan siapa yang berhak tahu: pelanggan.
3. Pilih tindakan yang memberi tahu dan memberi pilihan.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Diam membiarkan pelanggan membeli barang cacat tanpa tahu.
• B. ✗ Menutupi cacat adalah penipuan kecil dan merusak kepercayaan.
• C. ✓ Pelanggan berhak tahu keadaan barang. Memberi tahu dan menawarkan pilihan menjaga kejujuran dan kepercayaan.
• D. ✗ Mendesak membeli agar cacat tak terlihat sama dengan menyembunyikan cacat.
• E. ✗ Menunggu ditanya berarti sengaja menyembunyikan informasi penting.

Jawaban: C.

No. 23 Kunci: A, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Evaluasi tim: kumpulkan data, cari penyebab bersama, tetapkan perbaikan dengan penanggung jawab dan tenggat, hindari menyalahkan perorangan.

Langkah:

1. Pisahkan langkah berbasis data dari menyalahkan.
2. Pilih langkah yang menghasilkan perbaikan nyata.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✓ Data membantu menemukan penyebab yang sebenarnya.
• Pernyataan 2 ✗ Menunda membuat masalah berulang tanpa perbaikan.
• Pernyataan 3 ✗ Pendapat anggota dibutuhkan untuk menemukan penyebab.
• Pernyataan 4 ✗ Menyalahkan perorangan mengabaikan faktor lain seperti stok, jadwal jaga, dan jumlah pengunjung.
• Pernyataan 5 ✓ Perbaikan jelas dan terukur memudahkan tim menindaklanjuti.

Jawaban: pernyataan 1, 5.

No. 24 Kunci: A, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Tanggung jawab: mengakui kesalahan, memperbaiki, menelusuri penyebab, dan mencegah pengulangan, tanpa menyalahkan pihak lain.

Langkah:

1. Tandai kesalahan dan dampaknya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Pisahkan tindakan jujur dan memperbaiki dari tindakan menutupi.
3. Pilih langkah yang melapor dan mencegah pengulangan.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✓ Melapor cepat memberi peluang memperbaiki sebelum kerugian membesar.
- Pernyataan 2 ✗ Menunggu keluhan berarti menyembunyikan kesalahan dan merugikan pelanggan.
- Pernyataan 3 ✗ Menyalahkan pihak lain melanggar kejujuran dan tidak memperbaiki masalah.
- Pernyataan 4 ✓ Mencegah pengulangan adalah bagian dari tanggung jawab.
- Pernyataan 5 ✗ Menutupi kesalahan dengan merugikan orang lain adalah tindakan tidak jujur.

Jawaban: pernyataan 1, 4.

No. 25 Kunci: A

Konsep: Tanggung jawab dan disiplin: beri kabar secepatnya, sampaikan alasan jujur, dan pastikan tugas tetap berjalan.

Langkah:

1. Tandai masalah: terlambat dan bertugas membuka toko.
2. Pikirkan dampak pada toko.
3. Pilih tindakan yang memberi kabar sejak awal dan menjaga kelancaran tugas.

Analisis setiap opsi:

- A. ✓ Memberi kabar sejak awal memberi waktu bagi toko untuk menyesuaikan, dan jujur tentang alasannya. Itu sikap bertanggung jawab.
- B. ✗ Diam membuat toko tidak siap dan tugas membuka toko terbengkalai.
- C. ✗ Kabar yang terlambat membuat toko tidak sempat menyesuaikan diri.
- D. ✗ Alasan yang dikarang melanggar kejujuran dan merusak kepercayaan.
- E. ✗ Pulang meninggalkan tugas bertentangan dengan tanggung jawab.

Jawaban: A.

Latihan sub bab 4.1

No. 1 Kunci: C

Konsep: Kelangkaan (modal terbatas) memaksa pelaku usaha memilih berdasarkan skala prioritas: barang yang paling dibutuhkan pembeli dan cepat terjual didahulukan agar modal cepat berputar.

Langkah:

1. Modal Rp2 juta < kebutuhan Rp5 juta → harus memilih.
2. Pembeli: buruh harian, belanja kebutuhan dapur setiap hari dalam jumlah kecil.
3. Prioritas: kebutuhan dapur dalam kemasan kecil yang cepat laku.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Untung per barang besar, tetapi tidak dibeli setiap hari sehingga modal lambat kembali.
- **B.** ✗ Parsel bersifat musiman dan mahal bagi buruh harian.
- **C.** ✓ Sesuai kebutuhan harian pembeli dan cepat terjual, sehingga modal cepat berputar.
- **D.** ✗ Jebakan: warung memang tampak lengkap, tetapi stok kebutuhan dapur yang paling dicari cepat habis dan modal tertahan pada barang yang jarang dibeli.
- **E.** ✗ Barang elektronik jarang dibeli dan mahal bagi pembeli sekitar.

Jawaban: C.

No. 2 Kunci: C

Konsep: Kelangkaan anggaran memaksa pengelola memilih berdasarkan skala prioritas: kebutuhan yang paling mendesak bagi jalannya usaha didahulukan, lalu sisa anggaran dipakai untuk kebutuhan berikutnya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah:

1. Prioritas utama: mesin cetak (Rp4.000.000), karena tanpa mesin itu layanan berhenti.
2. Sisa Rp2.000.000 → laminating (Rp1.500.000, diminta pelanggan) + papan nama (Rp500.000).
3. Total: 4.000.000 + 1.500.000 + 500.000 = Rp6.000.000 ✓.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ 4.000.000 + 3.500.000 = Rp7.500.000, melebihi anggaran.
- **B.** ✗ Totalnya Rp5.500.000, tetapi mesin cetak yang paling mendesak tidak diganti.
- **C.** ✓ Kebutuhan utama terpenuhi dan seluruh anggaran terpakai untuk kebutuhan yang bermanfaat.
- **D.** ✗ Totalnya Rp5.000.000, tetapi layanan utama tetap berhenti.
- **E.** ✗ Jebakan: kebutuhan utama terpenuhi dan hemat, tetapi sisa Rp1.500.000 tidak dipakai untuk laminating yang banyak diminta.

Jawaban: C.

Latihan sub bab 4.2

No. 1 Kunci: B

Konsep: Pemerintah sebagai pelaku ekonomi membuat aturan yang memengaruhi kegiatan usaha. Pelaku usaha menanggapinya dengan mematuhi aturan dan, bila mungkin, mengubahnya menjadi peluang pemasaran.

Langkah:

1. Aturan: dilarang memberi kantong plastik sekali pakai, ada sanksi.
2. Kendala pembeli: belum terbiasa membawa tas.
3. Tanggapan yang patuh dan menguntungkan: menjual tas guna ulang berlogo toko (sekaligus promosi) dan mengingatkan pembeli.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Tetap melanggar aturan dan berisiko dikenai sanksi.
- **B.** ✓ Mematuhi aturan, membantu pembeli, dan tas berlogo menjadi media promosi toko.
- **C.** ✗ Kenaikan harga tidak ada hubungannya dengan aturan dan dapat membuat pembeli pindah.
- **D.** ✗ Menunda kepatuhan tetap melanggar aturan sejak Januari 2027.
- **E.** ✗ Jebakan: tampak patuh, tetapi mencari celah aturan; tujuan aturan adalah mengurangi kantong plastik.

Jawaban: B.

No. 2 Kunci: C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Model arus melingkar sederhana: rumah tangga menyediakan faktor produksi (tenaga kerja, tanah/tempat, modal) dan menerima balas jasa (upah, sewa, bunga); perusahaan menyediakan barang dan jasa serta menerima pembayaran dari rumah tangga.

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: kios memang benda, tetapi di sini kios adalah faktor produksi (tempat usaha) yang mengalir dari rumah tangga ke perusahaan.
- **Pernyataan 2** ✗ Sepatu adalah barang yang mengalir dari perusahaan (toko) ke rumah tangga.
- **Pernyataan 3** ✓ Pak Darto memberi tenaga kerja kepada pabrik dan menerima upah sebagai balas jasanya.
- **Pernyataan 4** ✗ Uang sewa adalah pendapatan rumah tangga (balas jasa faktor produksi), bukan pengeluaran.
- **Pernyataan 5** ✓ Pembayaran rumah tangga untuk barang adalah arus uang ke perusahaan.

Jawaban: pernyataan 3, 5.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 3 Kunci: B, C, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pelaku ekonomi meliputi rumah tangga, perusahaan (swasta, BUMN), koperasi, pemerintah, dan masyarakat luar negeri. Setiap pelaku dapat memengaruhi usaha: lembaga keuangan menyediakan modal, perusahaan jasa memengaruhi biaya, dan produsen luar negeri menambah persaingan.

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: bank memang pelaku ekonomi (BUMN), tetapi perannya menyediakan modal, bukan menjual sandal.
- **Pernyataan 2** ✓ Perusahaan jasa pengiriman memengaruhi biaya usaha; kenaikan ongkos kirim harus diperhitungkan agar harga tetap bersaing dan laba terjaga.
- **Pernyataan 3** ✓ Modal kerja dipakai untuk membeli bahan dan membayar biaya operasional.
- **Pernyataan 4** ✓ Dalam perekonomian terbuka, produsen luar negeri ikut bersaing di pasar dalam negeri.
- **Pernyataan 5** ✗ Pak Yusuf masih dapat bersaing dengan keunggulan lain, misalnya bahan kulit asli dan ukuran pesanan.

Jawaban: pernyataan 2, 3, 4.

Latihan sub bab 4.3

No. 1 Kunci: A

Konsep: Perencanaan adalah fungsi manajemen pertama: menetapkan tujuan, memperkirakan kebutuhan, dan menyusun anggaran sebelum kegiatan dimulai. Kesalahan perencanaan tidak dapat ditutup oleh pelaksanaan yang baik.

Langkah:

1. Tim berbelanja tanpa perkiraan pembeli, harga, dan anggaran → perencanaan terlewat.
2. Pembagian tugas dan pelayanan sudah baik → pengorganisasian dan pengarahan tidak bermasalah.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✓ Sumber masalahnya adalah belanja tanpa perkiraan pembeli dan anggaran.
- **B.** ✗ Pembagian tugas sudah berjalan baik.
- **C.** ✗ Pelayanan sudah baik; masalahnya jumlah bahan yang terlalu banyak.
- **D.** ✗ Menghitung sisa bahan berguna, tetapi baru dilakukan setelah kerugian terjadi.
- **E.** ✗ Jebakan: menjual lebih aktif mungkin menambah sedikit penjualan, tetapi tanpa perkiraan pembeli tim tetap berisiko membeli bahan berlebihan.

Jawaban: A.

No. 2 Kunci: A

Konsep: Pengorganisasian adalah fungsi manajemen yang membagi pekerjaan, menetapkan tugas, wewenang, dan tanggung jawab setiap orang. Tanpanya, pekerjaan tumpang tindih atau terlewat walaupun target dan motivasi sudah ada.

Langkah:

1. Perencanaan ada (target), pengarahan ada (bonus).
2. Masalah: semua orang mengerjakan semua hal, tidak ada penanggung jawab → pekerjaan tumpang tindih dan terlewat.
3. Perbaikan: pembagian tugas yang jelas (pengorganisasian).

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✓ Pembagian tugas dan penanggung jawab menyelesaikan pekerjaan yang tumpang tindih dan terlewat.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• **B.** ✗ Masalahnya bukan target yang terlalu tinggi.
• **C.** ✗ Jebakan: bonus sudah rutin diberikan; menambah bonus tidak menjelaskan siapa mengerjakan apa.
• **D.** ✗ Kamera tidak menetapkan tugas; karyawan bukan malas, melainkan tidak memiliki tugas yang jelas.
• **E.** ✗ Menambah produk justru menambah beban pada sistem kerja yang belum tertata.

Jawaban: A.

Latihan sub bab 4.4

No. 1 Kunci: D

Konsep: Faktor pribadi meliputi usia dan tahap hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian. Faktor sosial meliputi keluarga dan kelompok acuan; faktor budaya meliputi nilai dan tradisi; faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, dan keyakinan.

Langkah:
1. Saran anak (faktor sosial) ditolak.
2. Alasan yang dipakai: penglihatan berkurang karena usia dan pemakaian sederhana → faktor pribadi.
3. Harga sama → harga tidak membedakan pilihan.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Jebakan: anaknya memang memberi saran, tetapi Pak Hasan justru tidak mengikutinya.
• **B.** ✗ Kasus tidak menyebut kebiasaan atau nilai budaya sebagai alasan memilih.
• **C.** ✗ Jebakan: pengalaman memang termasuk faktor psikologis, tetapi kasus tidak menyebut pengalaman ponsel lamanya sebagai alasan; alasannya penglihatan yang berkurang dan cara pakai yang sederhana.
• **D.** ✓ Usia (penglihatan berkurang) dan cara pakainya menentukan fitur yang ia pilih.
• **E.** ✗ Kasus tidak menyebut teman sesama pensiunan; satu-satunya pengaruh sosial (saran anak) justru ditolak.

Jawaban: D.

No. 2 Kunci: 1B 2S 3B

Konsep: Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen: budaya (nilai, tradisi), sosial (keluarga, kelompok acuan, komunitas), pribadi (usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup), dan psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran/pengalaman, keyakinan).

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1 → Benar.** Pengalaman (pembelajaran) membentuk keyakinan terhadap merek, termasuk faktor psikologis.
• **Pernyataan 2 → Salah.** Jebakan: pilihan kaos memang selera pribadi, tetapi pengaruhnya datang dari kelompok acuan (komunitas), sehingga termasuk faktor sosial.
• **Pernyataan 3 → Benar.** Keadaan ekonomi (penghasilan) termasuk faktor pribadi.

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

Latihan sub bab 4.5

No. 1 Kunci: 1B 2S 3B

Konsep: Tahapan keputusan pembelian: pengenalan kebutuhan (laptop rusak) → pencarian informasi (teman, ulasan) → evaluasi alternatif (membandingkan tiga laptop) → keputusan pembelian (membeli di toko bergaransi) → perilaku pascapembelian (puas/tidak puas, ulasan, keluhan).

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1 → Benar.** Sinta membandingkan tiga laptop berdasarkan harga, berat, dan garansi; garansi lalu menentukan tempat ia membeli.

• **Pernyataan 2 → Salah.** Jebakan: Sinta memang menilai laptopnya, tetapi penilaian setelah membeli termasuk perilaku pascapembelian.

• **Pernyataan 3 → Benar.** Ulasan di media sosial dibaca calon pembeli; penanganan keluhan yang baik dapat mengubah kesan negatif.

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

No. 2 Kunci: D

Konsep: Pada tahap perilaku pascapembelian, konsumen dapat merasa ragu apakah pilihannya benar. Penjual yang baik menenangkan keraguan itu dengan informasi yang benar dan layanan purnajual, agar konsumen puas dan setia.

Langkah:

1. Pak Bowo sudah membeli → tahap pascapembelian.
2. Ia ragu karena informasi dari teman.
3. Tindakan tepat: memberi informasi jujur tentang konsumsi bahan bakar, tips berkendara irit, dan mengingatkan servis gratis.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: tampak peduli, tetapi mengakui seolah-olah pilihannya salah dan bisa menambah keraguan.

• **B.** ✗ Jebakan: mendengarkan memang penting, tetapi membenarkan pendapat tanpa data justru memperkuat keraguan Pak Bowo.

• **C.** ✗ Pertanyaannya sederhana dan dapat dijawab sekarang; menunda membuat keraguannya berlarut-larut.

• **D.** ✓ Informasi yang jujur dan layanan purnajual mengurangi keraguan pascapembelian.

• **E.** ✗ Potongan aksesori tidak menjawab pertanyaan tentang konsumsi bahan bakar.

Jawaban: D.

Latihan sub bab 4.6

No. 1 Kunci: E

Konsep: Konsumen sering memakai beberapa kriteria sekaligus. Cara menalarnya: saring dulu pilihan yang tidak memenuhi syarat wajib, lalu bandingkan sisanya dengan kriteria utama (di sini total biaya).

Langkah:

1. Syarat garansi resmi: Prima gugur (garansi toko 3 bulan).
2. Syarat tiba ≤ 5 hari: Cahaya gugur (6 hari).
3. Total biaya yang tersisa: Makmur 389.000 + 25.000 = Rp414.000; Sentosa 379.000 + 30.000 = Rp409.000; Abadi 399.000 + 0 = Rp399.000.
4. Termurah yang memenuhi syarat: Abadi (Rp399.000).

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: harga barangnya memang terendah, tetapi garansinya hanya garansi toko 3 bulan.
• **B.** ✗ Jebakan: totalnya Rp395.000 memang paling murah, tetapi barang baru tiba 6 hari, melewati batas 5 hari.
• **C.** ✗ Memenuhi syarat, tetapi total Rp414.000 paling mahal di antara yang memenuhi syarat.
• **D.** ✗ Memenuhi syarat, tetapi total Rp409.000 masih lebih mahal daripada Abadi.
• **E.** ✓ Memenuhi kedua syarat, dan tanpa ongkos kirim totalnya Rp399.000, termurah di antara yang memenuhi syarat.

Jawaban: E.

No. 2 Kunci: B

Konsep: Konsumen yang cermat membaca syarat promo (minimal belanja, batas potongan, satu voucher per pesanan) dan membandingkan total bayar akhir, bukan besar angka potongannya.

Langkah:

1. Voucher potongan Rp25.000: syarat Rp250.000, belanja hanya Rp180.000 → tidak berlaku.
2. Diskon 10%: 10 % × 180.000 = Rp18.000 (di bawah batas Rp20.000) → total 180.000 − 18.000 + 18.000 = Rp180.000.
3. Gratis ongkir sampai Rp15.000: total 180.000 + (18.000 − 15.000) = Rp183.000.
4. Total terkecil: diskon 10% (Rp180.000).

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: nilai Rp25.000 memang terbesar, tetapi syarat minimal belanja Rp250.000 tidak terpenuhi.
• **B.** ✓ Potongan Rp18.000 membuat total bayar Rp180.000, paling kecil.
• **C.** ✗ Jebakan: gratis ongkir hanya sampai Rp15.000, sehingga Dina tetap membayar Rp3.000 ongkir; totalnya Rp183.000.
• **D.** ✗ Total menjadi 250.000 − 25.000 + 18.000 = Rp243.000, padahal Dina hanya membutuhkan sepatu.
• **E.** ✗ Dua voucher (diskon dan gratis ongkir) syaratnya terpenuhi.

Jawaban: B.

Kuis Akhir Bab 4

No. 1 Kunci: A

Konsep: Biaya peluang = nilai pilihan terbaik berikutnya yang dilepas saat memilih satu pilihan.

Langkah:

1. Pilihan yang diambil: A.
2. Urutkan pilihan lain: B (1.100.000) lalu C (300.000).
3. Biaya peluang adalah yang terbaik di antara yang dilepas: B.

Analisis setiap opsi:

• A. ✓ Biaya peluang adalah nilai pilihan terbaik berikutnya yang dilepas. Selain A, pilihan terbaik adalah B dengan laba Rp1.100.000.
• B. ✗ Rp12 juta adalah modal yang dipakai, bukan nilai pilihan terbaik yang dilepas.
• C. ✗ Rp1.500.000 adalah manfaat dari pilihan yang diambil, bukan yang dilepas.
• D. ✗ Biaya peluang hanya pilihan terbaik berikutnya, bukan jumlah semua pilihan lain.
• E. ✗ Pilihan yang paling kecil bukan pilihan terbaik berikutnya.

Jawaban: A.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 2 Kunci: A

Konsep: Dampak kenaikan biaya pada keputusan harga dinilai dengan laba harian = (harga jual − biaya per unit) × jumlah terjual.

Langkah:

1. Laba harga tetap = (5.000 − 4.000) × 200 = 200.000.
2. Laba harga naik = (5.500 − 4.000) × 170 = 255.000.
3. Bandingkan: 255.000 > 200.000.

Analisis setiap opsi:

• A. ✓ Harga tetap: (5.000 − 4.000) × 200 = Rp200.000. Harga naik: (5.500 − 4.000) × 170 = Rp255.000. Harga naik menghasilkan laba lebih besar.
• B. ✗ Jumlah terjual yang lebih banyak tidak otomatis memberi laba lebih besar karena laba per roti berbeda.
• C. ✗ Jebakan: pendapatan dibandingkan, bukan laba. Biaya Rp4.000 per roti belum dikurangkan.
• D. ✗ Biaya per roti sama, tetapi harga dan jumlah terjual berbeda sehingga labanya berbeda.
• E. ✗ Perbandingan dapat dilakukan dengan data yang ada; tidak perlu menunggu masa depan.

Jawaban: A.

No. 3 Kunci: D

Konsep: Pemerintah mengatur usaha melalui izin edar, label, dan sertifikasi. Aturan ini memengaruhi saluran pemasaran, dan pelaku usaha memenuhinya agar produk sah dijual.

Langkah:

1. Tandai aturan: izin edar PIRT dipersyaratkan minimarket.
2. Nilai dampaknya: saluran terhambat sampai izin dimiliki.
3. Pilih tindakan yang memenuhi aturan.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Menghindari aturan membatasi pasar dan berisiko; aturan adalah syarat sah berjualan.
• B. ✗ Iklan tidak menggantikan izin; minimarket tetap mensyaratkannya.
• C. ✗ Memakai nomor izin usaha lain adalah pemalsuan dan melanggar hukum.
• D. ✓ Tanpa izin edar, produk tidak dapat dititipkan di minimarket. Mengurus izin PIRT menyelesaikan penyebabnya dan membuka pasar yang lebih luas.
• E. ✗ Berhenti memasarkan menyia-nyiakan peluang; izin dapat diurus.

Jawaban: D.

No. 4 Kunci: B, C

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pelaku ekonomi: rumah tangga, perusahaan, dan pemerintah. Satu orang dapat berperan ganda; perannya ditentukan oleh kegiatan yang dilakukan.

Langkah:

1. Pisahkan tiap kegiatan Pak Anto.
2. Tandai peran: menjual = perusahaan, membeli beras = rumah tangga, pajak = ke pemerintah.
3. Nilai tiap pernyataan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✗ Membeli beras untuk keluarga adalah peran konsumen sebagai rumah tangga, bukan produsen.
• Pernyataan 2 ✓ Menyediakan barang untuk dijual adalah peran perusahaan.
• Pernyataan 3 ✓ Pajak adalah arus uang dari perusahaan ke pemerintah.
• Pernyataan 4 ✗ Karyawan berasal dari rumah tangga yang menerima balas jasa.
• Pernyataan 5 ✗ Pak Anto berperan sebagai pemilik usaha dan sebagai anggota rumah tangga.

Jawaban: pernyataan 2, 3.

No. 5 Kunci: C

Konsep: Kebutuhan adalah hal yang harus dipenuhi agar kegiatan berjalan; keinginan dapat ditunda tanpa mengganggu kegiatan. Keduanya dibedakan dari akibat bila tidak dipenuhi.

Langkah:

1. Tanyakan akibat bila tidak dipenuhi: kompresor rusak menghentikan layanan.
2. Cat dinding bila ditunda tidak menghentikan usaha.
3. Golongkan: kompresor = kebutuhan, cat = keinginan.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Mengecat dinding tidak mendesak; bengkel tetap berjalan tanpa itu.
• B. ✗ Kompresor rusak menghentikan layanan, jadi bukan sekadar keinginan.
• C. ✓ Tanpa kompresor, bengkel tidak dapat melayani pelanggan, jadi itu kebutuhan. Mengecat dinding membuat bengkel lebih menarik tetapi tidak menghentikan usaha bila ditunda, jadi itu keinginan.
• D. ✗ Urutan tertukar: kompresor kebutuhan, cat keinginan.
• E. ✗ Sumber uang yang sama tidak membuat dua hal otomatis sama-sama kebutuhan.

Jawaban: C.

No. 6 Kunci: 1S 2B 3B

Konsep: Kelangkaan adalah keterbatasan sumber daya dibandingkan keinginan. Memilih satu pilihan berarti melepas pilihan lain, dan yang terbaik di antara yang dilepas adalah biaya peluang.

Langkah:

1. Bandingkan jumlah kios dan jumlah peminat: 1 kios, 5 peminat.
2. Tentukan yang dilepas Laras: kios lorong dalam.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 → Salah. Kios itu langka karena jumlahnya hanya satu sedangkan peminatnya lima; keberhasilan satu pedagang tidak menghapus kelangkaan.
• Pernyataan 2 → Benar. Kelangkaan adalah keterbatasan sumber daya dibandingkan keinginan.
• Pernyataan 3 → Benar. Pilihan terbaik berikutnya yang dilepas adalah kios lorong dalam.

Jawaban: Salah, Benar, Benar.

No. 7 Kunci: A, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Prinsip ekonomi: pengorbanan sekecil-kecilnya untuk hasil sebesar-besarnya. Pada pilihan seperti ini, hitung biaya per hasil.

Langkah:

1. Hitung biaya per pesanan: A 5.000; B ≈ 3.333; C ≈ 6.667.
2. Pilih yang terkecil: B.
3. Uji tiap pernyataan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✓ 250.000 ÷ 75 ≈ Rp3.333 per pesanan, terendah dibanding A (Rp5.000) dan C (sekitar Rp6.700).

• Pernyataan 2 ✗ Pesanan terbanyak belum cukup; biaya per pesanan C paling besar.

• Pernyataan 3 ✗ Posisi di tengah bukan tolok ukur prinsip ekonomi; A Rp5.000 per pesanan, lebih mahal daripada B.

• Pernyataan 4 ✓ 600.000 ÷ 90 ≈ Rp6.667 per pesanan, tertinggi.

• Pernyataan 5 ✗ Prinsip ekonomi membandingkan pengorbanan dan hasil, bukan biaya saja.

Jawaban: pernyataan 1, 4.

No. 8 Kunci: B

Konsep: Dalam arus dua pelaku, uang belanja mengalir dari rumah tangga ke perusahaan sebagai balasan barang dan jasa. Berkurangnya belanja menurunkan pendapatan perusahaan.

Langkah:

1. Baca arah dan jenis tiap arus pada gambar.
2. Tandai arus uang belanja: arus 3.
3. Hubungkan dengan akibat: pendapatan toko menurun.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Arus 1 adalah tenaga kerja dari rumah tangga ke perusahaan; berkurangnya belanja tidak langsung menguranginya.

• B. ✓ Arus 3 adalah uang belanja dari rumah tangga ke perusahaan. Bila belanja turun, arus ini berkurang dan pendapatan toko menurun.

• C. ✗ Arus 2 adalah upah; toko tidak langsung mengurangi upah hanya karena belanja turun.

• D. ✗ Arus 4 adalah barang dan jasa dari perusahaan; berkurangnya belanja tidak menaikkan belanja.

• E. ✗ Arus 3 memang yang berkurang, tetapi berkurangnya uang belanja menurunkan, bukan menaikkan, pendapatan toko.

Jawaban: B.

No. 9 Kunci: E

Konsep: Rumah tangga menyediakan faktor produksi (tenaga kerja) dan menerima balas jasa berupa uang (upah); perusahaan menyediakan barang dan jasa dan menerima uang belanja.

Langkah:

1. Tandai pelaku: Bu Wati (rumah tangga) dan toko (perusahaan).
2. Tandai yang mengalir: uang gaji dari toko ke Bu Wati.
3. Gaji = balas jasa atas tenaga kerja.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Pajak mengalir dari perusahaan ke pemerintah, bukan kepada pekerja.

• B. ✗ Pembayaran barang mengalir dari rumah tangga ke perusahaan, arahnya berlawanan.

• C. ✗ Gaji bukan subsidi; tidak berasal dari pemerintah.

• D. ✗ Gaji berupa uang, bukan barang atau jasa.

• E. ✓ Bu Wati dari rumah tangga menyediakan tenaga kerja; toko sebagai perusahaan membayar gaji sebagai balas jasa.

Jawaban: E.

No. 10 Kunci: E

Konsep: Faktor pribadi mencakup usia, pekerjaan, penghasilan, dan gaya hidup. Faktor yang dibantah tokoh dalam cerita bukan faktor penentu.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah:

1. Coret pengaruh yang dibantah: saran rekan dan merek.
2. Tandai alasan yang disebut: perjalanan macet, hemat waktu, penghasilan.
3. Golongkan: faktor pribadi.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Cerita menyebut Bu Lina tidak terpengaruh saran rekan kantor.
• B. ✗ Cerita menyebut Bu Lina tidak peduli pada merek, sehingga persepsi merek bukan penentu.
• C. ✗ Kebiasaan masyarakat luas tidak disebut sebagai alasan Bu Lina.
• D. ✗ Keluarga tidak disebut dalam cerita.
• E. ✓ Alasan yang ia sebutkan adalah pekerjaannya (perjalanan macet), kebutuhan menghemat waktu, dan penghasilan yang memungkinkan, semuanya faktor pribadi.

Jawaban: E.

No. 11 Kunci: E

Konsep: Membaca label: periksa komposisi, informasi alergen, tanggal kedaluwarsa, dan izin edar. Keterangan alergen menentukan kecocokan bagi pembeli dengan alergi.

Langkah:

1. Tandai syarat Tiara: bebas kacang tanah.
2. Baca komposisi dan keterangan alergen pada label.
3. Pertimbangkan: produksi bersama kacang tanah, jadi tidak aman.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Jebakan: komposisi tidak menyebut kacang tanah, tetapi keterangan alergen menyebut pengolahan bersama.
• B. ✗ Nomor PIRT menunjukkan izin edar, bukan jaminan aman bagi penderita alergi.
• C. ✗ Tanggal pada label (15-12-2026) belum lewat pada 10 November 2026.
• D. ✗ Jumlah jejak tidak diketahui; sedikit pun dapat berbahaya bagi penderita alergi.
• E. ✓ Label menyebut produk dibuat di fasilitas yang juga mengolah kacang tanah, sehingga ada risiko tercampur. Bagi penderita alergi, itu alasan tidak membeli.

Jawaban: E.

No. 12 Kunci: A

Konsep: Tahap 1 proses keputusan pembelian adalah pengenalan kebutuhan: pembeli sadar ada kebutuhan atau masalah.

Langkah:

1. Tandai perilaku: kompor rusak, harus beli baru.
2. Cocokkan dengan tahap: pengenalan kebutuhan.

Analisis setiap opsi:

• A. ✓ Bu Ratih baru menyadari ada kebutuhan karena kompor rusak, ciri tahap pengenalan kebutuhan.
• B. ✗ Ia belum mencari tahu merek atau harga.
• C. ✗ Ia belum membandingkan pilihan.
• D. ✗ Ia belum memilih atau membayar.
• E. ✗ Ia belum membeli sehingga belum ada penilaian pascapembelian.

Jawaban: A.

No. 13 Kunci: A, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Total biaya = harga + ongkos kirim + biaya lain. Pembeli menimbang total biaya bersama waktu, risiko, dan kebutuhan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah:

1. Hitung total: A = 480.000; B = 470.000.
2. Tambahkan syarat waktu: butuh sebelum ujian lusa.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✓ 420.000 + 60.000 = Rp480.000, sedangkan Toko B Rp470.000.
• Pernyataan 2 ✗ Ongkos kirim belum dihitung; total Toko A Rp480.000 lebih besar.
• Pernyataan 3 ✗ Toko B antar gratis; totalnya Rp470.000, lebih kecil daripada Toko A.
• Pernyataan 4 ✗ Rendra membutuhkan meja sebelum ujian lusa; waktu adalah syarat penting.
• Pernyataan 5 ✓ Toko B total lebih rendah dan tiba besok, sesuai kebutuhan waktu Rendra.

Jawaban: pernyataan 1, 5.

No. 14 Kunci: B

Konsep: Perilaku pascapembelian: pembeli menilai hasil dan membagikan pengalaman. Penjual menanggapi keluhan dengan solusi agar pembeli puas dan kembali.

Langkah:

1. Tandai tahap: pascapembelian.
2. Baca keluhan: kaki goyang dan pengiriman lambat.
3. Pilih tindakan yang menanggapi keluhan dengan solusi.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Menghapus ulasan tidak jujur dan tidak memperbaiki masalah.
• B. ✓ Ulasan memuat keluhan yang nyata. Menghubungi pembeli, menawarkan perbaikan, dan membalas dengan sopan memperbaiki kepuasan dan memberi kesan baik kepada calon pembeli lain.
• C. ✗ Menyalahkan pembeli tanpa memeriksa memperburuk kesan toko.
• D. ✗ Mengabaikan melewatkan kesempatan memperbaiki kepuasan dan membuat pembeli tidak kembali.
• E. ✗ Diskon tanpa menanggapi keluhan tidak menyelesaikan masalah kaki meja.

Jawaban: B.

No. 15 Kunci: C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Perencanaan menetapkan target dan rencana; pengorganisasian membagi tugas; pelaksanaan menjalankan dan mengarahkan; pengawasan membandingkan hasil dengan rencana.

Langkah:

1. Tentukan tujuan tiap kegiatan.
2. Cocokkan dengan empat fungsi.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 ✗ Menetapkan target termasuk perencanaan.
• Pernyataan 2 ✗ Memberi arahan dan motivasi saat bekerja termasuk pelaksanaan.
• Pernyataan 3 ✓ Membandingkan hasil dengan rencana adalah pengawasan.
• Pernyataan 4 ✗ Menyusun jadwal dan membagi tugas adalah pengorganisasian.
• Pernyataan 5 ✓ Pembagian tugas dan jadwal adalah pengorganisasian.

Jawaban: pernyataan 3, 5.

No. 16 Kunci: D

Konsep: Memilih produk berdasarkan syarat: periksa tiap pilihan terhadap semua kriteria; pilih yang memenuhi seluruhnya.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah:

1. Daftar syarat: harga ≤ 2.500.000, garansi ≥ 1 tahun, penyimpanan ≥ 128 GB.
2. Periksa tiap toko dan coret yang gagal pada satu syarat.
3. Hanya Toko C yang lolos.

Analisis setiap opsi:

- A. ✗ Toko A garansinya hanya 6 bulan, kurang dari syarat 1 tahun.
- B. ✗ Toko B penyimpanannya hanya 64 GB, kurang dari syarat 128 GB.
- C. ✗ Toko D harganya Rp2.700.000, melebihi batas Rp2.500.000.
- D. ✓ Toko C: Rp2.480.000 (≤ 2.500.000), garansi 1 tahun (≥ 1 tahun), 128 GB (≥ 128 GB). Semua syarat terpenuhi.
- E. ✗ Toko C memenuhi seluruh syarat sehingga pernyataan ini salah.

Jawaban: D.

No. 17 Kunci: B, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Budaya: nilai dan kebiasaan masyarakat. Sosial: keluarga dan kelompok acuan. Pribadi: usia, pekerjaan, penghasilan, gaya hidup. Psikologis: motivasi, persepsi, keyakinan, sikap.

Langkah:

1. Cari asal pengaruh pada tiap pernyataan.
2. Golongkan ke empat faktor.
3. Periksa apakah pasangan yang tertulis cocok.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✗ Saran ibu adalah pengaruh keluarga, yaitu faktor sosial.
- Pernyataan 2 ✓ Pekerjaan termasuk faktor pribadi.
- Pernyataan 3 ✗ Keyakinan agama sebagai nilai bersama masyarakat termasuk faktor budaya.
- Pernyataan 4 ✗ Anggapan tentang mutu adalah persepsi, yaitu faktor psikologis.
- Pernyataan 5 ✓ Keyakinan dan ketertarikan di dalam diri termasuk faktor psikologis.

Jawaban: pernyataan 2, 5.

No. 18 Kunci: B

Konsep: Pengorganisasian: membagi tugas, membentuk bagian, dan menetapkan jalur tanggung jawab.

Langkah:

1. Tandai kegiatan: membagi bagian, menetapkan tugas dan pelaporan.
2. Cocokkan dengan fungsi: pengorganisasian.

Analisis setiap opsi:

- A. ✗ Perencanaan menetapkan tujuan dan rencana, bukan membagi tugas.
- B. ✓ Membagi pegawai ke bagian dan menetapkan tugas serta jalur pelaporan adalah pengorganisasian.
- C. ✗ Pelaksanaan adalah menjalankan pekerjaan sehari-hari.
- D. ✗ Pengawasan memeriksa hasil dan membandingkannya dengan rencana.
- E. ✗ Evaluasi akhir tahun bukan nama salah satu empat fungsi.

Jawaban: B.

No. 19 Kunci: C

Konsep: Empat fungsi manajemen: perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan. Diagnosis dilakukan dengan mencocokkan gejala dengan fungsi, lalu perbaikan menyasar fungsi yang lemah.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah:

1. Periksa tiap fungsi terhadap kasus: tugas jelas, pelaksanaan berjalan, stok diperiksa.
2. Temukan yang lemah: target dan rencana beli tidak ada.
3. Pilih perbaikan pada perencanaan.

Analisis setiap opsi:

- A. ✗ Tugas pegawai sudah jelas, sehingga pengorganisasian bukan masalah utama.
- B. ✗ Stok sudah diperiksa mingguan; masalahnya bukan pemeriksaan tetapi rencana pembelian.
- C. ✓ Gejalanya muncul dari membeli barang tanpa target dan tanpa data, yaitu kelemahan perencanaan. Perbaikannya menyusun target dan rencana pembelian dari data penjualan.
- D. ✗ Pelaksanaan harian berjalan; bonus tidak memperbaiki kesalahan rencana pembelian.
- E. ✗ Fungsinya benar tetapi perbaikan tidak menyentuh penyebab; menambah pegawai tidak memperbaiki rencana pembelian.

Jawaban: C.

No. 20 Kunci: B, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Alasan konsumen memilih mencakup harga, waktu, risiko, dan kebutuhan. Pilihan yang paling murah tidak selalu paling sesuai.

Langkah:

1. Tandai syarat waktu: tiba lusa.
2. Bandingkan estimasi: reguler 5 hari, ekspres 1 hari.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✗ Reguler tiba 5 hari dan terlambat dari kebutuhan lusa.
- Pernyataan 2 ✓ Hanya ekspres yang tiba sebelum lusa.
- Pernyataan 3 ✗ Pada kebutuhan tanpa batas waktu, ekspres belum tentu lebih baik.
- Pernyataan 4 ✓ 40.000 − 15.000 = Rp25.000, relatif kecil dibanding nilai hadiah dan risiko terlambat.
- Pernyataan 5 ✗ Hadiah ulang tahun justru memiliki tenggat yang jelas.

Jawaban: pernyataan 2, 4.

No. 21 Kunci: A, C, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Empat tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli; lalu perilaku pascapembelian.

Langkah:

1. Tentukan perilaku tiap cuplikan.
2. Cocokkan dengan tahap.
3. Waspadai pencarian informasi vs evaluasi.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✓ Sepatu rusak dan harus diganti adalah kesadaran akan kebutuhan.
- Pernyataan 2 ✗ Melihat dan bertanya adalah pencarian informasi.
- Pernyataan 3 ✓ Membandingkan dua merek adalah evaluasi alternatif.
- Pernyataan 4 ✓ Memilih dan membayar adalah keputusan membeli.
- Pernyataan 5 ✗ D masih tahap membeli; pascapembelian terjadi setelah barang dipakai.

Jawaban: pernyataan 1, 3, 4.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 22 Kunci: 1B 2B 3S

Konsep: Perilaku konsumen dipengaruhi faktor budaya (kebiasaan masyarakat), sosial (keluarga dan kelompok), pribadi (penghasilan, pekerjaan), dan psikologis (persepsi, motivasi).

Langkah:

1. Tentukan asal pengaruh tiap pernyataan.
2. Cocokkan dengan faktor.
3. Nilai benar atau salah.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 → Benar. Kebiasaan masyarakat luas pada perayaan tertentu adalah budaya.
• Pernyataan 2 → Benar. Penghasilan termasuk faktor pribadi.
• Pernyataan 3 → Salah. Pengaruh keluarga termasuk faktor sosial, bukan psikologis.

Jawaban: Benar, Benar, Salah.

No. 23 Kunci: D

Konsep: Faktor sosial mencakup keluarga, kelompok acuan, dan peran. Saran dari kelompok atau tokoh di sekitar pembeli termasuk faktor sosial.

Langkah:

1. Tandai alasan membeli: saran ketua komunitas.
2. Golongkan: ketua komunitas = kelompok acuan.
3. Pilih faktor sosial.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Budaya adalah nilai dan kebiasaan masyarakat luas, bukan saran satu orang di komunitas.
• B. ✗ Usia dan pekerjaan tidak disebut; yang disebut adalah saran ketua komunitas.
• C. ✗ Cerita menunjuk pada saran ketua, bukan keyakinan pribadi tentang mutu merek.
• D. ✓ Dimas membeli karena saran ketua komunitas, yaitu kelompok acuan. Pengaruh orang di sekitar termasuk faktor sosial.
• E. ✗ Kebiasaan umum masyarakat bukan penyebab yang disebut dalam cerita.

Jawaban: D.

No. 24 Kunci: 1B 2S 3B

Konsep: Dengan pemerintah, arus bertambah: pajak mengalir ke pemerintah; belanja, layanan, dan subsidi mengalir dari pemerintah ke rumah tangga dan perusahaan.

Langkah:

1. Tentukan pelaku tiap arus.
2. Pajak ke pemerintah; layanan dari pemerintah.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 → Benar. Pajak mengalir dari pelaku usaha ke pemerintah.
• Pernyataan 2 → Salah. Pembangunan jalan adalah layanan yang diberikan pemerintah, bukan uang dari rumah tangga.
• Pernyataan 3 → Benar. Subsidi adalah arus uang dari pemerintah kepada pelaku usaha.

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

No. 25 Kunci: C

Konsep: Pada tahap evaluasi alternatif, penjual membantu perbandingan dengan informasi jujur yang sesuai kebutuhan pembeli.

Langkah:

1. Tentukan tahap: evaluasi alternatif.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Pilih tindakan yang membantu membandingkan.
3. Coret yang memaksa atau menyembunyikan.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Mendesak mengabaikan proses evaluasi dan dapat menimbulkan kekecewaan.
• B. ✗ Menyembunyikan informasi tidak jujur dan menghilangkan pembanding.
• C. ✓ Pada evaluasi alternatif, pembeli membutuhkan informasi pembanding yang jelas dan jujur. Itu membantu keputusan tanpa memaksa.
• D. ✗ Menawarkan pilihan mahal tanpa tahu kebutuhan tidak membantu perbandingan.
• E. ✗ Membiarkan tanpa membantu mengabaikan peran pramuniaga saat pembeli ragu.

Jawaban: C.

Latihan sub bab 5.1

No. 1 Kunci: C

Konsep: Buyer persona adalah gambaran tokoh pelanggan utama (usia, pekerjaan, kebiasaan, kebutuhan, saluran informasi, pertimbangan membeli). Promosi yang baik cocok dengan semua ciri itu: isi pesan, saluran, waktu, dan penawarannya.

Langkah:

1. Kebutuhan: sarapan praktis dan bergizi, tanpa pengawet.
2. Waktu: berangkat 06.30 → produk harus tersedia sebelum itu; siang hari ia bekerja.
3. Saluran: grup WhatsApp orang tua murid.
4. Periksa setiap opsi terhadap empat ciri (produk, jam, saluran, pertimbangan harga): hanya satu opsi yang memenuhi semuanya.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: produk dan salurannya cocok, tetapi pukul 08.00 Bu Maya sudah berangkat kerja (06.30), sehingga roti tidak bisa menjadi sarapan anak.
• **B.** ✗ Produk dan jam antarnya cocok, tetapi saluran yang dipakai persona adalah grup WhatsApp orang tua murid, bukan video tren larut malam.
• **C.** ✓ Produk, jam antar, dan salurannya sesuai dengan semua ciri persona.
• **D.** ✗ Jebakan: jam dan salurannya cocok, tetapi Bu Maya mencari sarapan bergizi tanpa pengawet dan mau membayar lebih; roti manis termurah tidak sesuai kebutuhannya.
• **E.** ✗ Pukul 15.00 Bu Maya masih bekerja, sehingga ia tidak dapat memanfaatkan diskon itu walaupun membaca pengumumannya.

Jawaban: C.

No. 2 Kunci: C

Konsep: Buyer persona adalah gambaran satu tokoh pelanggan utama yang disusun dari data: identitas (usia, pekerjaan), kebiasaan (waktu dan cara berbelanja), kebutuhan, serta pertimbangan membeli. Persona yang terlalu umum, bertentangan dengan data, atau hanya berdasarkan dugaan tidak dapat memandu konten promosi.

Langkah:

1. Ciri dominan: mahasiswa 19–23 tahun, belanja malam lewat ponsel, membaca ulasan, suka paket hemat.
2. Persona yang tepat memuat identitas dan kebiasaan itu dalam satu tokoh.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Terlalu umum sehingga tidak memandu isi, waktu, dan saluran promosi.
• **B.** ✗ Usia, pekerjaan, waktu, dan perangkat belanjanya bertentangan dengan data.
• **C.** ✓ Memuat identitas dan kebiasaan belanja yang paling sering muncul di data.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• **D.** ✗ Jebakan: usianya sesuai data, tetapi kota besar dan kampus negeri tidak ada di data, sedangkan kebiasaan belanjanya tidak dimuat.
• **E.** ✗ Berdasarkan dugaan pemilik, bukan data 200 pembeli.

Jawaban: C.

No. 3 Kunci: A, B, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Sinyal membeli berupa pertanyaan tentang ketersediaan ukuran/warna, waktu pengiriman, cara bayar, atau garansi. Pujian dan pertanyaan umum belum tentu menunjukkan kesiapan membeli.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1** ✓ Menanyakan ukuran dan warna tertentu berarti ia sudah memilih produk.
• **Pernyataan 2** ✓ Menanyakan waktu tiba menunjukkan ia sedang merencanakan pembelian.
• **Pernyataan 3** ✗ Jebakan: pujian menunjukkan rasa suka, tetapi belum menunjukkan niat membeli.
• **Pernyataan 4** ✗ Ia sendiri menyatakan belum siap membeli.
• **Pernyataan 5** ✓ Menanyakan cara bayar adalah sinyal membeli yang kuat.

Jawaban: pernyataan 1, 2, 5.

No. 4 Kunci: E

Konsep: Buyer persona membantu menentukan isi pesan (kekhawatiran dan kebutuhan), saluran (tempat persona mencari informasi), dan waktu (saat persona aktif). Promosi yang tepat cocok dengan ketiganya.

Langkah:
1. Kekhawatiran utama: keamanan bahan; kebutuhan: barang cepat sampai.
2. Saluran: forum dan grup ibu menyusui.
3. Waktu aktif: sekitar pukul 21.00.
4. Rencana yang cocok: artikel tentang bahan aman dan pengiriman cepat di grup ibu pada pukul 21.00.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Jebakan: isi dan salurannya tepat, tetapi pukul 07.00 bukan waktu Kak Rani aktif berbelanja (sekitar pukul 21.00 setelah bayi tidur).
• **B.** ✗ Isinya tepat, tetapi Kak Rani berbelanja daring dan mencari informasi di grup, bukan dari spanduk toko.
• **C.** ✗ Jebakan: saluran dan waktunya tepat, tetapi Kak Rani tidak terlalu memperhatikan diskon kecil; kekhawatirannya keamanan bahan.
• **D.** ✗ Waktunya tepat, tetapi isinya tidak menjawab kekhawatiran keamanan bahan dan salurannya bukan grup ibu.
• **E.** ✓ Isi, saluran, dan waktu sesuai dengan persona.

Jawaban: E.

Latihan sub bab 5.2

No. 1 Kunci: B, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Bahasa pemasaran yang tepat menarik tetapi jujur, jelas, dan dapat dibuktikan. Klaim penyembuhan penyakit tanpa bukti dan klaim superlatif yang tidak benar ("paling murah se-Indonesia") menyesatkan konsumen, sedangkan informasi komposisi, harga, masa promo, dan izin justru perlu dicantumkan.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: tanpa masa berlaku promo memang tampak lebih longgar, tetapi pembeli

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

berhak tahu batas waktu promo; menghapusnya justru tidak jujur.
• **Pernyataan 2** ✓ Mbok Sri menyatakan khasiatnya belum diuji; klaim menyembuhkan penyakit menyesatkan konsumen.
• **Pernyataan 3** ✗ Komposisi adalah informasi jujur yang dibutuhkan pembeli; "paling ampuh" adalah klaim berlebihan.
• **Pernyataan 4** ✓ Harganya sama dengan penjual lain, sehingga klaim "paling murah se-Indonesia" tidak benar dan tidak dapat dibuktikan.
• **Pernyataan 5** ✗ Keterangan izin edar menambah kepercayaan pembeli terhadap keamanan produk.

Jawaban: pernyataan 2, 4.

No. 2 Kunci: B

Konsep: Efektivitas strategi komunikasi diukur dengan ukuran yang sesuai dengan tujuan. Bila tujuannya mendapat pembeli baru dengan biaya rendah, ukurannya adalah biaya promosi per pembeli baru, bukan jumlah orang yang melihat.

Langkah:
1. Brosur: 600.000 ÷ 30 = Rp20.000 per pembeli baru.
2. Iklan media sosial: 900.000 ÷ 45 = Rp20.000.
3. Pemengaruh: 1.500.000 ÷ 50 = Rp30.000.
4. Grup WhatsApp: 200.000 ÷ 20 = Rp10.000 → paling rendah.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Jebakan: jangkauan terbesar belum tentu efektif; biaya per pembeli barunya justru paling mahal (Rp30.000).
• **B.** ✓ Rp10.000 per pembeli baru, paling rendah dari keempat cara.
• **C.** ✗ Jumlah pembeli baru terbanyak, tetapi biayanya Rp30.000 per pembeli baru.
• **D.** ✗ Benar bahwa keduanya Rp20.000, tetapi angka itu dua kali biaya grup WhatsApp.
• **E.** ✗ Urutan jumlah pembeli tidak menjadi ukuran yang dipakai pemilik.

Jawaban: B.

No. 3 Kunci: B, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: AIDA: Attention (menarik perhatian), Interest (informasi yang membuat tertarik), Desire (membangkitkan keinginan), Action (ajakan dan cara bertindak). Poster promosi yang lengkap memuat keempat unsur itu.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: harga memang informasi penting, tetapi bagian (2) menjelaskan layanan sehingga termasuk Interest; Action adalah ajakan bertindak.
• **Pernyataan 2** ✓ Pertanyaan pada judul besar menarik perhatian siswa yang lewat.
• **Pernyataan 3** ✗ Foto sebelum–sesudah dan kalimat "tampil percaya diri" membangkitkan keinginan, sehingga termasuk Desire.
• **Pernyataan 4** ✓ Unsur Action belum ada di poster.
• **Pernyataan 5** ✓ Bagian (2) menjelaskan layanan, waktu, dan harga.

Jawaban: pernyataan 2, 4, 5.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Latihan sub bab 5.3

No. 1 Kunci: A, B, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pelayanan prima terhadap keluhan: dengarkan dan akui masalah (minta maaf secara spesifik), beri penyelesaian yang jelas, perbaiki penyebab dari pihak sendiri, dan tidak menyalahkan pihak lain atau menekan pelanggan.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Permintaan maaf yang spesifik menunjukkan toko benar-benar membaca dan memahami keluhan.

• **Pernyataan 2** ✓ Penyelesaian yang jelas memulihkan kepercayaan; foto paket diperlukan sebagai bukti.

• **Pernyataan 3** ✗ Jebakan: kurir memang terlambat, tetapi kebocoran juga disebabkan kemasan toko; menyalahkan pihak lain membuat pembeli makin kecewa.

• **Pernyataan 4** ✓ Memperbaiki penyebab dari pihak toko mencegah keluhan yang sama terulang.

• **Pernyataan 5** ✗ Mensyaratkan penghapusan ulasan tidak jujur dan menekan pembeli.

Jawaban: pernyataan 1, 2, 4.

No. 2 Kunci: C

Konsep: Pelayanan prima terhadap keluhan: dengarkan dengan empati, minta maaf, periksa sesuai prosedur, lalu selesaikan masalahnya. Respons harus sesuai kebijakan toko: tidak menambah syarat yang tidak ada, dan tidak melewatkan syarat yang ada.

Langkah:

1. Syarat: rusak, dalam 7 hari, membawa nota → semua terpenuhi (3 hari, nota ada).
2. Kardus tidak wajib → tidak boleh dijadikan alasan menolak.
3. Respons: empati + periksa nota + tukar.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Kebijakan toko menyatakan kardus tidak wajib.

• **B.** ✗ Syarat penukaran di toko sudah terpenuhi; melempar pelanggan ke tempat lain mengecewakannya.

• **C.** ✓ Empati, pemeriksaan sesuai prosedur, dan penyelesaian sesuai kebijakan.

• **D.** ✗ Jebakan: tampak cepat dan ramah, tetapi pemeriksaan nota adalah syarat kebijakan yang tidak boleh dilewati.

• **E.** ✗ Jebakan: prosedurnya benar, tetapi pelayanan prima juga menanggapi perasaan pelanggan yang kecewa dengan mendengarkan dan meminta maaf.

Jawaban: C.

Kuis Akhir Bab 5

No. 1 Kunci: A

Konsep: Menanggapi sinyal: sinyal membeli ditanggapi dengan membantu; belum ada sinyal dibalas dengan keramahan tanpa paksaan.

Langkah:

1. Baca sinyal: "lihat-lihat dulu", ambil brosur, pergi.
2. Itu bukan sinyal membeli.
3. Pilih tanggapan ramah tanpa memaksa.

Analisis setiap opsi:

• A. ✓ Pengunjung belum siap membeli. Sapaan ramah memberi ruang dan membuka peluang ia

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

kembali.

- B. ✗ Mengikuti dan menawarkan diskon memaksa dan membuat pengunjung tidak nyaman.
- C. ✗ Menghentikan dan menjelaskan semuanya memaksa dan melelahkan pengunjung.
- D. ✗ Mengancam soal brosur tidak ramah dan merusak citra toko.
- E. ✗ Tidak menyapa mengabaikan pelayanan; pengunjung tetap pelanggan potensial.

Jawaban: A.

No. 2 Kunci: E

Konsep: Sinyal membeli lewat perilaku: kembali ke produk yang sama, memeriksa teliti, membuka dompet. Tanggapan: bantu menuntaskan keputusan tanpa menekan.

Langkah:

1. Kenali sinyal: kembali, memeriksa, menghitung uang.
2. Tentukan tujuan: membantu menuntaskan keputusan.
3. Pilih tanggapan yang sopan dan membantu.

Analisis setiap opsi:

- A. ✗ Membiarkan melewatkan kesempatan membantu pelanggan yang sudah siap.
- B. ✗ Menurunkan harga sebelum ditanya mengurangi laba dan tidak menjawab kebutuhan.
- C. ✗ Mendesak dengan alasan stok memaksa pelanggan.
- D. ✗ Menambah pilihan membuat pelanggan bingung, padahal ia sudah memilih satu produk.
- E. ✓ Kembali ke produk yang sama, memeriksa, dan menghitung uang adalah sinyal membeli. Membantu menuntaskan keputusan dengan sopan adalah tanggapan yang tepat.

Jawaban: E.

No. 3 Kunci: D

Konsep: Sinyal membeli: ucapan atau perilaku yang berkaitan dengan detail pembelian (ketersediaan, cara bayar, pengiriman, garansi, tukar tambah, memeriksa barang dengan teliti).

Langkah:

1. Catat perilaku: memegang, memeriksa senar, bertanya garansi dan pengiriman.
2. Bandingkan dengan daftar sinyal membeli.
3. Simpulkan: sinyal membeli.

Analisis setiap opsi:

- A. ✗ Memegang dan memeriksa barang justru termasuk sinyal membeli.
- B. ✗ Banyak bertanya tentang detail pembelian bukan penolakan.
- C. ✗ Pertanyaan tentang garansi dan pengiriman bukan rasa ingin tahu umum.
- D. ✓ Garansi dan pengiriman adalah detail yang hanya perlu diketahui orang yang akan membeli.
- E. ✗ Pertanyaannya spesifik; tidak ada tanda ia hanya mengisi waktu.

Jawaban: D.

No. 4 Kunci: B, C

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Persona menuntun pemilihan media, bahasa, tawaran, dan pesan. Keselarasan dengan persona meningkatkan peluang respons, tetapi bukan jaminan.

Langkah:

1. Catat ciri persona: video pendek, bahasa santai, uang saku terbatas, pengaruh teman.
2. Cocokkan tiap keputusan dengan ciri itu.
3. Coret yang bertentangan.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✗ Kantor pos dan bahasa baku tidak sesuai media dan gaya bahasa persona.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• Pernyataan 2 ✓ Sesuai kebiasaan menonton video pendek, gaya bahasa, dan pengaruh teman.
• Pernyataan 3 ✓ Menjawab uang saku terbatas dan memudahkan pemesanan.
• Pernyataan 4 ✗ Bertentangan dengan uang saku terbatas.
• Pernyataan 5 ✗ Persona hanya panduan; tidak menjamin semua orang membeli.

Jawaban: pernyataan 2, 3.

No. 5 Kunci: A

Konsep: Persona dirumuskan dari pola yang konsisten dalam data pelanggan, memuat usia, pekerjaan, kebiasaan belanja, dan keberatan.

Langkah:
1. Cari kesamaan: usia 24–29, jadwal padat, ponsel malam hari.
2. Cari keberatan terbanyak: ongkos kirim (2 dari 3).
3. Pilih rumusan yang sesuai dengan data.

Analisis setiap opsi:
• A. ✓ Ketiganya berusia 24–29 tahun, bekerja dengan jadwal padat, berbelanja lewat ponsel pada malam hari, dan dua dari tiga keberatan pada ongkos kirim.
• B. ✗ Tidak ada ibu rumah tangga atau belanja pagi di pasar pada data.
• C. ✗ Tidak ada pelajar maupun belanja siang hari pada data.
• D. ✗ Semua berbelanja lewat ponsel pada malam hari, bukan ke toko pada akhir pekan.
• E. ✗ Keberatan pada ketersediaan tidak muncul pada data.

Jawaban: A.

No. 6 Kunci: E

Konsep: AIDA: Attention (perhatian), Interest (ketertarikan), Desire (keinginan), Action (tindakan).

Langkah:
1. Beri label tiap kalimat: 1 Attention, 2 Interest, 3 ?, 4 Action.
2. Kalimat 3 membayangkan manfaat: Desire.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Kalimat 1 yang menarik perhatian.
• B. ✗ Kalimat 2 yang memberi informasi dan membangun ketertarikan.
• C. ✗ Kalimat 4 yang mengajak bertindak.
• D. ✗ Persuasi bukan nama tahap AIDA dan tidak ada unsur memaksa dalam kalimat 3.
• E. ✓ Kalimat 3 mengajak pembaca membayangkan manfaatnya sehingga timbul keinginan memiliki, yaitu tahap Desire.

Jawaban: E.

No. 7 Kunci: C

Konsep: Menyusun persona: kumpulkan data pelanggan nyata (wawancara, angket, catatan pembelian), temukan pola, lalu rumuskan tokoh rekaan.

Langkah:
1. Tandai masalah: persona dari perkiraan.
2. Cari perbaikan yang membawa data nyata.
3. Pilih wawancara dan data pembelian.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Foto yang menarik tidak mengubah sumber isinya yang masih perkiraan.
• B. ✗ Persona menggambarkan sasaran tertentu, bukan seluruh pembeli.
• C. ✓ Persona yang baik bersumber dari data pelanggan nyata. Wawancara dan data pembelian menggantikan perkiraan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• D. ✗ Daftar produk bukan gambaran pelanggan.
• E. ✗ Meniru persona pesaing tidak mewakili pelanggan toko sendiri.

Jawaban: C.

No. 8 Kunci: 1S 2B 3B

Konsep: Segmen pasar: kelompok pelanggan berciri serupa. Buyer persona: tokoh rekaan rinci yang mewakili segmen, disusun dari data.

Langkah:
1. Ingat definisi segmen dan persona.
2. Bandingkan tingkat kerincian.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 → Salah. Segmen adalah kelompok pelanggan; persona adalah tokoh rekaan yang menggambarkannya lebih rinci.
• Pernyataan 2 → Benar. Persona dirumuskan sebagai tokoh agar mudah dibayangkan.
• Pernyataan 3 → Benar. Persona menambahkan rincian kebiasaan, keberatan, dan gaya bahasa pada segmen.

Jawaban: Salah, Benar, Benar.

No. 9 Kunci: C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Sinyal membeli: pertanyaan atau tindakan tentang detail pembelian. Bukan sinyal: pujian umum, brosur lalu pergi, pertanyaan tidak terkait.

Langkah:
1. Tanyakan apakah detail pembelian dibahas.
2. Pilih yang membahas tukar, cara bayar, garansi.
3. Coret pujian, brosur, dan toilet.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 ✗ Pujian umum tanpa menanyakan detail pembelian.
• Pernyataan 2 ✗ Mengambil brosur lalu pergi menunjukkan belum siap membeli.
• Pernyataan 3 ✓ Pertanyaan tukar berkaitan dengan detail pembelian.
• Pernyataan 4 ✗ Tidak berkaitan dengan pembelian.
• Pernyataan 5 ✓ Cara bayar dan garansi adalah detail pembelian.

Jawaban: pernyataan 3, 5.

No. 10 Kunci: B

Konsep: Buyer persona digunakan untuk memilih saluran, waktu, bahasa, dan isi promosi yang sesuai dengan kebiasaan dan keberatan pelanggan.

Langkah:
1. Baca kartu persona: waktu belanja, media, keberatan, gaya bahasa.
2. Periksa tiap rencana terhadap keempat unsur.
3. Pilih rencana yang selaras dengan semuanya.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Radio pagi dan bahasa lucu bagi remaja tidak sesuai media, waktu, dan gaya bahasa persona.
• B. ✓ Persona berbelanja malam lewat ponsel, memakai grup WhatsApp, dan ragu pada ukuran dan mutu. Katalog ringkas di grup WhatsApp malam hari dengan tabel ukuran dan jaminan tukar menjawab semuanya.
• C. ✗ Terminal pada siang hari tidak sesuai kebiasaan belanja malam lewat ponsel.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• D. ✗ Video panjang berbahasa gaul tidak sesuai gaya bahasa persona dan tidak menjawab keberatan ukuran.
• E. ✗ Diskon besar tanpa informasi tidak menjawab keberatan ukuran dan mutu.

Jawaban: B.

No. 11 Kunci: C

Konsep: Bahasa pemasaran: sesuai persona, memuat manfaat dan bukti, serta jujur. Klaim berlebihan dan menakut-nakuti dihindari.

Langkah:
1. Tandai persona: mahasiswa pencari tempat belajar.
2. Cari kalimat dengan fakta dan manfaat yang relevan.
3. Coret klaim berlebihan dan bahasa tidak sesuai.

Analisis setiap opsi:
• A. ✗ Klaim "terenak sedunia" dan "dijamin nilai naik" berlebihan dan tidak dapat dibuktikan.
• B. ✗ Pengulangan "terbaik" adalah klaim kosong tanpa fakta.
• C. ✓ Menyebut harga, fasilitas, dan jam buka dengan bahasa akrab sesuai mahasiswa, dan semuanya dapat dibuktikan.
• D. ✗ Bahasa terlalu resmi dan umum, tidak menyapa persona mahasiswa.
• E. ✗ Kalimat menakut-nakuti bukan promosi yang etis.

Jawaban: C.

No. 12 Kunci: A, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Bahasa pemasaran mengikuti persona: nada, istilah, dan bukti. Klaim harus jujur.

Langkah:
1. Catat ciri persona: hormat, sederhana, bukti.
2. Cocokkan tiap pernyataan.
3. Coret klaim berlebihan dan bahasa yang tidak sesuai.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 ✓ Selaras dengan nada dan kebutuhan persona.
• Pernyataan 2 ✗ Persona kurang akrab dengan istilah teknis.
• Pernyataan 3 ✗ Klaim kesehatan yang tidak dapat dibuktikan dan menyesatkan.
• Pernyataan 4 ✓ Bukti nyata membantu persona yakin.
• Pernyataan 5 ✗ Tidak sesuai gaya bahasa persona.

Jawaban: pernyataan 1, 4.

No. 13 Kunci: D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Menangani keluhan: dengarkan, minta maaf, periksa fakta, tawarkan solusi dalam wewenang, dan teruskan bila di luar wewenang.

Langkah:
1. Tandai masalah: barang salah kirim.
2. Pilih tindakan yang meredakan lalu menyelesaikan.
3. Coret menyalahkan, menjanjikan berlebih, dan menutup telepon.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 ✗ Menyalahkan pihak lain tidak menyelesaikan keluhan.
• Pernyataan 2 ✗ Menjanjikan di luar wewenang menimbulkan masalah baru.
• Pernyataan 3 ✗ Menutup telepon mengabaikan pelanggan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• Pernyataan 4 ✓ Permintaan maaf dan mendengarkan meredakan emosi.
• Pernyataan 5 ✓ Solusi dalam wewenang atau eskalasi menyelesaikan keluhan.

Jawaban: pernyataan 4, 5.

No. 14 Kunci: A

Konsep: Wewenang dan eskalasi: layani dalam wewenang, jelaskan batas dengan sopan, teruskan permintaan yang lebih besar kepada atasan.

Langkah:
1. Baca tabel: potongan 5 % boleh, di atas 5 % wewenang manajer.
2. Tawarkan yang dalam wewenang.
3. Teruskan permintaan 15 % kepada manajer.

Analisis setiap opsi:
• A. ✓ Petugas menawarkan hal yang masih dalam wewenang (potongan sampai 5 % atau tukar kotak) dan meneruskan permintaan 15 % kepada manajer, sehingga pelanggan terlayani tanpa melanggar aturan.
• B. ✗ Potongan di atas 5 % adalah wewenang manajer; menjanjikannya melanggar aturan.
• C. ✗ Menolak tegas mengabaikan keluhan kemasan dan merugikan hubungan dengan pelanggan.
• D. ✗ Pengembalian uang tunai wewenang manajer, dan wajan tidak rusak.
• E. ✗ Menyuruh kembali tanpa bantuan tidak melayani pelanggan.

Jawaban: A.

No. 15 Kunci: B, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Efektivitas promosi: bandingkan biaya per pesanan, bukan hanya jangkauan atau biaya total.

Langkah:
1. Hitung biaya per pesanan: spanduk 50.000; WhatsApp 5.000; media sosial 10.000.
2. Bandingkan dengan jangkauan.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:
• Pernyataan 1 ✗ Spanduk menghasilkan pesanan paling sedikit; biaya per pesanan Rp50.000, paling tinggi.
• Pernyataan 2 ✓ 90.000 ÷ 18 = Rp5.000.
• Pernyataan 3 ✗ Biaya per pesanan Rp10.000, dua kali Siaran WhatsApp; jangkauan terbesar belum berarti paling efektif.
• Pernyataan 4 ✓ Jangkauan 12.000 terbesar; biaya per pesanan 300.000 ÷ 30 = Rp10.000, dua kali Rp5.000.
• Pernyataan 5 ✗ Efektivitas juga memperhitungkan pesanan dan biaya.

Jawaban: pernyataan 2, 4.

No. 16 Kunci: A, C

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Keberatan ditanggapi dengan lima langkah: dengarkan, empati, tanyakan alasan, tanggapi dengan fakta, lalu pastikan dan tindak lanjuti.

Langkah:
1. Kenali keberatan: waktu ("pikir-pikir").
2. Terapkan langkah awal: dengarkan, tanyakan alasan.
3. Coret membantah, potongan dini, dan menjelekkan pesaing.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✓ Langkah pertama menanggapi keberatan adalah mendengarkan.
- Pernyataan 2 ✗ Potongan sebelum memahami keberatan belum tentu menjawab keraguan.
- Pernyataan 3 ✓ Menggali alasan sebenarnya adalah langkah menanggapi keberatan.
- Pernyataan 4 ✗ Membantah pelanggan merusak percakapan.
- Pernyataan 5 ✗ Menjelekkan pesaing tidak jujur dan harus dihindari.

Jawaban: pernyataan 1, 3.

No. 17 Kunci: B, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pesan promosi yang efektif: jujur, berbukti, dan informatif (harga, cara pesan). Klaim kosong dan hiasan bahasa tidak menolong.

Langkah:

1. Tandai kelemahan: klaim kosong dan tanda seru.
2. Cari perbaikan yang menambah bukti dan informasi praktis.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 ✗ Tanda seru tidak menambah bukti.
- Pernyataan 2 ✓ Informasi praktis membantu pembaca menuju tindakan.
- Pernyataan 3 ✗ Istilah asing tidak menambah bukti dan dapat membingungkan pembaca.
- Pernyataan 4 ✗ Kata sifat tanpa bukti tetap klaim kosong.
- Pernyataan 5 ✓ Fakta menggantikan klaim kosong.

Jawaban: pernyataan 2, 5.

No. 18 Kunci: C

Konsep: Keberatan: keraguan atau penolakan sebelum membeli. Keluhan: ketidakpuasan atas barang atau layanan yang sudah diterima.

Langkah:

1. Tentukan waktunya: sebelum atau sesudah membeli.
2. P belum membeli: keberatan.
3. Q sudah menerima barang: keluhan.

Analisis setiap opsi:

- A. ✗ Q sudah membeli sehingga pernyataannya keluhan, bukan keberatan.
- B. ✗ P belum membeli sehingga pernyataannya keberatan, bukan keluhan.
- C. ✓ P menyampaikan keraguan sebelum membeli (keberatan). Q menyampaikan ketidakpuasan atas barang yang sudah diterima (keluhan).
- D. ✗ Urutannya tertukar: P belum membeli, Q sudah.
- E. ✗ Pertanyaan tentang penukaran sebelum membeli termasuk keberatan atau keraguan.

Jawaban: C.

No. 19 Kunci: E

Konsep: Klaim promosi harus jujur dan dapat dibuktikan. Klaim kesehatan yang berlebihan diganti dengan fakta produk.

Langkah:

1. Tandai klaim yang tidak dapat dibuktikan.
2. Ganti dengan fakta produk: bahan, proses, waktu pembuatan.
3. Pilih kalimat yang bebas klaim kesehatan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Masih memuat klaim kesehatan yang tidak dapat dibuktikan ("pasti", "mencegah penyakit").
• B. ✗ Klaim superlatif "terbaik di dunia" tidak dapat dibuktikan.
• C. ✗ Menyebut dokter tanpa bukti adalah klaim palsu, dan "pasti sehat" berlebihan.
• D. ✗ Klaim menyembuhkan lebih baik daripada obat adalah klaim berbahaya dan tidak benar.
• E. ✓ Kalimat ini hanya memuat fakta yang dapat dibuktikan: tanpa pengawet, kedelai pilihan, dibuat setiap pagi. Klaim menyembuhkan dan "pasti kuat" dihapus.

Jawaban: E.

No. 20 Kunci: 1B 2B 3S

Konsep: Alur penjualan tatap muka: sambut, gali kebutuhan, tawarkan, tutup, tindak lanjuti.

Langkah:

1. Tandai langkah yang dilakukan: langsung menawarkan.
2. Bandingkan dengan alur: gali kebutuhan terlewat.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

• Pernyataan 1 → Benar. Pramuniaga menawarkan sebelum bertanya tentang keperluan.
• Pernyataan 2 → Benar. Menggali kebutuhan membuat tawaran sesuai.
• Pernyataan 3 → Salah. Tawaran tanpa mengetahui kebutuhan dan anggaran dapat membuat pelanggan menjauh.

Jawaban: Benar, Benar, Salah.

No. 21 Kunci: D

Konsep: Menanggapi keberatan harga: dengarkan, akui, rinci nilai (garansi, layanan, mutu), dan tawarkan solusi dalam wewenang.

Langkah:

1. Kenali jenis keberatan: harga.
2. Akui kewajaran membandingkan.
3. Rinci nilai yang diterima pelanggan.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Menjelekkan pesaing tidak jujur dan merusak kepercayaan.
• B. ✗ Langsung memotong harga tanpa memahami keberatan adalah hal yang harus dihindari.
• C. ✗ Menolak perbandingan bersifat membantah dan memutuskan percakapan.
• D. ✓ Mengakui keberatan lalu merinci nilai yang diterima menjawab keraguan tanpa membantah dan tanpa mengorbankan laba.
• E. ✗ Mengalihkan pembicaraan mengabaikan keberatan pelanggan.

Jawaban: D.

No. 22 Kunci: B

Konsep: AIDA lengkap bila ada perhatian, ketertarikan, keinginan, dan ajakan bertindak yang jelas (tempat, waktu, cara).

Langkah:

1. Tandai tiap tahap pada poster: judul, penjelasan, garansi.
2. Cari yang tidak ada: cara dan tempat memesan.
3. Pilih perbaikan yang menambahkan ajakan bertindak.

Analisis setiap opsi:

• A. ✗ Judul "Sepatu putihmu masih kusam?" sudah menarik perhatian.
• B. ✓ Poster sudah punya judul, penjelasan, dan jaminan, tetapi tidak memuat cara dan tempat

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

memesan. Tahap Action belum ada.

- C. ✗ Penjelasan "dicuci tangan, tanpa merusak bahan" sudah membangun ketertarikan.
- D. ✗ Garansi cuci ulang gratis sudah membangkitkan keinginan; yang kurang adalah ajakan.
- E. ✗ Nama sekolah bukan unsur yang menggantikan ajakan bertindak.

Jawaban: B.

No. 23 Kunci: 1S 2B 3B

Konsep: AIDA: Attention (menarik perhatian), Interest (informasi manfaat), Desire (bukti dan jaminan), Action (ajakan dan cara bertindak).

Langkah:

1. Pisahkan pesan menjadi empat bagian.
2. Beri label AIDA pada tiap bagian.
3. Nilai tiap pernyataan.

Analisis setiap pernyataan:

- Pernyataan 1 → Salah. Pertanyaan yang menyentuh masalah pembaca menarik perhatian: tahap Attention.
- Pernyataan 2 → Benar. Jaminan dan bukti membangun keinginan (Desire).
- Pernyataan 3 → Benar. Ajakan dengan batas waktu dan nomor kontak adalah Action.

Jawaban: Salah, Benar, Benar.

No. 24 Kunci: B

Konsep: Pelayanan prima: sikap (ramah, sabar), perhatian (memahami kebutuhan), dan tindakan (membantu).

Langkah:

1. Tandai kebutuhan: tidak dapat membaca keterangan.
2. Pilih tindakan yang membantu dengan sabar.

Analisis setiap opsi:

- A. ✗ Menyuruh membeli kacamata tidak membantu kebutuhan saat itu.
- B. ✓ Membacakan dan menjelaskan dengan sabar menunjukkan perhatian dan tindakan yang membantu sesuai kebutuhan pelanggan.
- C. ✗ Mengalihkan kepada pelanggan lain melepaskan tanggung jawab.
- D. ✗ Menyarankan membeli tanpa membaca mengabaikan kebutuhan informasi.
- E. ✗ Meninggalkan pelanggan bertentangan dengan perhatian dan kepedulian.

Jawaban: B.

No. 25 Kunci: D

Konsep: Efektivitas promosi dinilai dari pesanan: biaya per pesanan = biaya ÷ pesanan; konversi = pesanan ÷ klik.

Langkah:

1. Hitung biaya per pesanan: A 300.000 ÷ 20 = 15.000; B 300.000 ÷ 25 = 12.000.
2. Hitung konversi: A 20 ÷ 400 = 5 %; B 25 ÷ 250 = 10 %.
3. B lebih efektif.

Analisis setiap opsi:

- A. ✗ Jebakan: tayangan dan klik lebih banyak belum berarti pesanan lebih banyak.
- B. ✗ Biaya per penonton bukan ukuran efektivitas; yang dihitung pesanan.
- C. ✗ Penonton yang sedikit bukan alasan efektif; alasannya pesanan lebih banyak.
- D. ✓ Biaya sama, B menghasilkan 25 pesanan (Rp12.000 per pesanan, konversi 10 %), A

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

menghasilkan 20 pesanan (Rp15.000 per pesanan, konversi 5 %). B lebih efektif.
• E. ✗ Biaya sama tetapi hasil berbeda, sehingga efektivitasnya berbeda.

Jawaban: D.

Simulasi 1 — Prediksi TKA 2026

No. 1 Kunci: D

Konsep: Kelangkaan memaksa pelaku usaha memilih cara memakai sumber daya yang terbatas. Pilihan yang baik menghemat bahan langka, tetap sesuai tujuan usaha, dan disampaikan secara jujur kepada pelanggan.

Langkah:
1. Masalah: cabai langka dan mahal.
2. Batasan: tidak menaikkan harga menu, tetapi tidak ingin rugi.
3. Pilihan: membatasi sambal gratis dan menjual tambahan, diumumkan terbuka.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Mengurangi diam-diam tidak jujur kepada pelanggan.
• **B.** ✗ Jebakan: biaya memang turun, tetapi rasa sambal berubah tanpa pemberitahuan, sehingga tidak jujur kepada pelanggan.
• **C.** ✗ Bertentangan dengan keinginan Mbak Ratih untuk tidak menaikkan harga menu.
• **D.** ✓ Menghemat cabai tanpa menaikkan harga menu dan disampaikan terbuka kepada pelanggan.
• **E.** ✗ Jebakan: biaya cabai memang hilang, tetapi sambal adalah ciri khas warung penyetan sehingga pelanggan dapat pindah.

Jawaban: D.

No. 2 Kunci: A

Konsep: Budaya kerja jujur menuntut penjual memberi informasi produk yang benar sesuai kebutuhan pembeli, walaupun sedang mengejar target. Setelah itu penjual tetap membantu dengan memberi pilihan yang sesuai.

Langkah:
1. Kebutuhan pembeli: memotret di pantai dan kadang bermain air.
2. Fakta produk: ponsel X tahan percikan, tidak tahan rendaman.
3. Respons jujur: jelaskan batasnya, lalu beri pilihan (ponsel X dengan hati-hati, atau ponsel tahan rendaman yang lebih mahal).

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✓ Jujur tentang batas produk dan tetap membantu pembeli memilih.
• **B.** ✗ Jebakan: tahan percikan memang cukup untuk memotret biasa, tetapi pembeli juga kadang bermain air, sehingga saran ini menutupi risiko yang sesuai kebutuhannya.
• **C.** ✗ Jebakan: penjelasannya jujur, tetapi mendorong produk yang tidak sesuai kebutuhan demi target bertentangan dengan budaya kerja yang jujur kepada pelanggan.
• **D.** ✗ Jebakan: asuransi tampak melindungi pembeli, tetapi batas tahan air tetap disembunyikan.
• **E.** ✗ Jebakan: ponsel yang lebih mahal memang sesuai kebutuhan, tetapi pembeli berhak tahu kemampuan ponsel yang ia tanyakan sebelum diarahkan ke produk lain.

Jawaban: A.

No. 3 Kunci: B

Konsep: Strategi berbasis data menyesuaikan persediaan dengan pola permintaan. Ukuran yang laris tetapi stoknya hampir habis perlu ditambah, sedangkan ukuran yang lambat terjual dan stoknya menumpuk perlu dikurangi dan dihabiskan dengan promosi.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah:

1. M dan L: terjual 150 dan 140, stok sisa 10 dan 5 → hampir habis.
2. S dan XL: terjual 20 dan 30, stok sisa 80 dan 90 → menumpuk.
3. Keputusan: pesanan baru didominasi M dan L; S dan XL dipesan sedikit dan sisanya dijual dengan paket hemat.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Jebakan: tampak adil, tetapi permintaan M dan L jauh lebih besar sehingga cepat habis, sedangkan S dan XL makin menumpuk.
- **B.** ✓ Sesuai pola penjualan: menambah ukuran laris dan mengurangi ukuran yang menumpuk.
- **C.** ✗ Stok sisa yang banyak justru menunjukkan ukuran itu lambat terjual.
- **D.** ✗ Ukuran L hampir sama larisnya dengan M (140), dan pembeli S serta XL tetap ada.
- **E.** ✗ Menunggu stok S dan XL habis membuat ukuran M dan L kosong selama berbulan-bulan.

Jawaban: B.

No. 4 Kunci: C

Konsep: Perencanaan karier mencakup mengenali minat dan kemampuan, lalu menyiapkan bukti kemampuan yang sesuai dengan pekerjaan yang dituju, misalnya portofolio.

Langkah:

1. Minat dan kemampuan: membuat konten dan memperhatikan jumlah tayangan.
2. Tujuan: pengelola media sosial toko.
3. Bukti kemampuan yang paling relevan: portofolio konten beserta hasilnya.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Pekerjaan kasir tidak sesuai dengan minat dan tujuan Laras.
- **B.** ✗ Pekerjaan admin gudang tidak sesuai dengan minat dan tujuan Laras mengelola media sosial.
- **C.** ✓ Portofolio dan hasil tayangan menunjukkan kemampuan yang dibutuhkan pekerjaan itu.
- **D.** ✗ Jebakan: kursus memang menambah kemampuan, tetapi Laras sudah punya hasil karya yang dapat dibuktikan sekarang; menunda membuat ia kehilangan kesempatan melamar.
- **E.** ✗ Jebakan: akun besar memang tampak menarik, tetapi pengikut yang dibeli tidak jujur dan mudah dikenali perekrut.

Jawaban: C.

No. 5 Kunci: 1S 2B 3S

Konsep: Kerja sama tim antarbagian membutuhkan tujuan bersama, komunikasi, dan alat kerja yang disepakati. Konflik diselesaikan dengan memperbaiki proses bersama, bukan dengan saling menyalahkan.

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1 → Salah.** Jebakan: tanggung jawab memang perlu jelas, tetapi mencari yang salah tidak memperbaiki cara kedua bagian berbagi informasi.
- **Pernyataan 2 → Benar.** Komunikasi dan alat kerja bersama memperbaiki penyebab masalah.
- **Pernyataan 3 → Salah.** Menghentikan penjualan merugikan toko dan tidak membangun cara kerja sama yang baru.

Jawaban: Salah, Benar, Salah.

No. 6 Kunci: D

Konsep: Transisi digital dimulai dari saluran yang paling dekat dengan pelanggan yang sudah ada, dengan biaya kecil dan sesuai sifat produk. Untuk produk segar yang mudah rusak, jangkauan lokal dengan layanan antar lebih tepat.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah:

1. Pelanggan: ibu-ibu dua perumahan yang sudah memakai WhatsApp.
2. Produk: buah segar yang mudah memar bila dikirim jauh.
3. Biaya: harus kecil.
4. Langkah yang cocok: katalog harian di grup WA perumahan + antar ke rumah.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Membuat aplikasi mahal dan pelanggan belum tentu mau mengunduhnya.
• **B.** ✗ Jebakan: marketplace memang menjangkau luas, tetapi buah segar mudah memar bila dikirim antarkota.
• **C.** ✗ Iklan berbayar satu provinsi mahal dan menjangkau orang yang terlalu jauh untuk diantar.
• **D.** ✓ Murah, memakai saluran yang sudah dipakai pelanggan, dan sesuai produk yang mudah rusak.
• **E.** ✗ Pembeli di pasar adalah pelanggan yang sudah ada; meninggalkannya berisiko kehilangan penjualan.

Jawaban: D.

No. 7 Kunci: E

Konsep: Tanggap darurat listrik: putuskan aliran listrik dari panel (MCB), jangan memakai air karena menghantarkan listrik, dan siapkan APAR yang sesuai untuk kebakaran listrik (CO_2 atau serbuk kimia).

Langkah:

1. Sumber bahaya: stop kontak yang berasap → masih bertegangan.
2. Langkah pertama: matikan listrik di MCB.
3. Siapkan APAR CO_2 bila api muncul; air tidak boleh dipakai.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Air menghantarkan listrik sehingga dapat menyebabkan sengatan listrik.
• **B.** ✗ Jebakan: mencabut steker memang memutus arus ke lampu, tetapi stop kontak yang berasap tetap bertegangan dan menyentuh area panas itu berbahaya.
• **C.** ✗ Mengipasi dapat memberi udara pada percikan dan tidak memutus sumber bahaya.
• **D.** ✗ Asap menunjukkan bahaya yang sedang terjadi; menunggu sampai besok dapat berujung kebakaran.
• **E.** ✓ Memutus listrik dari panel menghilangkan sumber bahaya, dan APAR CO_2 sesuai untuk kebakaran listrik.

Jawaban: E.

No. 8 Kunci: A, C, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: K3 di toko ritel: pintu dan jalur darurat bebas hambatan, lorong tidak dipakai menumpuk barang, lantai basah segera dibersihkan dan diberi tanda, serta APAR terpasang di tempat yang terlihat dan mudah dijangkau.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Jalur dan pintu darurat harus bebas hambatan.
• **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: APAR memang harus mudah dijangkau, dan di denah APAR terpasang di dinding dekat kasir tanpa penghalang, sehingga letaknya sudah baik.
• **Pernyataan 3** ✓ Barang di lorong dapat membuat orang tersandung dan menghambat evakuasi.
• **Pernyataan 4** ✓ Lantai basah tanpa tanda dapat membuat orang terpeleset.
• **Pernyataan 5** ✗ Pintu darurat ada di dinding atas denah; masalahnya terhalang display promo.

Jawaban: pernyataan 1, 3, 4.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 9 Kunci: A

Konsep: Marketplace menyediakan sistem pembayaran yang dititipkan dulu kepada platform (baru diteruskan kepada penjual setelah barang diterima), serta fitur ulasan. Fitur ini membangun kepercayaan pembeli terhadap penjual yang belum dikenal.

Langkah:

1. Sasaran: pembeli luar kota yang belum mengenal penjual.
2. Hambatan: ragu mentransfer uang langsung.
3. Saluran yang menjawab: marketplace dengan pembayaran yang ditahan platform dan ulasan pembeli.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✓ Pembayaran ditahan sampai barang diterima, sehingga pembeli yang belum mengenal penjual merasa aman.
- **B.** ✗ Jebakan: rekening sekolah tampak lebih tepercaya, tetapi pembeli luar kota tetap harus mentransfer dulu kepada pihak yang belum mereka kenal; situs web juga butuh biaya.
- **C.** ✗ Grup keluarga dan teman di kota sendiri tidak menjangkau pembeli luar kota.
- **D.** ✗ Koperasi dan brosur sekolah hanya menjangkau warga sekolah.
- **E.** ✗ Jebakan: testimoni memang menambah kepercayaan, tetapi pembeli tetap harus mentransfer dulu ke rekening pribadi penjual yang belum dikenal, dan itulah sumber keraguannya.

Jawaban: A.

No. 10 Kunci: C

Konsep: Pemerintah sebagai pelaku ekonomi dapat berperan sebagai pembina usaha, misalnya lewat pelatihan dan sertifikasi. Pelaku usaha memanfaatkannya untuk membuka pasar baru dengan tetap mematuhi aturan.

Langkah:

1. Peluang: toko oleh-oleh besar mensyaratkan sertifikat halal.
2. Program pemerintah gratis membantu memperoleh sertifikat.
3. Logo halal hanya boleh dipakai setelah sertifikat resmi terbit.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Memakai logo sebelum bersertifikat melanggar aturan dan menyesatkan pembeli.
- **B.** ✗ Jebakan: pembeli lama memang belum bertanya, tetapi toko oleh-oleh yang dituju mensyaratkannya.
- **C.** ✓ Memanfaatkan program pemerintah dengan benar untuk membuka pasar baru.
- **D.** ✗ Menunda membuat Bu Wiwik kehilangan kesempatan yang sedang terbuka.
- **E.** ✗ Bahan yang tidak jelas asal-usulnya membuat sertifikasi tidak dapat lolos.

Jawaban: C.

No. 11 Kunci: A, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Data riset kepuasan dipakai dengan membandingkan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Aspek penting dengan kepuasan rendah diperbaiki lebih dulu; aspek penting dengan kepuasan tinggi dipertahankan.

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1** ✓ Skor 2,6 (rendah) dan dipilih 35 % pelanggan sebagai aspek terpenting.
- **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: skornya memang paling rendah (2,4), tetapi hanya 10 % pelanggan menganggapnya paling penting.
- **Pernyataan 3** ✗ Rasa masakan memang terpenting, tetapi skornya sudah tinggi (4,5); mengubahnya justru berisiko.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• **Pernyataan 4** ✓ Kekuatan yang dihargai pelanggan harus dijaga.
• **Pernyataan 5** ✗ Skor harga cukup baik (3,8) dan hanya 15 % pelanggan menganggapnya terpenting.

Jawaban: pernyataan 1, 4.

No. 12 Kunci: 1B 2S 3B

Konsep: Media promosi konvensional (radio, spanduk, brosur, koran) menjangkau wilayah terbatas dan hasilnya sulit diukur dengan tepat. Keunggulan toko fisik adalah pembeli dapat melihat dan mencoba barang secara langsung.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1 → Benar.** Keduanya media luring yang tidak memakai internet.
• **Pernyataan 2 → Salah.** Jebakan: jumlah pendengar memang data, tetapi tidak menunjukkan siapa yang datang membeli karena iklan; hasil iklan radio sulit diukur kecuali pembeli ditanya langsung.
• **Pernyataan 3 → Benar.** Pembeli dapat merasakan langsung kenyamanan mebel, keunggulan khas pemasaran konvensional.

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

No. 13 Kunci: B

Konsep: Peluang usaha muncul dari kebutuhan pasar yang belum terlayani. Peluang yang baik memanfaatkan keunggulan atau sumber daya setempat dan sesuai kemampuan modal pelaku usaha.

Langkah:
1. Kebutuhan yang belum terlayani: oleh-oleh khas desa.
2. Sumber daya desa: kopi dan kerajinan bambu.
3. Modal kecil dan lokasi yang dilewati wisatawan: dekat area parkir.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Minimarket butuh modal besar dan tidak menjawab kebutuhan oleh-oleh khas.
• **B.** ✓ Menjawab kebutuhan oleh-oleh khas, memakai sumber daya desa, bermodal kecil, dan berada di jalur wisatawan.
• **C.** ✗ Jebakan: rombongan keluarga memang butuh makan, tetapi kebutuhan yang terbukti belum terlayani adalah oleh-oleh; warung makan juga butuh modal lebih besar.
• **D.** ✗ Kasus tidak menunjukkan wisatawan membutuhkan pemandu; yang mereka tanyakan adalah tempat membeli oleh-oleh.
• **E.** ✗ Jebakan: harganya memang murah, tetapi keripik pabrik dari kota bukan oleh-oleh khas desa yang dicari wisatawan.

Jawaban: B.

No. 14 Kunci: B, C, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Profesi ritel memiliki tugas yang berbeda: pramuniaga melayani pembeli, kasir mengurus pembayaran dan kas, visual merchandiser menata tampilan barang, dan supervisor mengatur serta mengawasi tim penjualan.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: visual merchandiser memang bekerja di toko, tetapi tugasnya menata tampilan; menghitung kas dan laporan penjualan adalah tugas kasir atau administrasi.
• **Pernyataan 2** ✓ Pramuniaga melayani pengunjung di area penjualan.
• **Pernyataan 3** ✓ Itulah tugas pokok kasir.
• **Pernyataan 4** ✓ Visual merchandiser mengatur tampilan barang agar menarik.
• **Pernyataan 5** ✓ Supervisor mengoordinasikan karyawan dan memantau target.

Jawaban: pernyataan 2, 3, 4, 5.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 15 Kunci: E

Konsep: Pembeli pasar industri membeli bahan untuk produksinya. Mereka membutuhkan pasokan yang terjadwal, mutu yang seragam, dan administrasi pembayaran yang tertib.

Langkah:

1. Kebutuhan restoran: 20 kg setiap Senin dan Kamis, ukuran seragam, tagihan akhir bulan.
2. Penawaran yang sesuai harus menjawab ketiganya.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: harga grosir memang sesuai untuk pembelian besar, tetapi restoran meminta tagihan setiap akhir bulan, bukan tunai setiap kiriman.
• **B.** ✗ Restoran sudah menentukan jadwal Senin dan Kamis; kiriman harian kecil tidak sesuai permintaannya.
• **C.** ✗ Jebakan: kesegaran memang penting, tetapi pengiriman yang tidak terjadwal mengganggu dapur restoran yang butuh pasokan pada hari tertentu.
• **D.** ✗ Restoran membeli 20 kg per kiriman dan meminta ukuran seragam; penjualan per ikat adalah cara melayani pembeli eceran.
• **E.** ✓ Menjawab seluruh kebutuhan restoran: jadwal, mutu seragam, dan tagihan bulanan.

Jawaban: E.

No. 16 Kunci: B, C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Konsep dasar pemasaran: usaha bertahan bila memberi nilai yang sepadan bagi pelanggan dan menjaga hubungan jangka panjang. Usaha lokal dapat bersaing dengan keunggulan khas (resep, kedekatan, layanan) tanpa meniru atau melawan pesaing besar lewat perang harga.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: tampilan setara memang tampak menarik, tetapi biayanya besar dan tidak memperkuat keunggulan khas Pak Min; pelanggan lamanya datang karena rasa dan keakraban.
• **Pernyataan 2** ✓ Keunggulan yang sulit ditiru pesaing besar menjadi nilai pembeda usaha lokal.
• **Pernyataan 3** ✓ Pelanggan menilai apakah manfaat yang diterima sebanding dengan uang yang dibayar.
• **Pernyataan 4** ✗ Jebakan: pelanggan muda memang ingin direbut kembali, tetapi resep keluarga adalah keunggulan yang membuat pelanggan lama setia; meniru pesaing menghilangkan pembeda.
• **Pernyataan 5** ✓ Program untuk pelanggan setia mempertahankan pasar yang sudah dimiliki.

Jawaban: pernyataan 2, 3, 5.

No. 17 Kunci: C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Bahasa pemasaran yang tepat: jujur (klaim sesuai bukti), santun (tidak merendahkan calon pembeli), jelas (harga dan cara pesan terbuka), dan memuat informasi yang menumbuhkan kepercayaan seperti izin edar.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✗ Informasi izin edar justru meningkatkan kepercayaan pembeli.
• **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: cara ini memang memancing chat, tetapi menyembunyikan harga membuat calon pembeli kesal dan tidak transparan.
• **Pernyataan 3** ✓ Kak Mira menyatakan sabunnya belum diuji untuk memutihkan; klaim "dijamin putih dalam 3 hari" menyesatkan.
• **Pernyataan 4** ✗ Bagian 2 merendahkan calon pembeli ("kamu jelek"); bahasa pemasaran harus santun.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• **Pernyataan 5** ✓ Produk belum diuji untuk semua jenis kulit; "100 %, tanpa efek samping" adalah klaim berlebihan.

Jawaban: pernyataan 3, 5.

No. 18 Kunci: E

Konsep: Pengarahan adalah fungsi manajemen untuk menggerakkan karyawan: menjelaskan, memberi contoh, melatih, dan memotivasi agar rencana dijalankan.

Langkah:

1. Perencanaan ada (standar layanan), pengorganisasian ada (area tanggung jawab).
2. Yang belum: membimbing dan melatih pramuniaga menjalankan standar → pengarahan.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Standar sudah ada; menambah poin tidak membuat pramuniaga memahaminya.
• **B.** ✗ Area tanggung jawab sudah dibagi.
• **C.** ✗ Jebakan: pengawasan memang perlu, tetapi memberi sanksi sebelum karyawan dijelaskan dan dilatih tidak adil dan tidak memperbaiki penyebabnya.
• **D.** ✗ Target penjualan tidak berkaitan dengan penerapan standar layanan.
• **E.** ✓ Menjelaskan dan melatih standar adalah pengarahan yang belum dilakukan.

Jawaban: E.

No. 19 Kunci: B, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Model arus melingkar dengan pemerintah: rumah tangga memberi faktor produksi dan menerima balas jasa; perusahaan memberi barang/jasa dan menerima pembayaran; rumah tangga dan perusahaan membayar pajak kepada pemerintah; pemerintah menyediakan barang dan jasa publik seperti jalan.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: gaji memang mengalir dari perusahaan ke rumah tangga, tetapi yang mengalir adalah uang (balas jasa tenaga kerja), bukan barang.
• **Pernyataan 2** ✓ Perusahaan membayar pajak kepada pemerintah.
• **Pernyataan 3** ✗ Jalan yang diperbaiki adalah jasa/barang publik yang dimanfaatkan masyarakat dan perusahaan, bukan uang yang diberikan kepada Dodi.
• **Pernyataan 4** ✓ Rumah tangga membayar barang yang dibeli dari perusahaan (warung).
• **Pernyataan 5** ✗ Arahnya terbalik: tenaga kerja mengalir dari rumah tangga ke perusahaan.

Jawaban: pernyataan 2, 4.

No. 20 Kunci: C

Konsep: Pertimbangan konsumen dapat terdiri atas syarat wajib (halal, anggaran, minimal pesan) dan kriteria pembanding (total biaya). Harga per unit yang murah belum tentu menghasilkan total biaya termurah.

Langkah:

1. Dapur Ibu: belum bersertifikat halal → gugur.
2. Barokah: wajib pesan 150 kotak → 150 × 22.000 = Rp3.300.000 > anggaran → gugur.
3. Citra: 120 × 23.500 + 100.000 = Rp2.920.000.
4. Eka Rasa: 120 × 24.000 + 0 = Rp2.880.000.
5. Flamboyan: 120 × 23.000 + 200.000 = Rp2.960.000.
6. Termurah yang memenuhi syarat: Eka Rasa (Rp2.880.000).

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: harga per kotaknya memang termurah di antara yang halal, tetapi minimal pesan 150

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

kotak membuat totalnya Rp3.300.000, melebihi anggaran.
• **B.** ✗ Jebakan: totalnya Rp2.670.000 memang paling murah, tetapi belum bersertifikat halal.
• **C.** ✓ Rp2.880.000, termurah di antara katering yang memenuhi semua syarat walaupun harga per kotaknya paling mahal.
• **D.** ✗ Total Citra Rp2.920.000, lebih mahal daripada Eka Rasa.
• **E.** ✗ Total Flamboyan Rp2.960.000, lebih mahal daripada Eka Rasa.

Jawaban: C.

No. 21 Kunci: D

Konsep: Buyer persona disusun dari data kebiasaan (kapan, dengan siapa, seberapa sering), kebutuhan, dan saluran informasi pelanggan. Data itu menentukan isi, waktu, dan saluran promosi.

Langkah:
1. Tujuan: menentukan isi, waktu, dan saluran promosi.
2. Data yang dibutuhkan: kebiasaan berkemah dan sumber informasi pelanggan.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Pertanyaan kepuasan berguna untuk evaluasi layanan, bukan untuk menggambarkan kebiasaan pelanggan.
• **B.** ✗ Hanya menggali harga satu produk.
• **C.** ✗ Jebakan: alasan memilih toko memang berguna, tetapi tidak menjelaskan kapan pelanggan aktif dan saluran mana yang mereka pakai.
• **D.** ✓ Menggali kebiasaan dan saluran informasi yang dibutuhkan untuk menentukan isi, waktu, dan saluran promosi.
• **E.** ✗ Pertanyaan diskon menggiring jawaban dan tidak menggambarkan karakteristik pelanggan.

Jawaban: D.

No. 22 Kunci: A

Konsep: Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan. Pada produk yang mutunya sulit dinilai (seperti madu), konsumen sering menilai mutu dari harga; harga yang jauh lebih murah dapat dipersepsikan sebagai mutu rendah.

Langkah:
1. Harga turun drastis, mutu tetap, tetapi penjualan turun.
2. Komentar pembeli: curiga madu campuran karena terlalu murah → persepsi.
3. Persepsi termasuk faktor psikologis.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✓ Komentar menunjukkan persepsi harga murah = mutu rendah.
• **B.** ✗ Harga justru turun, sehingga daya beli bukan penyebab turunnya penjualan.
• **C.** ✗ Jebakan: komentar memang muncul di media sosial, tetapi isinya adalah prasangka setiap pembeli tentang mutu, bukan pengaruh kelompok acuan.
• **D.** ✗ Kasus tidak menyebut kebiasaan membeli madu di apotek.
• **E.** ✗ Kasus tidak menyebut perubahan gaya hidup pembeli.

Jawaban: A.

No. 23 Kunci: B

Konsep: Efektivitas strategi komunikasi diukur sesuai tujuan. Bila tujuannya penjualan, ukurannya pembelian per biaya, bukan jumlah tayangan atau klik. Iklan yang menarik perhatian belum tentu mendorong pembelian.

Langkah:
1. Biaya sama: Rp500.000.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Pembelian: P = 9, Q = 18 → Q dua kali lebih banyak.
3. Biaya per pembelian: P = Rp55.556; Q ≈ Rp27.778.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Jebakan: tayangan dan klik P memang lebih banyak, tetapi pemilik mengukur pembelian, dan P hanya menghasilkan 9.
• **B.** ✓ Dengan biaya sama, Q menghasilkan 18 pembelian, dua kali P.
• **C.** ✗ Jebakan: biaya per klik P memang ±Rp556, lebih murah daripada Q (±Rp1.389), tetapi klik bukan ukuran yang dipakai pemilik.
• **D.** ✗ Biaya kedua versi sama (Rp500.000); jumlah tayangan tidak membuat Q lebih hemat.
• **E.** ✗ Biaya sama tetapi hasilnya berbeda, sehingga efektivitasnya tidak sama.

Jawaban: B.

No. 24 Kunci: 1S 2S 3B

Konsep: Tahapan keputusan pembelian: pengenalan kebutuhan (dapat dipicu rangsangan luar seperti iklan) → pencarian informasi (ulasan, tetangga) → evaluasi alternatif (membandingkan merek dengan kriteria) → keputusan pembelian → perilaku pascapembelian.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1 → Salah.** Jebakan: iklan memang memberi informasi, tetapi dalam kasus ini iklan membuat Bu Lina baru menyadari kebutuhannya, sehingga memicu pengenalan kebutuhan.
• **Pernyataan 2 → Salah.** Bertanya kepada tetangga adalah mencari informasi; evaluasi alternatif terjadi saat ia membandingkan tiga merek dengan kriteria tertentu.
• **Pernyataan 3 → Benar.** Luas ruangan, harga, dan biaya filter adalah kriteria untuk membandingkan merek.

Jawaban: Salah, Salah, Benar.

No. 25 Kunci: A, C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Menanggapi keberatan dengan pelayanan prima: pahami inti keberatan, beri bukti yang jujur, dan kurangi risiko bagi pelanggan (sampel, jaminan). Hindari klaim yang dilebih-lebihkan dan potongan harga yang tidak menjawab keberatan.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1** ✓ Sampel mengurangi risiko bagi calon pelanggan untuk mencoba.
• **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: bukti sosial memang meyakinkan, tetapi melebih-lebihkan jumlah pelanggan adalah kebohongan.
• **Pernyataan 3** ✓ Menjawab langsung kekhawatiran tentang konsistensi rasa dengan bukti.
• **Pernyataan 4** ✗ Potongan harga tidak menjawab keberatan; pemilik kafe tetap ragu tentang mutunya.
• **Pernyataan 5** ✓ Jaminan mengurangi risiko bagi pembeli dan menunjukkan keyakinan penjual pada mutunya.

Jawaban: pernyataan 1, 3, 5.

Simulasi 2 — Prediksi TKA 2026

No. 1 Kunci: 1S 2B 3S

Konsep: Uji coba pasar yang sah hanya mengubah satu hal yang ingin diuji (misalnya resep), sedangkan hal lain (lokasi, harga, waktu) dibuat sama. Bila beberapa hal berubah sekaligus, kesimpulan tentang penyebabnya tidak dapat dipastikan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Langkah:

1. Yang sama: harga dan jam berjualan.
2. Yang berbeda: lokasi DAN resep.
3. Kesimpulan tentang resep belum dapat diambil.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1 → Salah.** Jebakan: penjualan memang naik, tetapi lokasi juga berubah, sehingga kenaikan belum tentu karena resep.

• **Pernyataan 2 → Benar.** Dua hal berubah sekaligus (lokasi dan resep), sehingga pengaruh masing-masing tidak dapat dipisahkan.

• **Pernyataan 3 → Salah.** Justru sebaliknya: kedua resep diuji di lokasi yang sama dan waktu yang setara, sehingga hanya resep yang berbeda.

Jawaban: Salah, Benar, Salah.

No. 2 Kunci: B

Konsep: Nilai pelanggan adalah perbandingan antara manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan. Pelanggan mau membayar lebih bila manfaatnya (cepat, dibantu desain, jaminan ganti) dinilai sepadan.

Langkah:

1. Harga lebih mahal Rp5.000.
2. Manfaat tambahan: selesai sehari, bantuan desain, kaos cacat diganti.
3. Pelanggan bertambah → manfaat dinilai sepadan dengan harga.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Kasus tidak menyebut lokasi; usaha sablon lain pun berada di dekatnya.

• **B.** ✓ Manfaat tambahan (selesai sehari, bantuan desain, jaminan ganti) membuat harga yang lebih tinggi tetap dinilai layak.

• **C.** ✗ Jebakan: unit usaha sekolah memang sering didukung, tetapi pelanggan menyebut alasan layanan, bukan rasa kasihan.

• **D.** ✗ Jebakan: mutu bahan memang dapat menjadi alasan, tetapi kasus tidak menyebut perbedaan bahan; yang disebut pelanggan adalah layanannya.

• **E.** ✗ Harga pasaran justru lebih murah Rp5.000, sehingga Rp65.000 bukan harga pasaran.

Jawaban: B.

No. 3 Kunci: C

Konsep: Strategi pemasaran berbasis data memilih segmen sesuai tujuan. Bila tujuannya segmen dengan pendapatan terbesar, yang dihitung adalah jumlah pembeli × rata-rata belanja, bukan salah satunya saja.

Langkah:

1. Orang tua siswa SD: 400 × 25.000 = Rp10.000.000.
2. Siswa SMP–SMA: 600 × 15.000 = Rp9.000.000.
3. Mahasiswa: 150 × 40.000 = Rp6.000.000.
4. Kantor: 20 × 400.000 = Rp8.000.000.
5. Terbesar: orang tua siswa SD.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: pembelinya memang terbanyak, tetapi pendapatannya Rp9.000.000, di bawah orang tua siswa SD.

• **B.** ✗ Jebakan: belanja per pembeli memang terbesar, tetapi pembelinya hanya 20 sehingga pendapatannya Rp8.000.000.

• **C.** ✓ Pendapatan Rp10.000.000, terbesar dari keempat segmen.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- **D.** ✗ Pendapatan mahasiswa hanya Rp6.000.000.
- **E.** ✗ Salah hitung: pendapatan SMP–SMA Rp9.000.000, bukan yang terbesar.

Jawaban: C.

No. 4 Kunci: B, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pasar industri membeli untuk produksi: jumlahnya besar dan rutin, harga disepakati lewat kontrak, mutu harus seragam, dan permintaannya merupakan permintaan turunan (bergantung pada permintaan produk akhir).

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: harga memang penting bagi pabrik, tetapi ukuran yang tidak seragam mengganggu takaran adonan, dan pabrik sudah meminta ukuran seragam.
- **Pernyataan 2** ✓ Produksi roti berjalan rutin; kekurangan telur menghentikan produksi.
- **Pernyataan 3** ✗ Jebakan: kontraknya memang tetap per minggu, tetapi permintaan pabrik adalah permintaan turunan; bila penjualan roti naik atau turun, kebutuhan telurnya ikut berubah.
- **Pernyataan 4** ✓ Pembelian besar dan rutin lazim memakai harga kontrak.
- **Pernyataan 5** ✓ Pabrik membutuhkan bahan dengan mutu yang seragam agar produknya konsisten.

Jawaban: pernyataan 2, 4, 5.

No. 5 Kunci: A

Konsep: Riset pasar dipilih sesuai tujuan. Untuk mengetahui perilaku nyata pada waktu tertentu, pengamatan (observasi) langsung pada waktu kejadian memberi data paling sesuai.

Langkah:

1. Masalah: pembeli batal pada sore hari di dekat kasir.
2. Data yang dibutuhkan: lama antre dan jumlah yang batal pada jam itu.
3. Cara yang langsung menjawab: mengamati dan mencatat setiap sore selama beberapa hari.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✓ Pengamatan pada waktu kejadian memberi data nyata tentang antrean dan pembeli yang batal.
- **B.** ✗ Jebakan: caranya tepat, tetapi masalah terjadi pada sore hari, bukan pagi hari.
- **C.** ✗ Jebakan: waktunya tepat, tetapi yang ditanya pembeli yang jadi membayar, padahal yang ingin diketahui adalah pembeli yang batal.
- **D.** ✗ Perkiraan kasir bukan data yang dicatat, dan dapat bias.
- **E.** ✗ Membeli mesin adalah keputusan perbaikan sebelum penyebabnya diketahui; toko bahkan sudah punya dua mesin.

Jawaban: A.

No. 6 Kunci: A

Konsep: Peluang usaha dipilih bila ada kebutuhan pasar yang cukup DAN sesuai kemampuan pelaku usaha (keterampilan, waktu, modal).

Langkah:

1. Desain logo: tim belum mampu → gugur.
2. Admin media sosial: butuh 3–4 jam setiap hari, padahal tim hanya bisa sekitar 2 jam di sore hari → gugur.
3. Antar barang: Senin–Jumat pukul 07.00–15.00, saat siswa bersekolah → gugur.
4. Foto produk: kebutuhan terbanyak (28), tim terlatih, waktunya bisa akhir pekan → dipilih.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✓ Kebutuhan terbanyak, tim terlatih, dan waktunya sesuai.
- **B.** ✗ Jebakan: kebutuhannya besar dan tim terlatih, tetapi butuh 3–4 jam setiap hari.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

- **C.** ✗ Tim belum mampu membuat logo.
- **D.** ✗ Jam kerjanya bentrok dengan jam sekolah.
- **E.** ✗ Jasa admin tetap butuh waktu harian yang tidak dimiliki tim.

Jawaban: A.

No. 7 Kunci: 1S 2S 3B

Konsep: Faktor budaya mencakup adat, nilai, dan tradisi; faktor sosial mencakup keluarga, kelompok acuan, serta peran dan status; faktor pribadi mencakup usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, dan gaya hidup; faktor psikologis mencakup motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan.

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1 → Salah.** Jebakan: acaranya memang milik keluarga, tetapi kewajiban memberi ulos berasal dari adat, sehingga termasuk faktor budaya.
- **Pernyataan 2 → Salah.** Saran dari anggota keluarga adalah pengaruh keluarga/kelompok acuan, sehingga termasuk faktor sosial.
- **Pernyataan 3 → Benar.** Keadaan ekonomi termasuk faktor pribadi.

Jawaban: Salah, Salah, Benar.

No. 8 Kunci: B, C

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pelaku ekonomi: rumah tangga (konsumen dan pemilik faktor produksi), perusahaan (produsen dan perantara seperti ritel), koperasi (menghimpun dan memasarkan hasil anggota), dan pemerintah. Setiap pelaku memengaruhi rantai pemasaran.

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: koperasi memang membeli sayuran, tetapi untuk dijual kembali, bukan untuk dipakai sendiri.
- **Pernyataan 2** ✓ Koperasi menghimpun hasil anggota sehingga posisi tawarnya lebih kuat.
- **Pernyataan 3** ✓ Perusahaan ritel adalah perantara antara produsen dan konsumen akhir.
- **Pernyataan 4** ✗ Keluarga di kota adalah rumah tangga konsumen.
- **Pernyataan 5** ✗ Koperasi menyortir untuk supermarket; mutu yang buruk membuat sayuran petani ditolak.

Jawaban: pernyataan 2, 3.

No. 9 Kunci: A

Konsep: Pada tahap pencarian informasi, konsumen sudah menyadari kebutuhannya dan sedang mengumpulkan informasi. Penjual yang membantu paling baik adalah yang memberi informasi lengkap, jelas, dan jujur sesuai pertanyaan.

Langkah:

1. Kebutuhan sudah disadari (toko panas, ingin AC).
2. Pak Herman bertanya ukuran, daya, dan biaya → sedang mencari informasi.
3. Respons tepat: informasi lengkap sesuai pertanyaannya.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✓ Menjawab semua pertanyaan Pak Herman pada tahap ia mencari informasi.
- **B.** ✗ Jebakan: diskon memang mendorong pembelian, tetapi Pak Herman belum tahu AC mana yang cocok sehingga belum siap memutuskan.
- **C.** ✗ Pak Herman sudah menyadari kebutuhannya, sehingga penjelasan itu tidak menjawab pertanyaannya.
- **D.** ✗ Jebakan: informasi purnajual memang berguna, tetapi baru relevan setelah membeli, dan tidak menjawab pertanyaan ukuran, daya, dan biaya pasang.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• **E.** ✗ Pak Herman belum sampai membandingkan; menyarankan yang termahal tanpa menjawab pertanyaannya tidak membantu.

Jawaban: A.

No. 10 Kunci: D

Konsep: Pengawasan meliputi tiga langkah: mengukur hasil, membandingkan dengan rencana, dan mengambil tindakan perbaikan bila ada penyimpangan. Tanpa tindakan perbaikan, pengawasan belum lengkap.

Langkah:

1. Perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan sudah berjalan.
2. Pengukuran dan perbandingan sudah dilakukan setiap minggu.
3. Yang belum: mencari penyebab dan mengambil tindakan perbaikan → bagian dari pengawasan.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: menurunkan target membuat angka tampak tercapai, tetapi penyebab penjualan rendah tidak dicari.
• **B.** ✗ Pembagian tugas sudah jelas; menukar tugas tidak menjawab penyebab penjualan rendah.
• **C.** ✗ Jebakan: pembandingan sudah dilakukan; lebih sering membandingkan tanpa tindakan tetap tidak memperbaiki keadaan.
• **D.** ✓ Melengkapi pengawasan dengan tindakan perbaikan.
• **E.** ✗ Pengarahan sudah dilakukan; hadiah tidak menjawab penyebab penjualan di bawah target.

Jawaban: D.

No. 11 Kunci: B

Konsep: Di marketplace, calon pembeli memutuskan mengeklik dari tampilan singkat: foto, judul, harga, dan rating. Judul yang lengkap (jenis, berat, keunggulan) dan foto yang jelas membuat produk lebih mudah ditemukan dan menarik untuk diklik.

Langkah:

1. Harga toko kami (Rp25.000) sudah setara dengan pesaing (Rp24.000–Rp29.000).
2. Rating toko kami tertinggi (4,9).
3. Kelemahan yang terlihat: judul hanya "Sambal enak" tanpa berat dan keunggulan, foto gelap.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: harga murah memang menarik, tetapi harga toko kami sudah setara pesaing; masalah yang terlihat ada pada judul dan foto.
• **B.** ✓ Memperbaiki dua kelemahan yang terlihat di gambar dengan biaya hampir nol.
• **C.** ✗ Nama dan logo toko tidak tampak pada kartu hasil pencarian, sehingga tidak memengaruhi klik.
• **D.** ✗ Menambah varian tidak memperbaiki judul dan foto yang membuat produk sepi klik.
• **E.** ✗ Jebakan: iklan memang menaikkan posisi, tetapi berbiaya, dan tampilan yang lemah tetap membuat calon pembeli enggan mengeklik.

Jawaban: B.

No. 12 Kunci: C

Konsep: Kerja sama tim berarti mengutamakan tujuan bersama: saling membantu, berbagi pengetahuan, dan tidak bersaing secara tidak sehat dengan rekan sendiri.

Langkah:

1. Target yang dikejar adalah target tim.
2. Rekan kewalahan → membantu dan berbagi cara yang berhasil.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Target tim belum tercapai, sehingga beristirahat mengabaikan tujuan bersama.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• **B.** ✗ Persaingan tidak sehat merusak kerja sama tim.
• **C.** ✓ Membantu dan berbagi cara mendukung tercapainya target tim.
• **D.** ✗ Masalahnya antrean yang banyak, bukan kesalahan Yudi.
• **E.** ✗ Jebakan: menunggu arahan tampak tertib, tetapi kerja sama yang baik muncul dari inisiatif saat rekan kewalahan.

Jawaban: C.

No. 13 Kunci: C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Transisi digital dilakukan bertahap: karyawan dilatih lebih dulu, cara lama tetap tersedia bagi pelanggan yang belum siap, dan data pelanggan dijaga kerahasiaannya.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: biaya memang turun, tetapi pelanggan lansia yang belum terbiasa dapat kecewa dan pindah ke laundry lain.
• **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: belajar sambil bekerja memang cepat, tetapi pada jam ramai kesalahan pencatatan langsung merugikan pelanggan.
• **Pernyataan 3** ✓ Peralihan bertahap menjaga pelanggan yang belum siap.
• **Pernyataan 4** ✗ Pesan promosi setiap hari mengganggu dan dapat membuat pelanggan memblokir nomor laundry.
• **Pernyataan 5** ✓ Pelatihan membuat karyawan siap memakai alat baru.

Jawaban: pernyataan 3, 5.

No. 14 Kunci: B

Konsep: Kelangkaan waktu memaksa orang memilih. Biaya peluang adalah nilai dari alternatif terbaik yang dikorbankan karena memilih satu kegiatan.

Langkah:
1. Pilihan Rio: menjaga stan (Rp150.000).
2. Alternatif yang dikorbankan: memotret produk (Rp200.000) dan membantu toko (Rp100.000).
3. Alternatif terbaik yang dikorbankan: Rp200.000.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Rp150.000 adalah penghasilan pilihan Rio sendiri, bukan yang dikorbankan.
• **B.** ✓ Nilai alternatif terbaik yang tidak dipilih adalah Rp200.000.
• **C.** ✗ Jebakan: Rp200.000 + Rp100.000 menjumlahkan semua alternatif, padahal Rio hanya dapat memilih satu kegiatan.
• **D.** ✗ Rp50.000 adalah selisih antara memotret produk dan menjaga stan, bukan biaya peluang.
• **E.** ✗ Rp100.000 adalah alternatif yang paling kecil.

Jawaban: B.

No. 15 Kunci: A, B, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: K3 dalam mengangkat beban: gunakan alat bantu, angkat dengan menekuk lutut dan punggung tegak, hindari beban berlebihan, dan simpan barang berat di tempat rendah. APD tidak menggantikan cara kerja yang aman.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1** ✓ Teknik mengangkat yang benar memindahkan beban ke otot kaki, bukan punggung.
• **Pernyataan 2** ✓ Alat bantu mengurangi beban angkat.
• **Pernyataan 3** ✗ Beban ±38 kg sekaligus memperbesar risiko cedera punggung.
• **Pernyataan 4** ✓ Mengangkat barang berat setinggi bahu memperbesar beban pada punggung dan

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

bahu.

• **Pernyataan 5** ✗ Jebakan: sabuk punggung tampak melindungi, tetapi tidak menggantikan teknik mengangkat yang benar.

Jawaban: pernyataan 1, 2, 4.

No. 16 Kunci: E

Konsep: Pertolongan pertama luka bakar ringan: dinginkan dengan air mengalir bersuhu biasa (bukan es) selama sekitar 20 menit, lalu tutup longgar dengan kain bersih atau kasa. Pasta gigi, mentega, dan minyak tidak boleh dioleskan karena menahan panas dan dapat menyebabkan infeksi.

Langkah:

1. Luka bakar ringan: kulit merah, perih, tidak melepuh luas.
2. Langkah pertama: alirkan air bersuhu biasa sekitar 20 menit.
3. Setelah itu: tutup longgar dengan kasa bersih; bila memburuk, rujuk ke fasilitas kesehatan.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: pasta gigi terasa dingin, tetapi justru menahan panas dan dapat menimbulkan infeksi.
• **B.** ✗ Jebakan: es memang dingin, tetapi dapat merusak jaringan kulit yang sudah terluka.
• **C.** ✗ Mentega menahan panas di kulit dan dapat menimbulkan infeksi.
• **D.** ✗ Luka perlu didinginkan dulu, lalu ditutup longgar, bukan rapat.
• **E.** ✓ Air mengalir bersuhu biasa menurunkan panas kulit dengan aman.

Jawaban: E.

No. 17 Kunci: E

Konsep: Kelebihan pemasaran konvensional tatap muka: calon pembeli dapat melihat, mencoba, dan bertanya secara langsung, sehingga keraguan cepat terjawab. Kekurangannya: jangkauan terbatas dan hasil sulit diukur.

Langkah:

1. Peserta melihat peragaan, mencicipi, dan bertanya langsung.
2. Keraguan terjawab di tempat → banyak yang langsung memesan.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jangkauan terbatas pada peserta acara yang hadir.
• **B.** ✗ Jebakan: jumlah peserta memang tercatat, tetapi tidak menunjukkan berapa yang membeli karena peragaan.
• **C.** ✗ Peragaan tetap membutuhkan bahan masakan dan waktu.
• **D.** ✗ Kasus tidak menyebut harga yang lebih murah.
• **E.** ✓ Peragaan dan tanya jawab langsung adalah kelebihan pemasaran tatap muka.

Jawaban: E.

No. 18 Kunci: A, C, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Perencanaan karier jangka panjang: menetapkan tujuan, memilih jalur yang sesuai keadaan (kebutuhan penghasilan, keinginan kuliah), mengembangkan kemampuan yang dibutuhkan jabatan tujuan, dan mengumpulkan bukti prestasi.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Dimas mendapat penghasilan, pengalaman, dan pendidikan sekaligus.
• **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: fokus belajar memang baik, tetapi Dimas butuh penghasilan dan pengalaman kerja untuk naik jabatan.
• **Pernyataan 3** ✓ Catatan prestasi menjadi bukti kemampuan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• **Pernyataan 4** ✓ Kepemimpinan adalah kemampuan utama seorang supervisor.
• **Pernyataan 5** ✓ Masukan membantu Dimas menyusun rencana pengembangan diri.

Jawaban: pernyataan 1, 3, 4, 5.

No. 19 Kunci: 1B 2B 3S

Konsep: Standar penampilan dan budaya kerja kasir meliputi seragam rapi, tanda nama, kebersihan diri, sikap ramah, komunikasi yang jelas, dan fokus melayani pelanggan.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1 → Benar.** Seragam bersih dan tanda nama sesuai aturan toko.
• **Pernyataan 2 → Benar.** Sikap ramah sesuai aturan toko tetap dijaga saat ramai.
• **Pernyataan 3 → Salah.** Jebakan: penelepon memang mendesak, tetapi aturan toko melarang ponsel pribadi saat melayani; antrean makin lama, dan telepon dapat dibalas saat istirahat.

Jawaban: Benar, Benar, Salah.

No. 20 Kunci: D

Konsep: Telemarketer menghubungi pelanggan atau calon pelanggan lewat telepon untuk menawarkan produk atau layanan. Customer service menerima dan menangani pertanyaan atau keluhan yang datang dari pelanggan.

Langkah:
1. Rina yang menelepon pelanggan untuk menawarkan promo → telemarketer.
2. Keluhan yang masuk ditangani bagian lain → bukan customer service.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Tenaga penjual lapangan mendatangi pelanggan, bukan menelepon dari kantor.
• **B.** ✗ Kasir menerima pembayaran.
• **C.** ✗ Merchandiser menata produk dan materi promosi.
• **D.** ✓ Rina menawarkan layanan lewat telepon kepada pelanggan.
• **E.** ✗ Jebakan: Rina memang berhubungan dengan pelanggan lewat telepon, tetapi ia menawarkan layanan, sedangkan keluhan yang masuk ditangani rekannya.

Jawaban: D.

No. 21 Kunci: C

Konsep: Buyer persona untuk pelanggan usaha juga memuat waktu luang, saluran komunikasi, dan syarat pembelian. Promosi yang efektif memenuhi semuanya sekaligus.

Langkah:
1. Saluran: WhatsApp (tidak aktif di media sosial).
2. Waktu: sore hari (pagi sangat sibuk).
3. Kebutuhan: diantar dan bayar tempo seminggu.
4. Hanya satu pilihan yang memenuhi ketiganya.

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Pak Jumadi tidak aktif di media sosial, dan pagi hari ia sangat sibuk.
• **B.** ✗ Jebakan: katalog dan layanan antar memang sesuai, tetapi pukul 07.00 adalah jam tersibuk Pak Jumadi.
• **C.** ✓ Saluran, waktu, dan penawarannya sesuai dengan semua ciri persona.
• **D.** ✗ Jebakan: saluran dan waktunya sesuai, tetapi Pak Jumadi mementingkan bayar tempo, bukan tunai di muka.
• **E.** ✗ Pameran di mal tidak sesuai dengan kesibukan dan kebutuhan pemilik warung.

Jawaban: C.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 22 Kunci: E

Konsep: Konsumen cermat membaca label: memeriksa syarat (kandungan gula) lebih dulu, lalu membandingkan harga per satuan pakai (per sajian), bukan harga per kemasan.

Langkah:

1. Gula ≤ 5 g per sajian: Q (4 g) dan R (5 g) memenuhi; P (9 g) gugur.
2. Harga per sajian Q: Rp52.000 ÷ 20 = Rp2.600.
3. Harga per sajian R: Rp30.000 ÷ 10 = Rp3.000.
4. Cek ulang: Rp2.600 < Rp3.000 → Q.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Gula P 9 g per sajian, melebihi saran dokter.
- **B.** ✗ Jebakan: harga per kemasan R memang termurah, tetapi per sajian Rp3.000, lebih mahal daripada Q.
- **C.** ✗ Takaran saji besar tidak berarti lebih hemat, dan gulanya melebihi batas.
- **D.** ✗ Jebakan: gula R memang sesuai, tetapi "termurah" hanya per kemasan; per sajian R Rp3.000, lebih mahal daripada Q (Rp2.600).
- **E.** ✓ Gula Q 4 g (sesuai) dan harga per sajian Rp2.600, termurah di antara yang memenuhi syarat.

Jawaban: E.

No. 23 Kunci: D

Konsep: Pelayanan prima saat terjadi kesalahan: akui dan minta maaf, selesaikan masalah pelanggan secepatnya, lalu beri kompensasi yang sepadan. Kompensasi tidak menggantikan penyelesaian masalah yang sedang dialami pelanggan.

Langkah:

1. Kesalahan berasal dari dapur katering.
2. Masalah pelanggan saat itu: sepuluh peserta belum makan.
3. Dapur dekat dan bahan ada → kekurangan bisa diantar segera.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Pengecekan sudah menunjukkan kesalahan ada di dapur; meminta pelanggan menghitung ulang membuatnya makin kesal.
- **B.** ✗ Jebakan: permintaan maaf dan kiriman gratis sudah baik, tetapi rapat sedang berlangsung, sehingga kiriman berikutnya tidak menolong.
- **C.** ✗ Jebakan: potongan dan voucher memang ganti rugi, tetapi sepuluh peserta tetap belum makan sekarang.
- **D.** ✓ Masalah diselesaikan segera, dan tagihan disesuaikan atas kesalahan katering.
- **E.** ✗ Jebakan: masalahnya terselesaikan, tetapi membebankan ongkos tambahan atas kesalahan katering sendiri tidak sesuai pelayanan prima.

Jawaban: D.

No. 24 Kunci: B, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: AIDA dalam penjualan tatap muka: Attention (menyapa dan menarik perhatian), Interest (informasi produk), Desire (membangkitkan keinginan merasakan manfaat), dan Action (ajakan membeli dengan cara yang jelas).

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: bagian (1) memang berisi ajakan, tetapi fungsinya menarik perhatian pengunjung yang lewat (Attention); Action adalah ajakan membeli di bagian (4).
- **Pernyataan 2** ✓ Bahan dan cara penyajian membuat pengunjung tertarik mengetahui produk.
- **Pernyataan 3** ✗ Bagian (3) membuat pengunjung membayangkan manfaatnya, sehingga termasuk

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Desire.

• **Pernyataan 4** ✗ Bagian (4) sudah berisi ajakan membeli beserta caranya.

• **Pernyataan 5** ✓ Bagian (1)–(4) berturut-turut A, I, D, A.

Jawaban: pernyataan 2, 5.

No. 25 Kunci: A, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Sinyal membeli berupa pertanyaan atau tindakan yang menunjukkan calon pelanggan membayangkan memiliki produk: menanyakan cara bayar, uang muka, waktu tersedia, atau meminta mencoba produk.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Menanyakan cara bayar adalah sinyal membeli yang kuat.

• **Pernyataan 2** ✗ Ia sedang berteduh, belum menunjukkan minat pada produk.

• **Pernyataan 3** ✗ Jebakan: mengambil brosur menunjukkan minat, tetapi rencana membeli tahun depan menunjukkan ia belum siap membeli sekarang.

• **Pernyataan 4** ✓ Menanyakan waktu ketersediaan berarti ia sudah merencanakan pembelian.

• **Pernyataan 5** ✓ Uji kendara menunjukkan ia sedang memastikan pilihannya.

Jawaban: pernyataan 1, 4, 5.

Simulasi 3 — Prediksi TKA 2026

No. 1 Kunci: C

Konsep: Peluang usaha bidang pemasaran dapat berupa perantara (agen/reseller) yang mendekatkan barang kepada pembeli. Peluang dipilih sesuai kebutuhan yang dikeluhkan, kebiasaan berbelanja pasar, dan kemampuan modal.

Langkah:

1. Kebutuhan: pupuk organik dan alat semprot sulit didapat.
2. Kebiasaan: memesan lewat ketua kelompok tani, jarang belanja daring.
3. Modal kecil → menjadi agen dengan layanan antar ke kelompok tani.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Toko lengkap membutuhkan modal jauh di atas Rp4 juta, dan pinjaman menambah risiko.

• **B.** ✗ Jebakan: barangnya tepat, tetapi petani jarang berbelanja daring dan biasa memesan lewat ketua kelompok tani.

• **C.** ✓ Menjawab kebutuhan, sesuai kebiasaan memesan lewat kelompok tani, dan bermodal kecil.

• **D.** ✗ Jebakan: barangnya tepat, tetapi lokasinya justru lebih jauh daripada toko yang sudah ada (15 km).

• **E.** ✗ Traktor bukan kebutuhan yang dikeluhkan, dan modalnya besar.

Jawaban: C.

No. 2 Kunci: B

Konsep: Pembeli pasar industri (kontraktor) membeli untuk proyek: jumlah besar, jadwal ketat, dan pembayaran berdasarkan tagihan. Layanan yang tepat menjamin harga sesuai volume, ketepatan waktu kirim, dan administrasi yang rapi.

Langkah:

1. Keluhan: semen terlambat sehingga pengecoran tertunda.
2. Kebiasaan bayar: setelah tagihan bulanan.
3. Layanan yang menjawab: harga proyek, kirim sesuai jadwal pengecoran, tagihan bulanan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: jadwal dan tagihan sudah tepat, tetapi kontraktor membeli ratusan sak dan membandingkan harga per sak; harga eceran tidak bersaing.
• **B.** ✓ Menjawab ketiga kebutuhan kontraktor: harga sesuai volume, ketepatan jadwal, dan cara bayar.
• **C.** ✗ Jebakan: harga dan tagihan tepat, tetapi kiriman saat armada kosong justru menyebabkan pengecoran tertunda.
• **D.** ✗ Harga dan jadwal tepat, tetapi kontraktor biasa membayar setelah tagihan bulanan.
• **E.** ✗ Hadiah menarik pembeli eceran; kontraktor membandingkan harga per sak.

Jawaban: B.

No. 3 Kunci: B, C

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Data riset dimanfaatkan dengan mengubah jumlah menjadi persentase, lalu memprioritaskan perbaikan pada alasan terbesar. Responden harus sesuai dengan pertanyaan riset.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: harga memang disebut, tetapi hanya oleh 5 dari 50 responden (10 %).
• **Pernyataan 2** ✓ 21 ÷ 50 × 100 % = 42 %.
• **Pernyataan 3** ✓ 12 ÷ 50 × 100 % = 24 %, sekitar seperempat.
• **Pernyataan 4** ✗ 9 ÷ 50 × 100 % = 18 %, jauh dari separuh.
• **Pernyataan 5** ✗ Justru calon pembeli yang batal adalah kelompok yang tepat untuk mengetahui alasan pembatalan.

Jawaban: pernyataan 2, 3.

No. 4 Kunci: A

Konsep: Transisi ke penjualan digital menuntut penyesuaian: produk harus layak dikirim, tampilan (foto, deskripsi) harus jelas, dan harga harus memperhitungkan biaya baru seperti komisi aplikasi.

Langkah:

1. Masalah produk: kuah mudah tumpah, kerupuk melempem → kemasan/menu khusus.
2. Tampilan: pembeli memilih dari foto.
3. Biaya: komisi 20 % harus diperhitungkan dalam harga.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✓ Menjawab tiga hal yang berubah: daya tahan kiriman, tampilan, dan biaya komisi.
• **B.** ✗ Jebakan: pilihan memang banyak, tetapi soto berkuah dan kerupuk mudah rusak dikirim, dan komisi 20 % tidak diperhitungkan.
• **C.** ✗ Harga di bawah harga warung, ditambah komisi 20 %, berisiko rugi.
• **D.** ✗ Jebakan: menu dan harga sudah tepat, tetapi pembeli di aplikasi memilih dari foto.
• **E.** ✗ Jebakan: tiga hal pertama tepat, tetapi menutup layanan makan di tempat membuang pelanggan yang sudah ada.

Jawaban: A.

No. 5 Kunci: D

Konsep: Pemasaran afiliasi memberi komisi kepada kreator atau mitra hanya bila terjadi penjualan dari tautan atau kodenya. Cara ini cocok bagi usaha dengan dana kecil yang ingin biaya promosi sebanding dengan hasil.

Langkah:

1. Batasan: dana kecil dan biaya hanya bila ada penjualan.
2. Pilihan yang dibayar per penjualan: program afiliasi.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Biaya dibayar di muka tanpa jaminan penjualan.

• **B.** ✗ Jebakan: anggarannya memang kecil dan dapat dihentikan, tetapi biaya tetap keluar walaupun belum ada penjualan.

• **C.** ✗ Undian menambah pengikut, tetapi hadiahnya tetap menjadi biaya tanpa jaminan penjualan.

• **D.** ✓ Komisi hanya dibayar untuk barang yang benar-benar terjual.

• **E.** ✗ Diskon besar mengurangi laba setiap penjualan, termasuk dari pembeli lama yang tetap akan membeli.

Jawaban: D.

No. 6 Kunci: A, B, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Profesi pemasaran di UMKM antara lain reseller (membeli lalu menjual kembali), tenaga penjual lapangan (mendatangi pelanggan), admin marketplace (mengelola toko daring), dan kasir (mengurus pembayaran).

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Reseller adalah mitra yang membeli lalu menjual kembali.

• **Pernyataan 2** ✓ Itulah tugas tenaga penjual lapangan.

• **Pernyataan 3** ✗ Jebakan: kasir memang bekerja di showroom, tetapi mengunggah produk adalah tugas admin marketplace.

• **Pernyataan 4** ✓ Itulah tugas pokok admin marketplace.

• **Pernyataan 5** ✓ Itulah tugas pokok kasir.

Jawaban: pernyataan 1, 2, 4, 5.

No. 7 Kunci: A, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Orientasi usaha: produksi (efisiensi dan jumlah), produk (mutu menurut penjual), penjualan (mendorong pembelian), dan pemasaran (memenuhi kebutuhan serta menjaga kepuasan pelanggan dalam jangka panjang).

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✓ Saran produk didasarkan pada kebutuhan pelanggan yang sebenarnya.

• **Pernyataan 2** ✗ Jebakan: mutunya memang baik, tetapi menawarkan produk yang sama kepada semua pelanggan tanpa melihat kebutuhannya adalah orientasi produk/penjualan.

• **Pernyataan 3** ✗ Mengutamakan efisiensi produksi tanpa melihat selera pelanggan adalah orientasi produksi.

• **Pernyataan 4** ✓ Menjaga kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

• **Pernyataan 5** ✓ Produk disesuaikan dengan kebutuhan yang disampaikan pelanggan.

Jawaban: pernyataan 1, 4, 5.

No. 8 Kunci: E

Konsep: Strategi berbasis data membandingkan laba per unit setiap saluran dan kemampuan saluran menyerap barang. Saluran dengan laba per unit terbesar diisi lebih dulu sampai daya serapnya habis, lalu sisanya ke saluran terbaik berikutnya.

Langkah:

1. Laba per bungkus: toko 15.000 − 9.000 = Rp6.000; warung 15.000 − 3.000 − 9.000 = Rp3.000; marketplace 17.000 − 4.500 − 9.000 = Rp3.500; reseller 12.000 − 9.000 = Rp3.000.
2. Isi dulu saluran dengan laba per bungkus terbesar: toko sendiri, sampai daya serapnya 120 bungkus → 120 × 6.000 = Rp720.000.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

3. Sisa 180 bungkus ke saluran terbaik berikutnya (marketplace): 180 × 3.500 = Rp630.000.
4. Total Rp1.350.000, lebih besar daripada marketplace saja (Rp1.050.000) atau reseller/warung saja (Rp900.000).

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: kedua saluran sudah tepat, tetapi toko sendiri (laba Rp6.000) hanya diisi 100 padahal mampu menyerap 120: 200 × 3.500 + 100 × 6.000 = Rp1.300.000.
• **B.** ✗ Toko sendiri sudah penuh, tetapi sisanya ke reseller (Rp3.000): 720.000 + 180 × 3.000 = Rp1.260.000.
• **C.** ✗ Jebakan: harga jual tertinggi belum dikurangi biaya Rp4.500; laba totalnya 300 × 3.500 = Rp1.050.000.
• **D.** ✗ Sisa ke warung (laba Rp3.000): 720.000 + 540.000 = Rp1.260.000.
• **E.** ✓ Total laba Rp1.350.000, terbesar dari semua pilihan.

Jawaban: E.

No. 9 Kunci: E

Konsep: Perencanaan karier mencocokkan minat dan kompetensi dengan tuntutan pekerjaan. Bidang pemasaran juga memiliki pekerjaan kreatif, seperti desain materi promosi dan penataan pajangan.

Langkah:

1. Kekuatan: merancang label, poster, menata pajangan, memadukan warna.
2. Kurang nyaman: mengejar target dengan menawarkan kepada orang asing.
3. Pekerjaan yang sesuai: desain materi promosi dan penataan pajangan.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Menuntut menawarkan kepada orang asing dengan target harian.
• **B.** ✗ Pekerjaan kasir tidak memakai kemampuan desainnya.
• **C.** ✗ Menuntut menawarkan langsung kepada pemilik toko.
• **D.** ✗ Jebakan: tidak bertatap muka, tetapi tetap menawarkan kepada orang yang belum dikenal dengan target.
• **E.** ✓ Sesuai dengan kemampuan dan minat Putri.

Jawaban: E.

No. 10 Kunci: 1S 2B 3B

Konsep: Pemasaran konvensional keliling menjangkau wilayah terbatas, tetapi unggul dalam interaksi langsung dan hubungan pribadi dengan pelanggan.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1 → Salah.** Jebakan: berkeliling memang memperluas jangkauan, tetapi tetap terbatas pada gang yang ia lewati dalam satu sore.
• **Pernyataan 2 → Benar.** Interaksi langsung adalah keunggulan pemasaran konvensional.
• **Pernyataan 3 → Benar.** Hubungan pribadi dengan pelanggan terbangun lewat pertemuan rutin.

Jawaban: Salah, Benar, Benar.

No. 11 Kunci: C, D

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Pelayanan prima terhadap keluhan: minta maaf, periksa dengan cepat, selesaikan sesuai kebijakan, lalu perbaiki penyebabnya agar tidak terulang.

Analisis setiap pernyataan:

• **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: harga di sistem memang harga terbaru, tetapi kebijakan toko menetapkan pelanggan membayar sesuai label bila kesalahan dari toko.
• **Pernyataan 2** ✗ Kebijakan sudah jelas; menunda membuat pelanggan dan antrean dirugikan.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

• **Pernyataan 3** ✓ Empati, pemeriksaan cepat, dan penyelesaian sesuai kebijakan.
• **Pernyataan 4** ✓ Memperbaiki penyebab dari pihak toko.
• **Pernyataan 5** ✗ Melepas pelanggan tanpa menyelesaikan keluhan bertentangan dengan pelayanan prima.

Jawaban: pernyataan 3, 4.

No. 12 Kunci: B

Konsep: Kelompok acuan (komunitas, teman, idola) adalah bagian faktor sosial yang memengaruhi pilihan merek. Faktor pribadi (keadaan ekonomi) dapat membuat pembelian mungkin, tetapi belum tentu menentukan merek yang dipilih.

Langkah:
1. Harga terjangkau berlaku juga untuk merek lain → tidak membedakan pilihan.
2. Nadia belum pernah memakainya → bukan pengalaman.
3. Yang membedakan: merek itu dipakai hampir semua anggota komunitasnya → kelompok acuan (sosial).

Analisis setiap opsi:
• **A.** ✗ Jebakan: harga memang terjangkau, tetapi beberapa merek lain juga terjangkau, sehingga harga tidak menjelaskan mengapa ia memilih Kencana.
• **B.** ✓ Komunitas lari menjadi acuan dalam memilih merek.
• **C.** ✗ Nadia belum pernah memakai merek itu.
• **D.** ✗ Kasus tidak menyebut tradisi.
• **E.** ✗ Kasus tidak menyebut usia sebagai alasan memilih.

Jawaban: B.

No. 13 Kunci: A, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Dalam perekonomian terbuka, selain rumah tangga dan perusahaan, ada pelaku luar negeri: barang ekspor mengalir ke luar negeri, dan uang pembayarannya mengalir masuk. Rumah tangga memberi tenaga kerja dan menerima upah.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1** ✓ Ekspor menghasilkan aliran uang masuk dari pembeli luar negeri.
• **Pernyataan 2** ✗ Upah adalah uang, dan mengalir dari perusahaan ke rumah tangga.
• **Pernyataan 3** ✗ Jebakan: arahnya memang dari perusahaan ke luar negeri, tetapi yang mengalir adalah barang, bukan uang.
• **Pernyataan 4** ✗ Arahnya terbalik: tenaga kerja mengalir dari rumah tangga ke perusahaan.
• **Pernyataan 5** ✓ Perusahaan membayar upah sebagai balas jasa tenaga kerja.

Jawaban: pernyataan 1, 5.

No. 14 Kunci: 1B 2S 3S

Konsep: Kerja sama tim yang efektif membutuhkan pembagian peran yang jelas, komunikasi antaranggota, dan saling mendukung sesuai peran demi tujuan bersama.

Analisis setiap pernyataan:
• **Pernyataan 1 → Benar.** Membantu host menjawab penonton dan mendukung tujuan tim.
• **Pernyataan 2 → Salah.** Jebakan: komentar memang cepat terjawab, tetapi paket yang menumpuk terlambat dikirim, padahal itu tugas utamanya.
• **Pernyataan 3 → Salah.** Penonton membutuhkan jawaban saat itu untuk memutuskan membeli; admin sudah meneruskan pertanyaan agar dijawab di siaran.

Jawaban: Benar, Salah, Salah.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 15 Kunci: B, D, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: Bahasa pemasaran yang tepat dalam percakapan: santun (salam, terima kasih), jelas menjawab pertanyaan, jujur dan dapat dibuktikan, serta tidak menekan atau memaksa calon pembeli.

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: jawaban memang perlu ringkas, tetapi sapaan dan terima kasih yang singkat menunjukkan kesantunan.
- **Pernyataan 2** ✓ Pesan 2 langsung menjawab dua pertanyaan pembeli.
- **Pernyataan 3** ✗ Huruf kapital dan kalimat menekan terkesan memaksa dan tidak sopan.
- **Pernyataan 4** ✓ Foto tas berisi laptop memberi bukti nyata tentang ukuran.
- **Pernyataan 5** ✓ Klaim "paling bagus sedunia" tidak dapat dibuktikan.

Jawaban: pernyataan 2, 4, 5.

No. 16 Kunci: B, C, E

Angka pilihan di pembahasan: 1 = A, 2 = B, 3 = C, 4 = D, 5 = E.

Konsep: K3 di area pemasaran (stan, toko, gudang) meliputi pencegahan tertimpa barang, kebakaran (sumber panas dekat bahan mudah terbakar), tersandung (kabel dan karpet), serta ketersediaan APAR yang mudah dijangkau.

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1** ✗ Jebakan: kabel di lantai memang dapat membuat tersandung, tetapi di gambar kabel sudah ditutup pelindung kabel.
- **Pernyataan 2** ✓ Tumpukan tinggi dan tidak rata mudah roboh menimpa orang.
- **Pernyataan 3** ✓ Panas lampu halogen dapat membakar kain.
- **Pernyataan 4** ✗ Gambar menunjukkan APAR sudah ada di sisi kanan stan.
- **Pernyataan 5** ✓ Lipatan karpet di jalur pengunjung adalah bahaya tersandung.

Jawaban: pernyataan 2, 3, 5.

No. 17 Kunci: A

Konsep: Buyer persona berbeda dengan segmen umum: persona menggambarkan satu tokoh pelanggan utama secara rinci (identitas, kebiasaan, kebutuhan, saluran informasi) berdasarkan data, sehingga dapat memandu isi dan saluran promosi.

Langkah:

1. Data dominan: pegawai 40–50 tahun, jarak dekat ke kantor, ingin hemat bensin, info dari grup WA.
2. Rumusan yang memuat semua itu dalam satu tokoh adalah persona.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✓ Menggambarkan satu tokoh sesuai data dominan, termasuk kebutuhan dan saluran informasinya.
- **B.** ✗ Usia, pekerjaan, alasan, dan saluran informasinya bertentangan dengan data.
- **C.** ✗ Jebakan: usia dan pekerjaannya mirip, tetapi jaraknya jauh, alasannya berbeda, dan saluarannya bukan grup WhatsApp.
- **D.** ✗ Jebakan: ini segmentasi demografis yang luas, belum menggambarkan kebiasaan dan saluran informasi.
- **E.** ✗ Jebakan: hampir semua ciri sesuai, tetapi data menunjukkan informasi diperoleh dari grup WhatsApp warga, bukan pameran.

Jawaban: A.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 18 Kunci: D

Konsep: Budaya kerja yang baik mencakup integritas dan menjaga kerahasiaan data pelanggan. Data pribadi hanya dipakai untuk tujuan yang disetujui pelanggan saat memberikannya.

Langkah:

1. Pelanggan memberi nomor untuk keperluan pesanan.
2. Membagikannya kepada pihak lain untuk promosi melanggar persetujuan itu.
3. Tindakan tepat: menolak dengan sopan dan menjelaskan alasannya.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Produk yang cocok tidak menghapus kewajiban menjaga data pelanggan.
- **B.** ✗ Sebagian atau seluruhnya, data tetap dibagikan tanpa persetujuan pelanggan.
- **C.** ✗ Jebakan: meminta izin pemilik tampak benar, tetapi pelanggan tidak pernah setuju nomornya dipakai pihak lain.
- **D.** ✓ Menjaga kerahasiaan data sesuai tujuan pelanggan memberikannya.
- **E.** ✗ Imbalan membuat pelanggaran ini menjadi jual-beli data pribadi.

Jawaban: D.

No. 19 Kunci: 1B 2S 3B

Konsep: Tahapan keputusan pembelian: pengenalan kebutuhan → pencarian informasi (toko, ulasan) → evaluasi alternatif (membandingkan dengan kriteria) → keputusan pembelian → perilaku pascapembelian (puas/tidak puas, rekomendasi).

Analisis setiap pernyataan:

- **Pernyataan 1 → Benar.** Kerusakan kulkas membuat Pak Rahmat menyadari kebutuhannya.
- **Pernyataan 2 → Salah.** Jebakan: Pak Rahmat memang memakai informasi, tetapi membandingkan pilihan dengan kriteria tertentu adalah evaluasi alternatif.
- **Pernyataan 3 → Benar.** Kepuasan setelah membeli mendorong pembeli merekomendasikan toko.

Jawaban: Benar, Salah, Benar.

No. 20 Kunci: C

Konsep: Pengorganisasian adalah fungsi manajemen yang membagi pekerjaan dan menetapkan siapa bertanggung jawab atas setiap tugas.

Langkah:

1. Rencana dan anggaran sudah ada.
2. Masalah: tidak ada penanggung jawab kas dan stok → pengorganisasian.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Anggaran sudah disetujui; masalahnya bukan anggaran.
- **B.** ✗ Semangat tidak menyelesaikan kas yang tercecer.
- **C.** ✓ Penanggung jawab yang jelas menyelesaikan masalah kas dan stok.
- **D.** ✗ Jebakan: pemeriksaan memang perlu, tetapi tanpa penanggung jawab, kas dan stok tetap tidak tercatat selama bazar.
- **E.** ✗ Menambah stan justru menambah masalah yang belum terselesaikan.

Jawaban: C.

No. 21 Kunci: C

Konsep: Efektivitas strategi komunikasi diukur dengan ukuran yang sesuai tujuan. Bila tujuannya laba bersih tambahan terbesar, setiap media dihitung: (jumlah transaksi × laba per transaksi) − biaya promosi.

Langkah:

1. Radio: 40 × 15.000 − 800.000 = −Rp200.000 (rugi).

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

2. Brosur: 30 × 15.000 − 300.000 = Rp150.000.
3. Grup Facebook: 25 × 15.000 − 100.000 = Rp275.000.
4. Pemengaruh: 90 × 15.000 − 1.000.000 = Rp350.000 → terbesar.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: biaya per kode Rp4.000 memang terendah, tetapi laba bersihnya Rp275.000, di bawah pemengaruh lokal.
• **B.** ✗ Kode radio memang lebih banyak, tetapi laba bersihnya −Rp200.000 (rugi).
• **C.** ✓ Laba bersih tambahan Rp350.000, terbesar dari keempat media.
• **D.** ✗ Laba bersih brosur memang positif, tetapi hanya Rp150.000.
• **E.** ✗ Biaya kecil tidak sama dengan laba bersih terbesar.

Jawaban: C.

No. 22 Kunci: A

Konsep: Kelangkaan modal memaksa pelaku usaha menentukan skala prioritas: kebutuhan yang membuat usaha dapat berjalan didahulukan, kebutuhan pelengkap menyusul.

Langkah:

1. Produk satu-satunya: es buah → membutuhkan pendingin.
2. Lemari pendingin Rp2,5 juta ≤ modal Rp3 juta.
3. Peralatan lain bersifat pelengkap.

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✓ Tanpa pendingin, es buah tidak dapat dijual.
• **B.** ✗ Papan nama dan musik tidak membuat es buah dapat dijual.
• **C.** ✗ Keduanya pelengkap.
• **D.** ✗ Jebakan: totalnya Rp2,6 juta memang sesuai modal, tetapi es buah tidak dapat disimpan tanpa pendingin.
• **E.** ✗ Keduanya pelengkap, dan totalnya Rp1,8 juta tanpa pendingin.

Jawaban: A.

No. 23 Kunci: D

Konsep: Konsumen menyaring pilihan dengan syarat wajib (waktu tiba, asuransi), lalu membandingkan total biaya yang sebenarnya dibayar, bukan hanya ongkos dasarnya.

Langkah:

1. Kilat: tidak ada asuransi → gugur.
2. Hemat: 4 hari → gugur.
3. Reguler: 20.000 + 3.000 = Rp23.000.
4. Prioritas: Rp27.000 (asuransi termasuk).
5. Ekonomi: 18.000 + 6.000 = Rp24.000.
6. Termurah yang memenuhi syarat: Reguler (Rp23.000).

Analisis setiap opsi:

• **A.** ✗ Jebakan: totalnya Rp17.000 memang paling murah, tetapi tiba dalam 4 hari.
• **B.** ✗ Jebakan: ongkos dasarnya memang termurah di antara yang tepat waktu, tetapi setelah ditambah asuransi totalnya Rp24.000.
• **C.** ✗ Memenuhi syarat, tetapi totalnya Rp27.000.
• **D.** ✓ Total Rp23.000, termurah di antara jasa yang memenuhi kedua syarat.
• **E.** ✗ Paling cepat, tetapi tidak menyediakan asuransi.

Jawaban: D.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

No. 24 Kunci: E

Konsep: Rumah tangga konsumen sebagai pelaku ekonomi memengaruhi permintaan. Perubahan kebiasaan konsumen perlu ditanggapi dengan menyesuaikan produk dan penataannya.

Langkah:

1. Perubahan konsumen: mengurangi gula.
2. Tanda permintaan: sering ditanya, produk rendah gula sering habis.
3. Tanggapan: menambah pilihan dan memudahkan pembeli menemukannya.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Melawan arah perubahan kebiasaan konsumen.
- **B.** ✗ Tidak menjawab permintaan yang meningkat.
- **C.** ✗ Jebakan: tampak berhati-hati, tetapi permintaan sudah terlihat jelas sekarang.
- **D.** ✗ Sebagian pembeli masih membeli minuman manis; perubahan total terlalu drastis.
- **E.** ✓ Menjawab permintaan baru dan memudahkan pembeli.

Jawaban: E.

No. 25 Kunci: B

Konsep: Kebakaran minyak goreng tidak boleh disiram air karena air menguap seketika dan memercikkan minyak yang menyala. Cara dasar: matikan sumber panas, lalu tutup wajan rapat (dengan penutup logam atau selimut api) untuk memutus oksigen.

Langkah:

1. Matikan kompor (hentikan sumber panas).
2. Tutup wajan rapat dengan penutup logam → api kehabisan oksigen.
3. Biarkan tertutup sampai dingin.

Analisis setiap opsi:

- **A.** ✗ Air membuat minyak menyala memercik dan api menyebar.
- **B.** ✓ Memutus sumber panas dan oksigen dengan aman.
- **C.** ✗ Angin justru menambah oksigen dan menyebarkan api.
- **D.** ✗ Membawa wajan menyala berisiko tumpah dan membakar orang.
- **E.** ✗ Jebakan: menutup api memang tujuannya, tetapi taburan tepung dapat menyambar dan memperbesar api.

Jawaban: B.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Penutup

Kamu sudah sampai di akhir buku ini. Itu sendiri membuktikan bahwa kamu mampu menepati janji belajarmu.

Lima strategi yang paling penting untuk TKA Pemasaran:

1. **Baca pertanyaannya dulu, baru ceritanya.** Cerita tentang toko dan pelanggan sering panjang. Kalimat pertanyaan memberi tahu bagian cerita mana yang perlu kamu tandai.
2. **Cari tokoh, tujuan, dan batasnya.** Pilihan yang benar memenuhi tujuan tokoh dan tidak melanggar batas yang disebut di soal: modal, waktu, wewenang, atau aturan.
3. **Hitung sebelum menilai.** Pada soal yang memuat tabel atau angka, hitung laba, biaya per pesanan, atau total biaya. Jangan menilai dari angka terbesar atau terkecil saja.
4. **Pilih yang jujur dan membantu pelanggan.** Jawaban yang menyembunyikan cacat, menjanjikan di luar wewenang, atau memaksa pembeli hampir selalu pengecoh.
5. **Pisahkan yang benar dari yang menjawab.** Banyak pengecoh berisi kalimat yang benar secara umum tetapi tidak menjawab kasus yang ditanyakan.

Sepekan sebelum ujian:

- Kerjakan satu Simulasi TKA pada jam yang sama dengan jadwal ujianmu, lengkap dengan batas waktunya.
- Ulangi soal yang pernah kamu jawab salah, lalu baca lagi bagian "Strategi dan jebakan" pada sub babnya. Pada soal yang jawabannya lebih dari satu, nilai setiap pernyataan sendiri-sendiri.
- Tulis ulang tanpa melihat buku: bauran pemasaran, urutan tanggap darurat, empat fungsi manajemen, empat tahap keputusan membeli, dan unsur AIDA.
- Jangan memaksakan materi baru pada malam terakhir. Siapkan perlengkapan ujian sehari sebelumnya, dan beristirahatlah dengan cukup.

Teruslah belajar lewat LMS Next Level Study; pindai kode QR di setiap bab.

Pemasar yang baik bekerja dengan jujur dan setia, terutama saat tidak ada yang mengawasi. Bawalah kesetiaan itu ke ruang ujian, lalu ke tempat kerja dan usahamu kelak. Ilmu yang kamu kumpulkan hari ini adalah bekal yang kelak kamu persembahkan untuk keluarga, untuk orang-orang di sekitarmu, dan untuk negeri ini. Bekerjalah dengan sungguh-sungguh dan jujur, sepenuh hati dan segenap tenaga. Apa pun hasil ujianmu nanti, kesungguhan yang kamu bangun selama belajar akan tetap menjadi milikmu.

Selamat berjuang.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Handaka Lumu

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Lampiran

Lampiran 1 · Glosarium

Istilah	Arti singkat	Dibahas di
Bisnis	kegiatan usaha yang menyediakan barang atau jasa untuk memperoleh laba	1.1
Laba	selisih antara pendapatan dan seluruh biaya	1.1, 1.2
Kebutuhan, keinginan, permintaan	hal yang harus dipenuhi; hal yang diinginkan; keinginan yang disertai kemampuan dan kesediaan membeli	1.1
Orientasi produksi, produk, penjualan, pemasaran	cara pandang usaha: berangkat dari kemampuan membuat banyak, dari mutu menurut penjual, dari dorongan menjual, atau dari kebutuhan pelanggan	1.1
Bauran pemasaran (4P)	produk, harga, tempat, dan promosi yang disusun saling cocok	1.1
Segmentasi, target, posisi	membagi pasar menurut ciri; memilih kelompok sasaran; menempatkan citra produk di benak sasaran	1.1
Pemasaran langsung dan tidak langsung	menjual tanpa perantara atau lewat perantara	1.2
Strategi harga	cara menetapkan harga: berdasarkan biaya, pesaing, atau pembeli	1.2
Persen perubahan	selisih nilai baru dan nilai lama dibagi nilai lama, dikali 100 %	1.2
Pasar konsumen, pasar industri	pembeli yang memakai sendiri; pembeli yang memakai untuk usaha atau menjual kembali	1.3
Permintaan turunan	permintaan pasar industri yang bergantung pada permintaan konsumen akhir	1.3
Riset pasar	pengumpulan dan pengolahan data untuk mengurangi risiko keputusan pemasaran	1.4
Data primer, data sekunder	data yang dikumpulkan sendiri; data yang sudah ada dari pihak lain	1.4
Populasi, sampel, responden	seluruh kelompok yang diteliti; sebagian yang diambil; orang yang menjawab	1.4
Bias	kecondongan hasil karena cara pengambilan sampel atau pertanyaan	1.4
Pemasaran konvensional	pemasaran yang bertumpu pada pertemuan langsung penjual dan pembeli	2.1
Transisi digital	peralihan bertahap dari cara konvensional ke saluran digital	2.1

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

E-commerce, marketplace	jual beli lewat jaringan daring; platform yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli	2.2
Corong penjualan	tahapan dari tayangan, klik, keranjang, sampai pembayaran	2.2
Konversi	persentase yang lanjut ke tahap berikutnya, misalnya pesanan dibagi klik	2.2, 5.2
Pramuniaga, kasir, merchandiser, tenaga promosi	penjual di toko; penerima pembayaran; penata dan pemeriksa rak di toko pelanggan; pemerkenal produk di tempat keramaian	2.3
Admin penjualan	pekerja yang mengelola data pesanan, stok, dan laporan	2.3
Jenjang karier	tingkatan jabatan yang ditempuh bertahap, misalnya staf, supervisor, kepala toko	2.3
Peluang usaha	kebutuhan pasar yang belum terpenuhi dan dapat dijalankan dengan kemampuan sendiri	2.4
Biaya tetap, biaya variabel	biaya yang jumlahnya tetap; biaya yang berubah menurut jumlah produksi atau penjualan	2.4
Titik impas, balik modal	jumlah penjualan yang membuat laba nol; waktu hingga modal kembali dari laba	2.4
K3	keselamatan, kesehatan, dan keamanan kerja	3.1
Bahaya, risiko	sumber kemungkinan cedera; gabungan peluang dan akibat suatu bahaya	3.1
Hierarki pengendalian	urutan dari kuat ke lemah: hilangkan, ganti, rekayasa, aturan, alat pelindung diri	3.1
Alat pelindung diri (APD)	perlengkapan yang dipakai pekerja sebagai lapisan perlindungan terakhir	3.1
Ergonomi	penyesuaian pekerjaan dengan kemampuan tubuh, misalnya cara mengangkat barang	3.1
Segitiga api	tiga unsur api: bahan bakar, panas, dan oksigen	3.2
APAR, PASS	alat pemadam api ringan; urutan memakainya: tarik, arahkan, tekan, sapukan	3.2
P3K	pertolongan pertama pada kecelakaan	3.2
Titik kumpul	tempat berkumpul yang aman setelah evakuasi untuk menghitung orang	3.2
Budaya kerja, 5R	kebiasaan dan nilai bersama di tempat kerja; ringkas, rapi, resik, rawat, rajin	3.3
Integritas	bertindak jujur dan konsisten, termasuk saat tidak diawasi	3.3
Tim	kelompok dengan tujuan bersama, peran jelas, dan saling bergantung	3.4
Serah terima (antar-shift)	penyampaian tugas, stok, kas, dan masalah kepada petugas berikutnya	3.4

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Kelangkaan	keterbatasan sumber daya dibandingkan keinginan yang ingin dipenuhi	4.1
Skala prioritas	urutan kebutuhan menurut tingkat kepentingan	4.1
Biaya peluang	nilai pilihan terbaik berikutnya yang dilepas ketika memilih	4.1
Prinsip ekonomi	pengorbanan sekecil mungkin untuk hasil sebesar mungkin	4.1
Rumah tangga, perusahaan, pemerintah	tiga pelaku ekonomi dalam model sederhana	4.2
Balas jasa	uang yang diterima pemilik faktor produksi, misalnya upah	4.2
Pajak, subsidi	uang yang dibayarkan kepada pemerintah; bantuan dari pemerintah yang meringankan biaya	4.2
Fungsi manajemen	perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan	4.3
Faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis	pengaruh nilai masyarakat; orang di sekitar; keadaan diri; keyakinan dan persepsi dalam diri	4.4
Kelompok acuan	orang atau kelompok yang pendapatnya dijadikan pedoman	4.4
Proses keputusan pembelian	pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, lalu perilaku pascapembelian	4.5
Matriks keputusan	tabel yang membandingkan pilihan menurut kriteria	4.6
Total biaya	harga ditambah ongkos kirim dan biaya lain yang harus dibayar pembeli	4.6
Sinyal membeli	ucapan atau perilaku tentang detail pembelian yang menandakan pelanggan siap membeli	5.1
Buyer persona	tokoh rekaan yang disusun dari data untuk mewakili pelanggan utama	5.1
AIDA	perhatian, ketertarikan, keinginan, dan tindakan pada pesan promosi	5.2
Biaya per pesanan	biaya promosi dibagi jumlah pesanan yang dihasilkan	5.2
Pelayanan prima	pelayanan dengan sikap ramah, perhatian pada kebutuhan, dan tindakan yang membantu	5.3
Keberatan, keluhan	keraguan sebelum membeli; ketidakpuasan atas barang atau layanan yang sudah diterima	5.3
Eskalasi	meneruskan permintaan yang di luar wewenang kepada atasan	5.3

Lampiran 2 · Rujukan dan catatan tentang data

Isi buku ini mengikuti rujukan resmi berikut.

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sumber	Dipakai untuk
Pusmendik Kemendikdasmen (Pusat Asesmen Pendidikan), halaman kisi-kisi TKA SMK, mata pelajaran Pemasaran	elemen, subelemen, dan batasan materi
Soal asli TKA SMK 2025, mata pelajaran Projek Kreatif dan Kewirausahaan (Pusat Asesmen Pendidikan, Kemendikdasmen)	bentuk dan kedalaman soal sebagai acuan; belum ada soal asli untuk Pemasaran

Semua nama orang, toko, lembaga, dan angka pada contoh, latihan, kuis, dan simulasi dalam buku ini rekaan dan disusun untuk latihan soal. Buku ini tidak memuat data statistik nyata.

Lampiran 3 · Lembar jawaban kosong

Lembar ini boleh difotokopi. Untuk soal pilihan ganda, lingkari satu huruf. Untuk soal yang jawabannya lebih dari satu, lingkari semua huruf yang benar. Untuk soal Benar/Salah, tulis B atau S untuk setiap pernyataan.

No	Jawaban	No	Jawaban	No	Jawaban
1	A B C D E	10	A B C D E	19	A B C D E
2	A B C D E	11	A B C D E	20	A B C D E
3	A B C D E	12	A B C D E	21	A B C D E
4	A B C D E	13	A B C D E	22	A B C D E
5	A B C D E	14	A B C D E	23	A B C D E
6	A B C D E	15	A B C D E	24	A B C D E
7	A B C D E	16	A B C D E	25	A B C D E
8	A B C D E	17	A B C D E		
9	A B C D E	18	A B C D E		

Skor: _____ / _____ · Waktu yang dipakai: _____ menit

Lampiran 4 · Catatan edisi

Edisi 1 (2026/2027), dibagikan gratis untuk pelajar Indonesia sebagai dedikasi Next Level Study Indonesia untuk bangsa; boleh diperbanyak dan dibagikan untuk belajar, tetapi tidak untuk diperjualbelikan. Semua soal latihan, kuis, dan simulasi TKA diambil dari Bank Soal NLS dengan kode yang sama dengan LMS. Bila kamu menemukan kesalahan, sampaikan kepada pengajarmu agar dapat diperbaiki pada edisi berikutnya.

Daftar sumber gambar

Gambar materi yang diambil dari sumber berlisensi terbuka dipakai sesuai lisensinya dengan menyebut pembuatnya; gambar lain digambar oleh tim Next Level Study Indonesia.

Gambar	Judul	Pembuat	Lisensi	Sumber

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Gambar	Judul	Pembuat	Lisensi	Sumber
Gambar 1.1	perputaran	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.2	orientasi	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.3	bauran4p	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.4	stp	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.5	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.6	jenis	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.7	hargajual	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.8	tabel	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.9	alur	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.10	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.11	perbandingan	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.12	rantai	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.13	analisis	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.14	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.15	langkah	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.16	metode	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.17	sampel	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.18	tabelsilang	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 1.19	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.1	tahap	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.2	banding	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.3	tangga	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.4	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Gambar	Judul	Pembuat	Lisensi	Sumber
Gambar 2.5	saluran	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.6	halaman	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.7	corong	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.8	unggahan	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.9	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.10	profesi	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.11	jenjang	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.12	cocok	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.13	siklus	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.14	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.15	alur	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.16	saringan	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.17	tabel	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.18	rumus	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 2.19	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.1	pilar	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.2	denah	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.3	hierarki	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.4	rambu	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.5	angkat	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.6	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.7	alur	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.8	api	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Gambar	Judul	Pembuat	Lisensi	Sumber
Gambar 3.9	pass	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.10	evakuasi	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.11	p3k	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.12	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.13	penampilan	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.14	nilai	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.15	dilema	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.16	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.17	tahap	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.18	tugas	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.19	konflik	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 3.20	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.1	kelangkaan	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.2	kebutuhan	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.3	prioritas	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.4	biayapeluang	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.5	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.6	pelaku	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.7	arus2	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.8	arus3	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.9	dampak	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.10	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.11	siklus	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Gambar	Judul	Pembuat	Lisensi	Sumber
Gambar 4.12	bagan	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.13	diagnosis	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.14	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.15	faktor	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.16	pembeda	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.17	alur	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.18	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.19	tahap	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.20	tabel	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.21	dialog	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.22	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.23	saring	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.24	label	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.25	voucher	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.26	matriks	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.27	kemasan	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 4.28	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.1	sinyal	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.2	persona	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.3	alur	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.4	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.5	aida	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.6	poster	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Gambar	Judul	Pembuat	Lisensi	Sumber
Gambar 5.7	biaya	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.8	skrip	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.9	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.10	prima	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.11	keberatan	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.12	penjualan	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.13	dialog	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—
Gambar 5.14	peta	Tim Next Level Study Indonesia	digambar sendiri	—

Tabel silang sub bab dan soal

Sub bab	Soal
1.1 · Konsep dasar bisnis dan pemasaran	Bedah Prediksi 07 no. 8; Latihan 1.1 no. 1; Latihan 1.1 no. 2; Kuis Bab 1 no. 2; Kuis Bab 1 no. 3; Kuis Bab 1 no. 5; Kuis Bab 1 no. 6; Kuis Bab 1 no. 11; Simulasi 1 no. 16; Simulasi 2 no. 2; Simulasi 3 no. 7
1.2 · Jenis dan strategi pemasaran berdasarkan data	Bedah Prediksi 07 no. 9; Latihan 1.2 no. 1; Latihan 1.2 no. 2; Kuis Bab 1 no. 4; Kuis Bab 1 no. 7; Kuis Bab 1 no. 8; Kuis Bab 1 no. 9; Kuis Bab 1 no. 10; Simulasi 1 no. 3; Simulasi 2 no. 3; Simulasi 3 no. 8
1.3 · Kebutuhan pasar konsumen dan pasar industri	Bedah Prediksi 07 no. 5; Latihan 1.3 no. 1; Latihan 1.3 no. 2; Kuis Bab 1 no. 1; Kuis Bab 1 no. 12; Kuis Bab 1 no. 13; Kuis Bab 1 no. 15; Kuis Bab 1 no. 18; Kuis Bab 1 no. 20; Simulasi 1 no. 15; Simulasi 2 no. 4; Simulasi 3 no. 2
1.4 · Tujuan riset pasar dan pemanfaatan data hasil riset	Bedah Prediksi 07 no. 2; Latihan 1.4 no. 1; Latihan 1.4 no. 2; Latihan 1.4 no. 3; Latihan 1.4 no. 4; Kuis Bab 1 no. 14; Kuis Bab 1 no. 16; Kuis Bab 1 no. 17; Kuis Bab 1 no. 19; Kuis Bab 1 no. 21; Kuis Bab 1 no. 22; Kuis Bab 1 no. 23; Kuis Bab 1 no. 24; Kuis Bab 1 no. 25; Simulasi 1 no. 11; Simulasi 2 no. 1; Simulasi 2 no. 5; Simulasi 3 no. 3
2.1 · Pemasaran konvensional dan transisi digital	Bedah Prediksi 07 no. 1; Latihan 2.1 no. 1; Latihan 2.1 no. 2; Latihan 2.1 no. 3; Latihan 2.1 no. 4; Latihan 2.1 no. 5; Kuis Bab 2 no. 1; Kuis Bab 2 no. 2; Kuis Bab 2 no. 3; Kuis Bab 2 no. 4; Kuis Bab 2 no. 5; Kuis Bab 2 no. 6; Kuis Bab 2 no. 7; Kuis Bab 2 no. 8; Simulasi 1 no. 6; Simulasi 1 no. 12; Simulasi 2 no. 13; Simulasi 2 no. 17; Simulasi 3 no. 4; Simulasi 3 no. 10
2.2 · Pemasaran modern: e-commerce, marketplace, dan media sosial	Bedah Prediksi 07 no. 7; Latihan 2.2 no. 1; Latihan 2.2 no. 2; Kuis Bab 2 no. 13; Kuis Bab 2 no. 20; Kuis Bab 2 no. 21; Kuis Bab 2 no. 23; Simulasi 1 no. 9; Simulasi 2 no. 11; Simulasi 3 no. 5

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab	Soal
2.3 · Profesi dan perencanaan karier bidang pemasaran	Bedah Prediksi 07 no. 3; Latihan 2.3 no. 1; Latihan 2.3 no. 2; Latihan 2.3 no. 3; Latihan 2.3 no. 4; Latihan 2.3 no. 5; Kuis Bab 2 no. 9; Kuis Bab 2 no. 10; Kuis Bab 2 no. 14; Kuis Bab 2 no. 15; Kuis Bab 2 no. 16; Kuis Bab 2 no. 17; Kuis Bab 2 no. 18; Kuis Bab 2 no. 19; Kuis Bab 2 no. 22; Simulasi 1 no. 4; Simulasi 1 no. 14; Simulasi 2 no. 18; Simulasi 2 no. 20; Simulasi 3 no. 6; Simulasi 3 no. 9
2.4 · Peluang usaha berdasarkan kebutuhan pasar	Bedah Prediksi 07 no. 19; Latihan 2.4 no. 1; Latihan 2.4 no. 2; Kuis Bab 2 no. 11; Kuis Bab 2 no. 12; Kuis Bab 2 no. 24; Kuis Bab 2 no. 25; Simulasi 1 no. 13; Simulasi 2 no. 6; Simulasi 3 no. 1
3.1 · Prinsip K3 di lingkungan pemasaran dan ritel	Bedah Prediksi 07 no. 15; Latihan 3.1 no. 1; Latihan 3.1 no. 2; Kuis Bab 3 no. 1; Kuis Bab 3 no. 2; Kuis Bab 3 no. 4; Kuis Bab 3 no. 6; Kuis Bab 3 no. 7; Kuis Bab 3 no. 8; Kuis Bab 3 no. 9; Simulasi 1 no. 8; Simulasi 2 no. 15; Simulasi 3 no. 16
3.2 · Prosedur tanggap darurat dasar	Bedah Prediksi 07 no. 17; Latihan 3.2 no. 1; Latihan 3.2 no. 2; Kuis Bab 3 no. 3; Kuis Bab 3 no. 5; Kuis Bab 3 no. 10; Kuis Bab 3 no. 11; Kuis Bab 3 no. 13; Kuis Bab 3 no. 16; Simulasi 1 no. 7; Simulasi 2 no. 16; Simulasi 3 no. 25
3.3 · Standar penampilan pribadi dan budaya kerja	Bedah Prediksi 07 no. 25; Latihan 3.3 no. 1; Latihan 3.3 no. 2; Kuis Bab 3 no. 14; Kuis Bab 3 no. 18; Kuis Bab 3 no. 21; Kuis Bab 3 no. 22; Kuis Bab 3 no. 24; Kuis Bab 3 no. 25; Simulasi 1 no. 2; Simulasi 2 no. 19; Simulasi 3 no. 18
3.4 · Kerja sama dalam tim	Bedah Prediksi 07 no. 18; Latihan 3.4 no. 1; Latihan 3.4 no. 2; Kuis Bab 3 no. 12; Kuis Bab 3 no. 15; Kuis Bab 3 no. 17; Kuis Bab 3 no. 19; Kuis Bab 3 no. 20; Kuis Bab 3 no. 23; Simulasi 1 no. 5; Simulasi 2 no. 12; Simulasi 3 no. 14
4.1 · Masalah ekonomi: kelangkaan, kebutuhan, dan pilihan	Bedah Prediksi 07 no. 16; Latihan 4.1 no. 1; Latihan 4.1 no. 2; Kuis Bab 4 no. 1; Kuis Bab 4 no. 5; Kuis Bab 4 no. 6; Kuis Bab 4 no. 7; Simulasi 1 no. 1; Simulasi 2 no. 14; Simulasi 3 no. 22
4.2 · Pelaku ekonomi dan arus barang, jasa, dan uang	Bedah Prediksi 07 no. 20; Latihan 4.2 no. 1; Latihan 4.2 no. 2; Latihan 4.2 no. 3; Kuis Bab 4 no. 2; Kuis Bab 4 no. 3; Kuis Bab 4 no. 4; Kuis Bab 4 no. 8; Kuis Bab 4 no. 9; Kuis Bab 4 no. 24; Simulasi 1 no. 10; Simulasi 1 no. 19; Simulasi 2 no. 8; Simulasi 3 no. 13; Simulasi 3 no. 24
4.3 · Fungsi manajemen dalam kegiatan usaha	Bedah Prediksi 07 no. 22; Latihan 4.3 no. 1; Latihan 4.3 no. 2; Kuis Bab 4 no. 15; Kuis Bab 4 no. 18; Kuis Bab 4 no. 19; Simulasi 1 no. 18; Simulasi 2 no. 10; Simulasi 3 no. 20
4.4 · Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen	Bedah Prediksi 07 no. 13; Latihan 4.4 no. 1; Latihan 4.4 no. 2; Kuis Bab 4 no. 10; Kuis Bab 4 no. 17; Kuis Bab 4 no. 22; Kuis Bab 4 no. 23; Simulasi 1 no. 22; Simulasi 2 no. 7; Simulasi 3 no. 12
4.5 · Tahapan proses keputusan pembelian	Bedah Prediksi 07 no. 14; Latihan 4.5 no. 1; Latihan 4.5 no. 2; Kuis Bab 4 no. 12; Kuis Bab 4 no. 14; Kuis Bab 4 no. 21; Kuis Bab 4 no. 25; Simulasi 1 no. 24; Simulasi 2 no. 9; Simulasi 3 no. 19
4.6 · Alasan dan pertimbangan konsumen memilih produk atau jasa	Bedah Prediksi 07 no. 12; Latihan 4.6 no. 1; Latihan 4.6 no. 2; Kuis Bab 4 no. 11; Kuis Bab 4 no. 13; Kuis Bab 4 no. 16; Kuis Bab 4 no. 20; Simulasi 1 no. 20; Simulasi 2 no. 22; Simulasi 3 no. 23

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

Sub bab	Soal
5.1 · Sinyal calon pelanggan dan buyer persona	Bedah Prediksi 07 no. 23; Latihan 5.1 no. 1; Latihan 5.1 no. 2; Latihan 5.1 no. 3; Latihan 5.1 no. 4; Kuis Bab 5 no. 1; Kuis Bab 5 no. 2; Kuis Bab 5 no. 3; Kuis Bab 5 no. 4; Kuis Bab 5 no. 5; Kuis Bab 5 no. 7; Kuis Bab 5 no. 8; Kuis Bab 5 no. 9; Kuis Bab 5 no. 10; Simulasi 1 no. 21; Simulasi 2 no. 21; Simulasi 2 no. 25; Simulasi 3 no. 17
5.2 · Bahasa pemasaran, AIDA, dan efektivitas komunikasi	Bedah Prediksi 07 no. 11; Latihan 5.2 no. 1; Latihan 5.2 no. 2; Latihan 5.2 no. 3; Kuis Bab 5 no. 6; Kuis Bab 5 no. 11; Kuis Bab 5 no. 12; Kuis Bab 5 no. 15; Kuis Bab 5 no. 17; Kuis Bab 5 no. 19; Kuis Bab 5 no. 22; Kuis Bab 5 no. 23; Kuis Bab 5 no. 25; Simulasi 1 no. 17; Simulasi 1 no. 23; Simulasi 2 no. 24; Simulasi 3 no. 15; Simulasi 3 no. 21
5.3 · Pelayanan prima dan menghadapi keberatan pelanggan	Bedah Prediksi 07 no. 21; Latihan 5.3 no. 1; Latihan 5.3 no. 2; Kuis Bab 5 no. 13; Kuis Bab 5 no. 14; Kuis Bab 5 no. 16; Kuis Bab 5 no. 18; Kuis Bab 5 no. 20; Kuis Bab 5 no. 21; Kuis Bab 5 no. 24; Simulasi 1 no. 25; Simulasi 2 no. 23; Simulasi 3 no. 11

NEXT LEVEL STUDY
Educational Institutions

Gratis dari Next Level Study Indonesia · next-level-study.com/library · tidak untuk diperjualbelikan

NEXT LEVEL STUDY INDONESIA

Era Baru Pendidikan

TKA SMK Pemasaran

Tetaplah menari, sekalipun lagu pengiringmu telah hilang. Sebab di luar sana, selalu ada seseorang yang menemukan bahagianya karena kamu tidak berhenti melangkah.

— HANDAKA LUMU

Buku ini menjelaskan secara rinci apa saja yang perlu kamu persiapkan untuk TKA Pemasaran: materi yang diuji, strategi menjawab, dan latihan yang terarah.

Belajar lebih jauh di LMS NLS

next-level-study.com/belajar/lms-player.html?course=buku-smkpem

GRATIS · TIDAK UNTUK DIPERJUALBELIKAN

SMKPEM · Edisi 1 · Gratis untuk pelajar Indonesia · 2026/2027