

38. CAPAIAN PEMBELAJARAN DASAR-DASAR PEMASARAN

A. Rasional

Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran adalah mata pelajaran kejuruan yang terdiri dari berbagai ilmu dasar sebagai penentu dalam mempelajari mata pelajaran yang lain dalam Program Keahlian Pemasaran yang berfungsi membekali peserta didik dengan seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan sikap agar memiliki dasar yang kuat dalam mempelajari mata pelajaran-mata pelajaran pada konsentrasi keahlian di kelas XI dan XII. Setelah mempelajari Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran dan materi lanjutan di kelas XI dan XII, peserta didik dapat bekerja sebagai: kasir, pramuniaga, *sales executive*, *merchandiser*, *digital marketer*, *public relation*, dan wirausaha, serta jabatan lain sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan dunia kerja.

Pembelajaran dapat menggunakan berbagai pendekatan, strategi, model, serta metode yang sesuai dengan karakteristik kompetensi yang harus dipelajari, sehingga dapat menciptakan pembelajaran yang interaktif, inspiratif, menyenangkan, menantang, dan memotivasi peserta didik untuk berpartisipasi aktif, serta memberikan ruang yang cukup bagi inisiatif, kreativitas, dan kemandirian sesuai dengan bakat, minat, renjana (*passion*), dan perkembangan fisik, serta psikologis peserta didik. Model-model pembelajaran yang dapat digunakan, antara lain *project based learning*, *problem based learning*, *discovery and inquiry learning*, *teaching factory*, serta model-model lainnya yang relevan.

Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran memuat kompetensi *soft skills* dan *hard skills*. *Soft skills* berkontribusi untuk mengembangkan kapasitas peserta didik dalam bernalar kritis, mandiri, kreatif, dan adaptif. Selain itu, juga menumbuhkan sikap dan karakter beriman dan bertaqwa kepada Tuhan YME, berakhlak mulia, dan berkebhinekaan global. Sedangkan *hard skills* difokuskan untuk penguasaan kompetensi spesifik sesuai dengan pekerjaan di dunia kerja.

B. Tujuan

Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran bertujuan untuk membekali peserta didik dengan kemampuan *soft skills* dan *hard skills* yang meliputi:

1. memahami proses bisnis bidang pemasaran di berbagai industri;
2. memahami perkembangan teknologi dan isu-isu terkini terkait dunia pemasaran;
3. memahami profil pekerjaan/profesi (*job profile*) dan peluang usaha di bidang pemasaran;
4. memahami prosedur kesehatan, keselamatan dan keamanan dalam bekerja, menangani keadaan darurat, dan mempertahankan standar penampilan pribadi;
5. memahami pola komunikasi dengan pelanggan;
6. memahami dasar-dasar dalam pemasaran barang dan jasa dengan mengobservasi pasar dan mengidentifikasi *Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP marketing)* pada ritel modern maupun tradisional, baik *online* maupun *offline*;
7. memahami pola pelayanan pelanggan, berdasarkan prinsip pelayanan prima dengan penuh percaya diri; dan
8. memahami perilaku konsumen dalam pembelian barang dan jasa, dengan mengenali sinyal-sinyal calon pelanggan agar dapat mewujudkan kepuasan pelanggan.

C. Karakteristik

Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran berfokus pada kompetensi yang bersifat dasar yang harus dimiliki oleh tenaga pemasar sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan dunia kerja.

Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran membutuhkan daya nalar kritis, inovatif, kreatif, kerja keras, dan ulet, kemampuan dalam berkomunikasi dan bernegosiasi, serta membangun kolaborasi. Selain itu mata pelajaran ini memberikan pemahaman kepada peserta didik tentang proses bisnis, perkembangan teknologi dan isu-isu terkini, *job profile*, serta peluang usaha di bidang pemasaran.

Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran meliputi:

Elemen	Deskripsi
Proses bisnis bidang pemasaran di berbagai industri	Lingkup pembelajaran meliputi pengenalan manajemen pemasaran secara menyeluruh pada berbagai jenis industri dan usaha.
Perkembangan teknologi dan isu-isu terkini terkait dunia pemasaran	Lingkup pembelajaran meliputi perkembangan pemasaran mulai dari konvensional sampai dengan penerapan teknologi modern, industri 4.0, <i>Internet of Things (IoT)</i> , teknologi digital dalam pemasaran, isu-isu perkembangan yang muncul dan hilang ke depan terkait dengan dunia pemasaran, seperti <i>digital marketing</i> , <i>e-commerce</i> , <i>marketplace</i> , media sosial, dan sejenisnya.
Profil pekerjaan/profesi (<i>job profile</i>) dan peluang usaha di bidang pemasaran	Lingkup pembelajaran meliputi profil pekerjaan/profesi (<i>job profile</i>) dalam bidang pemasaran di masa sekarang dan dimasa mendatang, seperti kasir, pramuniaga, <i>sales executive</i> , <i>merchandiser</i> , <i>digital marketer</i> , <i>public relation</i> , dan sejenisnya, serta peluang usaha di bidang pemasaran, seperti <i>dropshipping</i> , <i>drop servicing</i> , <i>affiliate marketing</i> , <i>marketing agency</i> , <i>content creator</i> , dan sejenisnya.
Prosedur kesehatan, keselamatan, dan keamanan dalam bekerja	Elemen ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dengan lingkup pembelajaran meliputi prosedur kesehatan, keselamatan dan keamanan di tempat kerja, menangani keadaan darurat dan mengantisipasi, mempertahankan standar penampilan pribadi, memberikan umpan balik mengenai kesehatan, keselamatan, dan keamanan.
Berkomunikasi dengan pelanggan	Elemen ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan, secara lisan maupun tulisan, baik pelanggan <i>offline</i> maupun <i>online</i> .
Dasar-dasar dalam pemasaran barang dan jasa	Lingkup pembelajaran meliputi pemahaman proses dalam pemasaran sebuah bisnis, yaitu memahami konsep pemasaran, ruang lingkup pemasaran, mengobservasi pasar, mengidentifikasi <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP marketing)</i> pada ritel modern dan tradisional, baik <i>online</i> maupun <i>offline</i> , agar dapat membuat rencana pemasaran yang baik dan memasarkan barang dan jasa yang sesuai dengan target pasar (<i>product-market fit</i>).
Perilaku konsumen	Lingkup pembelajaran meliputi pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa, serta mengenali sinyal-sinyal calon pelanggan agar dapat mewujudkan kepuasan pelanggan.
Pelayanan penjualan	Elemen ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan prima saat melakukan pelayanan penjualan, serta mampu menggunakan peralatan dan perlengkapan untuk barang dan jasa yang sedang dipromosikan.
Kepuasan pelanggan	Elemen ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mewujudkan kepuasan pelanggan serta mengatasi masalah komplain dari pelanggan.

D. Capaian Pembelajaran

Pada akhir fase E (kelas X SMK) peserta didik akan mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai Program Keahlian Pemasaran, memiliki gambaran karir dan rencana pengembangan diri di bidang pemasaran yang sesuai dengan bakat, minat, dan renjana (*passion*), serta mampu menerapkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam elemen-elemen Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran. Capaian pembelajaran pada elemen-elemen Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran dapat diuraikan sebagai berikut:

Elemen	Capaian Pembelajaran
Proses bisnis bidang pemasaran di berbagai industri	Pada akhir fase E peserta didik mampu menjelaskan proses bisnis dalam bidang pemasaran secara menyeluruh pada berbagai jenis industri dan usaha.
Perkembangan teknologi dan isu-isu terkini terkait dunia pemasaran	Pada akhir fase E peserta didik mampu menjelaskan perkembangan pemasaran mulai dari konvensional sampai dengan penerapan teknologi modern, industri 4.0, <i>Internet of Things (IoT)</i> , teknologi digital dalam pemasaran, isu-isu perkembangan yang muncul dan hilang ke depan terkait dengan dunia pemasaran, seperti <i>digital marketing</i> , <i>e-commerce</i> , <i>marketplace</i> , media sosial, dan sejenisnya.
Profil pekerjaan/profesi (<i>job profile</i>) dan peluang usaha di bidang pemasaran	Pada akhir fase E peserta didik mampu menjelaskan profil pekerjaan/profesi (<i>job profile</i>) dalam bidang pemasaran di masa sekarang dan dimasa mendatang, seperti kasir, pramuniaga, <i>sales executive</i> , <i>merchandiser</i> , <i>digital marketer</i> , <i>public relation</i> , dan sejenisnya, serta peluang usaha di bidang pemasaran, seperti <i>dropshipping</i> , <i>drop servicing</i> , <i>affiliate marketing</i> , <i>marketing agency</i> , <i>content creator</i> , dan sejenisnya, serta mampu menentukan karir di bidang pemasaran yang sesuai dengan bakat, minat, dan renjana (<i>passion</i>).
Prosedur kesehatan, keselamatan, dan keamanan dalam bekerja	Pada akhir fase E siswa mampu menerapkan prosedur kesehatan, keselamatan dan keamanan di tempat kerja, menangani keadaan darurat dan mengantisipasi, mempertahankan standar penampilan pribadi, memberikan umpan balik mengenai kesehatan, keselamatan, dan keamanan.
Berkomunikasi dengan pelanggan	Pada akhir fase E siswa mampu berkomunikasi dengan efektif dan sesuai dengan tata bahasa yang baik dan benar, menunjukkan penampilan yang menarik, berkesan, dan simpatik, mampu menentukan teknik menjual yang tepat yang sesuai dengan konsumen yang dihadapi, serta berdasarkan jenis barang dan jasa yang dipasarkan.
Pemasaran barang dan jasa	Pada akhir fase E siswa mampu menjelaskan konsep dan lingkup pemasaran, menganalisis pasar, menganalisis <i>STP marketing (Segmenting, Targeting, dan Positioning)</i> , membuat rencana pemasaran, serta mampu memasarkan barang dan jasa yang sesuai dengan target pasar (<i>product-market fit</i>).
Perilaku konsumen	Pada akhir fase E siswa mampu menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan

Elemen	Capaian Pembelajaran
	pembelian barang dan jasa, mengidentifikasi sinyal-sinyal calon pelanggan agar dapat mewujudkan kepuasan pelanggan, serta mampu menentukan bahasa pemasaran yang tepat agar pelanggan tertarik dan puas membeli barang dan jasa yang dipasarkan.
Pelayanan penjualan	Pada akhir fase E siswa mampu memberikan pelayanan prima saat melakukan pelayanan penjualan, serta mampu menggunakan peralatan dan perlengkapan untuk barang dan jasa yang sedang dipromosikan.
Kepuasan pelanggan	Pada akhir fase E peserta didik mampu mengukur tingkat kepuasan pelanggan, serta mengatasi masalah komplain dari pelanggan.